



EUROPEAN UNION  
DELEGATION TO MONTENEGRO



Government of Montenegro  
Ministry for Human and Minority  
Rights



Empowered lives.  
Resilient nations.



# ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO U CRNOJ GORI



Ova publikacija je urađena uz finansijsku pomoć Evropske unije

***Ovo istraživanje je sproveo Ipsos Strategic Marketing za potrebe Programa rodne ravnopravnosti IPA 2010, koji u partnerstvu sprovode Delegacija Evropske unije u Crnoj Gori, Ministarstvo za ljudska i manjinska prava i UNDP u Crnoj Gori.***

***Stavovi i mišljenja iznijeti u ovom istraživanju ne moraju se obavezno poklapati sa stavovima i mišljenjima partnera u Programu.***

# Sadržaj

I Uvod	4
II Pravni i strateški okvir	7
2.1. Međunarodni standardi i inicijative	7
2.2. Nacionalni normativni i institucionalni okvir	11
2.3. Primjeri dobre prakse	30
III Demografija i prethodno iskustvo	32
3.1 Demografija	32
3.2 Prethodno iskustvo	34
IV Prepreke	38
4.1 Uticaj rodnih uloga na žensko preduzetništvo	38
4.2 Pokretanje novog biznisa	47
4.3 Inhibirajući faktori	49
4.4 Početni izvor kapitala	52
4.5 Osnivanje i registrovanje preduzeća	55
V Motivi potencijalnih preduzetnica i podsticajne mjere	56
5.1 Motivi potencijalnih preduzetnica	56
5.2 Podsticajne mjere	60
VI Izazovi ženskog preduzetništva	67
6.1 Tržišna nezasićenost i inovativnost	67
6.2 Aspiracije i ciljevi	74
VII Evaluacija obrazovnih programa za razvoj preduzetništva	78
VIII Zaključci i preporuke	84
8.1 Zaključci	84
8.2 Preporuke	91
IX Osnovne metodološke napomene	97
9.1. Pregled metodologije	97
9.2. Metodologija licem-u-lice	98

9.3. Metodologija dubinskih intervjua.....	102
9.4. Desk istraživanje.....	104

## I Uvod

Profesor Jeffry A. Timmons definiše **preduzetništvo kao proces u kojem se gradi nešto gotovo ni iz čega. Preduzetnica je osoba koja u procesu prepoznavanja prilike, skupljanja sredstava za njegovu realizaciju i stvaranju i raspodjeli nove vrijednosti preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu.**

Prvo žensko preduzetničko udruženje osnovala je Yvonne Foinant 1945. godine u Francuskoj. Nakon toga, FCEM (Femmes Chef d'Enterprises) je iz francuskog udruženja prerastao u svjetski savez preduzetnica u koji je učlanjeno 30 država. Prvi naučni rad kojim se skrenula pažnja na trend porasta ove vrste preduzetništva urađen je 1976. godine, i objavljen u američkom časopisu "Journal of Contemporary Business".

Većinu zemalja karakteriše nizak procenat preduzetnica u odnosu na preduzetnike muškog pola. Ipak, postoje zemlje u kojima ženska preduzetnička aktivnost predstavlja najdinamičniji dio privredne aktivnost :

- USA: žene su u vlasništvu 38 % svih firmi (8 miliona firmi), koje zapošljavaju 27,5 miliona ljudi i stvaraju u \$ 3.6 triliona godišnje prodaje
- Japan: 23 % privatnih firmi osnovale su žene
- Kina: žene su osnovale više od 25 % preduzeća od 1978. godine
- Njemačka: žene su osnovale više od 1/3 svih novih poslova od 1990. godine sa preko 1 milion radnih mjesta
- Mađarska: žene su od 1990. godine osnovale više od 40 % svih novih poslova
- Evropska unija: 1/3 novih poslova započinju žene.

Pojava i razvoj ženskog preduzetništva u proteklih 20 godina tijesno je povezana sa procesom izjednačavanja muških i ženskih prava i demokratizacijom društva u cjelini. Međutim, i pored sveobuhvatne demokratizacije društva, posljednjih 10 godina, Crnu Goru karakteriše tranzicioni period praćen manjim obimom proizvodnje, ubrzanom privatizacijom i transformacijom privrednih organizacija. Sve to dovodi do porasta nezaposlenosti, naglog siromašenja cjelokupnih društvenih slojeva i promjene načina života muškaraca i žena. Iako godine ekonomske stagnacije pogađaju i muškarce i žene, statistički podaci ukazuju da su žene nešto ugroženije od muškaraca, prije svega u smislu veće nezaposlenosti, ali i u pogledu siromaštva naročito kada se radi o samohranim majkama. Takve ekonomske prilike dovode do percipiranja preduzetništva kao značajnog puta zarade putem samozapošljavanja.

Crnu Goru karakteriše neravnan položaj žena u pogledu ostvarenja ekonomskih i socijalnih prava. I pored činjenica da sve veći procenat žena stiče visoko obrazovanje, položaj žena na tržištu rada je lošiji u odnosu na mušku populaciju, posebno u pogledu dostupnosti rukovodećih funkcija, a naročito u oblasti samozapošljavanja i politike. Ipak, zakonodavni i strateški dokumenti koje je Crna Gora donijela u posljednjih nekoliko godina predstavljaju dobru osnovu za rješenje ovih problema.

Nastavak zakonodavne aktivnosti i strategija u oblasti rodne ravnopravnosti predstavlja Program za rodnu ravnopravnost IPA 2010, koji sprovodi Kancelarija UNDP-a u Crnoj Gori, zajedno s Ministarstvom

za ljudska i manjinska prava i Delegacijom Evropske unije. Ovaj Program ima za cilj da pomogne da se u Crnoj Gori, u naredne tri godine, uspostavi održiv i efikasan sistem mjera u tri oblasti:

- Smanjenje porodičnog nasilja i zaštita žrtava;
- Političko osnaživanje žena i
- Ekonomsko osnaživanje žena.

U okviru treće komponente programa, jedan od osnovnih ciljeva je izrada Strategije razvoja ženskog preduzetništva. Prije donošenja Strategije, bilo je neophodno izvršiti analizu pitanja od značaja za razvoj ženskog preduzetništva, prije svega :

- Pravnog okvira za razvoj ženskog preduzetništva, uključujući i programe i strategije koje tretiraju ovo pitanje
- Posebni potreba, motivacija i prepreka tri grupe potencijalnih preduzetnica : žene na evidenciji Zavoda za zapošljavanje (u daljem tekstu ZZZ), tzv. nevidljive žene (nezaposlene žene koje nisu na evidenciji ZZZ) i žene zaposlene u državnim preduzećima i javnim službama koje su nezadovoljne svojim poslom.

U istraživanju čiji su rezultati prikazani u ovom izvještaju, **preduzetnikom se smatra osoba koja ima sopstveni posao i koja o njemu odlučuje**. Na taj način, pojam preduzetnika je šire određen, i ne obuhvata samo preduzetnika kako je on definisan u Zakonu o privrednim društvima ("fizičko lice koje se bavi privrednom djelatnošću radi sticanja dobiti, a tu djelatnost ne obavlja za račun drugoga"), već sve oblike obavljanja privrednih djelatnosti predviđenih Zakonom o privrednim društvima (preduzetnik, ortačko društvo, komanditno društvo, akcionarsko društvo, društvo sa ograničenom odgovornošću, dio stranog društva).

U sklopu istraživanja obavljeno je anketiranje licem u lice na kvotnom uzorku od 348 žena, pri čemu su kvote definisane na osnovu tri kriterijuma koja su međusobno kombinovana i četvrtog nezavisnog kriterijuma - regiona:

- Vulnerabilne grupe žena, sa tri kategorije – **žene na evidenciji Zavoda za zapošljavanje** (u daljem tekstu ZZZ), tzv. nevidljive žene (**nezaposlene žene koje nijesu na evidenciji ZZZ**) i **žene zaposlene u državnim preduzećima i javnim službama** (u kojima postoji višak radnika) a koje su nezadovoljne svojim poslom. Pretpostavka koja leži u osnovi ovakve kategorizacije je da među ženama iz ove tri grupe treba tražiti potencijalne preduzetnice, te dalje utvrditi kako razmišljaju potencijalne preuzetnice iz svake od tri predložene kategorije, koji su im stavovi i ko, na kraju, ima najveći potencijal da realizuje preduzetničku ideju.
- Tipa naselja u kojem ispitanice žive, sa dvije kategorije – urbana i ruralna područja. Ova varijabla je uključena u plan uzorka iz dva razloga – prvo, zbog hipoteze da tip naselja može uticati na rađanje i mogućnosti realizacije preuzetničke ideje i drugo, zbog činjenice da su ranije organizovane obuke o započinjanju biznisa za žene sa sela, te da je te žene trebalo uključiti u istraživanje kako bi se vidjelo da li je trening imao efekta.

- Postojanja biznis ideje, sa dvije kategorije – ispitanica ima ili nema ideju za započinjanje vlastitog biznisa. Ovakva podjela ispitanica omogućila je utvrđivanje razlika između žena koje imaju i koje nemaju biznis ideju, te provjeru hipoteza o važnim faktorima koji utiču na rađanje ideje i donošenje odluke o ulasku u preduzetništvo.
- Region, sa 3 kategorije – Centar, u koji su uključeni gradovi Podgorica, Danilovgrad i Cetinje, Sjever, u koji su uključeni Bijelo Polje, Nikšić, Berane i Pljevlja i Primorje, sa gradovima Herceg Novi, Kotor, Budva, Bar i Ulcinj.

Osim toga, ukupno je urađeno i **10 dubinskih intervjua sa preduzetnicama**, iz Podgorice, Nikšića i Herceg Novog i **3 intervjua sa potencijalnim preduzetnicama** iz Podgorice.

## II PRAVNI I STRATEŠKI OKVIR

### 2.1. MEĐUNARODNI STANDARDI I INICIJATIVE

**Pitanje rodne ravnopravnosti, a posebno jačanja ekonomske aktivnosti žena je predmet regulisanja brojnih međunarodnih akata, naročito akata donijetih u okviru sistema Ujedinjenih nacija i Evropske unije. Po svojoj prirodi, ovi akti imaju obaveznu snagu za države koje su ih ratifikovale, ili imaju oblik preporuka koje nalažu državama da preduzmu odgovarajuće akcije u cilju njihovog sprovođenja na nacionalnom nivou.**

Prvi međunarodni dokumenti koji proklamuju jednakost muškaraca i žena u oblasti ekonomskih, socijalnih i kulturnih prava su **Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima (1948)** i **Međunarodni pakt o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima (1966)** usvojene u Generalnoj skupštini Ujedinjenih nacija.

**UN Konvencija o ukidanju svih oblika diskriminacije žena (CEDAW)** donijeta 1979. godine predstavlja najznačajniji univerzalni dokument iz oblasti ženskih ljudskih prava poznat kao „Međunarodna povelja prava žena“, koji je Generalna skupština UN-a usvojila 1979. godine. Poseban značaj imaju odredbe Konvencije koje se odnose na :

- obavezu država potpisnica da unesu u nacionalne ustave i odgovarajuće zakone princip ravnopravnosti muškaraca i žena, i da obezbjede praktičnu primjenu tog principa (član 2.)
- obavezu preduzimanja svih podesnih mjera radi eliminisanja diskriminacije žena u oblasti zapošljavanja (član 11.)
- obavezu obezbjeđenja ravnopravnosti muškaraca i žena u oblasti bankarskih zajmova, hipotekarnih i drugih vrsta finansijskih kredita (član 13. stav b)
- obavezu razmatranja posebnih problema žena u seoskim područjima i obezbjeđenje da one učestvuju u razvoju sela i da od toga imaju koristi (član 14.)

Za razliku od većine međunarodnih akata koji uglavnom predviđaju obavezu inkorporisanja odredbi ratifikovanog akta u nacionalno zakonodavstvo države potpisnice, CEDAW konvencija predviđa posebne obaveze država. Naime, ova Konvencija propisuje obavezu države potpisnice na podnošenje izvještaja Generalnom sekretaru Ujedinjenih nacija o zakonodavnim, sudskim, upravnim ili drugim mjerama koje su usvojene radi primjene odredaba Konvencije (član 18. )<sup>1</sup>. Države potpisnice podnose dvije vrste izvještaja : jedan izvještaj priprema Vlada sa svojim institucijama, dok drugi izvještaj pripremaju

<sup>1</sup> Inicijalni CEDAW izvještaj Crne Gore je razmatran i usvojen na sjednici Vlade Crne Gore 25. februara 2010. godine, na predlog Ministarstva za ljudska i manjinska prava, nakon čega je prosljeđen Komitetu za CEDAW

nevladine organizacije. Na osnovu izvještaja koje podnose države potpisnice Konvencije CEDAW komitet upućuje državama Zaključke i preporuke za dalje korake.<sup>2</sup>

Korak dalje u podsticanju ekonomske aktivnosti i davanju većih ovlašćenja ženama predstavlja **Pekinška deklaracija i platforma za akciju**, donijeta na Četvrtoj svjetskoj konferenciji o ženama, 1995. godine. Ovaj dokument predstavlja najširu političku osnovu za kreiranje politika, strategija i planova za obezbjeđenje jednakosti i ravnopravnosti između žena i muškaraca. Značajne podsticaje ženskom preduzetništvu predstavljaju strateški ciljevi koji se postavljaju u okviru problema siromaštva i učešća žena u oblasti privrede :

- Strateški cilj A.2. : Revidirati zakone i administrativnu praksu tako da se osiguraju jednaka prava žena i pristup ekonomskim resursima
- Strateški cilj A.3. : Obezbijediti ženama pristup štednim i kreditnim mehanizmima i institucijama
- Strateški cilj F.1.: Unaprijeđivati ekonomska prava i nezavisnost žena, uključujući pristup zapošljavanju, odgovarajuće radne uslove i upravljanje nad ekonomskim resursima
- Strateški cilj F.2. : Omogućiti lakši pristup žena resursima, zapošljavanju, tržištu i trgovini
- Strateški cilj F.4. : Jačati ekonomsku sposobnost žena i ženske komercijalne mreže

#### **Pored međunarodnih akata donijetih pod okriljem Generalne skupštine Ujedinjenih nacija, institucije Evropske unije su donijele veliki broj strateških dokumenata u cilju ekonomskog osnaženja žena.**

Posmatrajući preduzetništvo kao sredstvo za povećanje konkurentnosti ekonomije, podobne za održiv ekonomski rast i veću socijalnu koheziju Evropska komisija je usvojila **Zelenu knjigu o preduzetništvu 2003. godine**<sup>3</sup>. Na osnovu reakcija na ovaj dokument 2004. godine Evropska komisija donosi **Akcionni plan EU za preduzetništvo**, kojim predviđa set mjera koje je neophodno preduzeti u cilju razvoja preduzetništva. Dok Zelena knjiga o preduzetništvu donosi preporuku povećanja dostupnosti preduzetništva svim članovima društva, naročito ženskoj populaciji i ostalim nedovoljno zastupljenim grupama, **Akcionni plan EU za preduzetništvo** nešto konkretnije uređuje ovo pitanje predviđajući između ostalog pomoć nacionalnim i regionalnim vlastima u oblastima u kojima potrebe preduzetnica još uvijek nisu adekvatno zadovoljene, naročito u oblasti pristupa finansijama i preduzetničkim mrežama.

Kako bi definisala prioritetne oblasti i intervencije u cilju postizanja potpune jednakosti muškaraca i žena, Evropska komisija 2006. godine usvaja **Mapu puta za jednakost žena i muškaraca 2006.-2010.** Ova Mapa puta navodi šest prioritetnih područja aktivnosti EU vezanih za jednakost polova za period 2006.-2010. godine:

1. Postizanje jednake ekonomske nezavisnosti žena i muškaraca
2. Podsticanje usklađivanja poslovnog, privatnog i porodičnog života
3. Promovisanje jednakog učešća žena i muškaraca u donošenju odluka

<sup>2</sup> Najznačajnije preporuke CEDAW komiteta upućene Crnoj Gori navedene su u poglavlju 2.2.4b. Izvještaj CEDAW Komiteta

<sup>3</sup> Zelena knjiga je vrsta dokumenta koji objavljuje Evropska komisija, čija je svrha da podstakne raspravu i pokrene savjetovanje na evropskom nivou o određenom pitanju.

4. Iskorjenjivanje nasilja na osnovu pola i trgovine ljudima
5. Uklanjanje rodni stereotipa u društvu
6. Promovisanje jednakosti polova van EU

U cilju postizanja jednake ekonomske nezavisnosti žena i muškaraca, Mapa puta za jednakost žena i muškaraca 2006.-2010. upućuje na učinkovitiju implementaciju preporuka Akcionog plana EU za preduzetništvo, posebno u pogledu povećanja pokretanja preduzetničkih poduhvata žena, olakšavanja pristupa finansijama i razvojnim i preduzetničkim mrežama.

**Strategija Evropa 2020.** koju je Evropska komisija donijela 2010. godine postavlja tri prioritetna cilja koje je potrebno ostvariti do 2020. godine :

1. pametan razvoj : razvoj ekonomije zasnovane na znanju i inovaciji
2. održiv razvoj : promovisanje ekonomije koja efikasnije koristi resurse, koja je zelenija i konkurentnija
3. inkluzivan rast predviđa jačanje ekonomije visoke zaposlenosti, socijalne i teritorijalne kohezije.

Iste godine, povodom Međunarodnog dana žena i u cilju obilježavanja 30 godina od donošenja Konvencije o ukidanju svih oblika diskriminacije žena Evropska komisija predstavila je **Žensku povelju** čiji je cilj borba protiv rodne nejednakosti u privatnom životu i na poslu u Evropi i šire. Povelja definiše pet ključnih akcijskih područja: ravnopravnost na tržištu rada i jednaka ekonomska nezavisnost za žene i muškarce, jednake plate za jednaki rad, ravnopravnost u donošenju odluka, iskorjenjivanje rodno specifičnog nasilja i ravnopravnost izvan granica EU-a.

Iako sama Strategija Evropa 2020. ne navodi razvoj ekonomske aktivnosti žena kao jedan od svojih prioriteta, **Strategija za ravnopravnost žena i muškaraca od 2010. do 2015. godine** navodi da je ostvarivanje ciljeva strategije Evropa 2020. nemoguće bez efikasnijeg korišćenja potencijala i talenta žena. Ova strategija se nadovezuje na Žensku povelju i propisuje konkretne aktivnosti koje je potrebno preduzeti radi ostvarenja ciljeva koje Ženska povelja predviđa.

Na razvoj i unaprijeđenje ženskog preduzetništva značajan uticaj ima **Evropska mreža za promociju ženskog preduzetništva (WES)**. Osnovano od strane Evropske komisije, ovo tijelo čine predstavnici nacionalnih vlada i institucija koje su odgovorne za promociju ženskog preduzetništva u 31 evropskoj državi (članice EU, Hrvatska, Island, Norveška i Turska). Evropska mreža za promociju ženskog preduzetništva ima nekoliko funkcija :

- Promocija ženskog preduzetništva
- Povećanje vidljivosti postojećih preduzetnica
- Stvaranje okruženja povoljnog za razvoj ženskog preduzetništva
- Povećanje broja novih preduzetnica
- Savjetovanje, podrška, informisanje o postojećim mehanizmima podrške ženskom preduzetništvu
- Identifikacija primjera dobre prakse



## 2.2. NACIONALNI NORMATIVNI I INSTITUCIONALNI OKVIR

### 2.2.1. Normativni okvir

**Ustav Crne Gore** (2007), shodno prirodi najvišeg pravnog akta jedne zemlje, na uopšten način proklamuje rodnu ravnopravnost (član 18.) kao i zabranu diskriminacije po bilo kom osnovu (član 8.). U okviru ekonomskih prava i sloboda, Ustav u članu 59. proglašava slobodu preduzetništva, predviđajući ograničenje ove slobode samo ukoliko je to neophodno radi zaštite zdravlja ljudi, životne sredine, prirodnih bogatstava, kulturne baštine ili bezbjednosti i odbrane Crne Gore.

Osnovni principi u oblasti jednakosti muškaraca i žena sadržani su u **Zakonu o rodnoj ravnopravnosti** (2007) koji na precizniji način reguliše mehanizme za postizanje jednakosti muškaraca i žena. U skladu sa zabranom diskriminacije proklamovanom Ustavom Crne Gore, Zakon o rodnoj ravnopravnosti u članu 4. definiše diskriminaciju po osnovu pola *kao svako pravno ili faktičko, neposredno ili posredno razlikovanje, privilegovanje, isključivanje ili ograničavanje zasnovano na polu zbog kojeg se nekom licu otežava ili negira priznavanje, uživanje ili ostvarivanje ljudskih prava i sloboda u političkom, obrazovnom, ekonomskom, socijalnom, kulturnom, sportskom, građanskom i drugim područjima javnog života*. Istovremeno, Zakon predviđa da se diskriminacijom neće smatrati *opšte i posebne mjere, donijete ili preduzete radi otklanjanja i sprječavanja nejednakog tretmana žena i muškaraca, otklanjanja posljedica nejednakog tretmana žena i muškaraca i promovisanja rodne ravnopravnosti* (član 5.). U cilju obezbjeđenja rodne ravnopravnosti, Zakon o rodnoj ravnopravnosti predviđa :

- obavezu Skupštine Crne Gore i Vlade Crne Gore, kao i jedinica lokalne samouprave da u okviru svojih nadležnosti primjenjuje principe rodne ravnopravnosti (član 10. i član 11.)
- mogućnost preduzimanja posebnih mjera u cilju obezbjeđenja i unaprijeđenja rodne ravnopravnosti (član 15.)
- ostvarivanje rodne ravnopravnosti putem opštih i posebnih mjera (član 8.)
- povjeravanje nadležnosti za pitanja rodne ravnopravnosti Ministarstvu nadležnom za zaštitu ljudskih i manjinskih prava (član 17.)
- donošenje plana aktivnosti za postizanje rodne ravnopravnosti najmanje za period od 4 godine (član 21.)
- proceduru postupanja po predstavkama (član. 25 – član 31.)

## 2.2.2. Strateški dokumenti

Ubrzo nakon proglašenja nezavisnosti 2006. godine, Crna Gora je donela nekoliko strategija i programa u cilju povećanja svojih ekonomskih potencijala. Među njima poseban značaj imaju sljedeći akti :

- Strategija za suzbijanje siromaštva i socijalne isključenosti (2007.)
- Nacionalna strategija zapošljavanja i razvoja ljudskih resursa za period 2008.-2011. godine
- Ekonomski i fiskalni program za Crnu Goru 2010.-2013. godine
- Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća 2011. – 2015. godine (2011)
- Plan aktivnosti za postizanje rodne ravnopravnosti u Crnoj Gori (2008.-2012.godine)

**Strategija za suzbijanje siromaštva i socijalne isključenosti (2007.)** predviđa nekoliko aktivnosti u cilju poboljšanja stanja na tržištu rada. Među njima poseban značaj imaju aktivnosti u cilju podsticanja samozapošljavanja, preduzetništva i razvoja malih i srednjih preduzeća. Između ostalog, ova Strategija predviđa stvaranje stimulativnog ambijenta za razvoj malih i srednjih preduzeća, jačanje institucionalne i finansijske podrške razvoju malih i srednjih preduzeća i promociju preduzetništva.

Najznačajniji strateški akt u oblasti zapošljavanja predstavlja **Nacionalna strategija zapošljavanja i razvoja ljudskih resursa za period 2008.-2011. godine**. Kao prioritete, ova strategija predviđa :

1. Povećanje zaposlenosti i smanjenje nezaposlenosti
2. Povećanje produktivnosti i kvaliteta rada
3. Jačanje socijalne kohezije

U okviru Prioriteta 1., Strategija kao poseban zadatak postavlja podsticanje preduzetništva, smatrajući ga osnovnim faktorom svake moderne ekonomije. Konkretno, u okviru ovog zadatka Strategija ima za ciljeve :

1. Unaprijeđenje procesa samozapošljavanja i osnivanja preduzeća i uklanjanje prepreka za ulaganje u posao
2. Stvaranje stimulativnog okruženja za dalji opstanak i rast formiranih preduzeća
3. Poboljšanje nivoa i kvaliteta usluga za počinjanje biznisa za mala i srednja preduzeća
4. Promovisanje preduzetničke kulture

Pored razvoja preduzetništva uopšte, jedan od ciljeva Strategije je i Unaprijeđivanje/promovisanje zapošljavanja žena, u okviru Prioriteta 3. Jačanje socijalne kohezije. Mjere koje u okviru ovog zadatka Strategija predviđa su :

1. Nastavak procesa usklađivanja sa evropskim zakonodavstvom zakonodavstva koje se odnosi na ravnopravne mogućnosti za polove. Održavanje jednakog pristupa žena i muškaraca osposobljavanju i aktivnim mjerama zapošljavanja;

2. Sprovođenje programa obrazovanja i osposobljavanja sa većim učešćem žena, sa ciljem da se povećaju mogućnosti za njihovo zapošljavanje u sektorima u kojima su manje zastupljene;
3. Podsticaj preduzetništva kod žena;
4. Unaprijeđenje i razvoj mreže javnih i privatnih ustanova za čuvanje djece, čime bi se povećao procenat djece obuhvaćene sistemom staranja o djeci do uzrasta obaveznog školovanja.

**Ekonomski i fiskalni program za Crnu Goru 2010.-2013.** definiše okvir i ciljeve ekonomske politike Crne Gore za period od 2010. do 2013. godine. Kao jednu od ekonomskih mjera, ovaj program predviđa programe podrške sektoru malih i srednjih preduzeća, a među njima posebno :

- izradu Strategije razvoja malih i srednjih preduzeća
- jačanje institucionalne podrške za razvoj malih i srednjih preduzeća
- jačanje finansijske podrške

U skladu sa Ekonomskim i fiskalnim programom za Crnu Goru 2010.-2013. Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća 2011. usvojila je **Strategiju razvoja malih i srednjih preduzeća 2011. – 2015. godine.** Kao strateške ciljeve, ova Strategija predviđa :

- Strateški cilj 1: poboljšanje poslovnog okruženja
- Strateški cilj 2: jačanje finansijske podrške
- Strateški cilj 3: jačanje konkurentnosti MSP i promocija preduzetništva
- Strateški cilj 4: podrška početnicima u biznisu –start up

U okviru promocije preduzetništva, Strategija kao poseban zadatak predviđa podsticanje ženskog preduzetništva. Tabela 2.2a daje pregled konkretnih aktivnosti u okviru ovog zadatka.

Aktivnosti		Rezultati	Izvori verifikacije	Nadležnost	Rok
3.6.3.1	Razviti dodatne programe za podsticanje preduzetništva i samozapošljavanja žena	Postojanje i realizacija dodatnih programa za razvoj ženskog preduzetništva	Povećan broj žena uspješno pohađa programe Povećan broj žena zainteresovan za započinjanje sopstvenog biznisa	Direkcija za razvoj MSP PKCG ZZZ APŽ	2011-2015 Godišnje
3.6.3.2	Unaprijediti ulogu poslovnih udruženja žena	Ostvarena bolja komunikacija sa preduzeticama Definisanje profila preduzetnica Formirana baza podataka preduzetnica	Potpisani sporazumi o saradnji sa relevantnim institucijama Pouzdana i realna baza podataka	Direkcija za razvoj MSP PKCG ZZZ APŽ	2011-2015 godišnje
3.6.3.3	Jačati međusobnu saradnju, kao saradnju preduzetnica sa drugim udruženjima (networking)	Poboljšana komunikacija između preduzetnica Poboljšana saradnja sa drugim udruženjima	Potpisani sporazumi o saradnji Forumi, konferencije, sajmovi	Direkcija za razvoj MSP PKCG ZZZ APŽ	2011-2015 Godišnje
3.6.3.4	Pojačati promotivne aktivnosti	Promovisano žensko preduzetništvo	Održani sajmovi ženskog preduzetništva Štampan materijal (brošure...)	Direkcija za razvoj MSP PKCG ZZZ APŽ	2012
3.6.3.5	Sprovesti istraživanje o „stvarnim“ vlasnicama preduzeća	Unaprjedjenje komunikacije među postojećim preduzeticama i njihovo bolje povezivanje uključivanjem u odbore i asocijacije poslovnih žena	Formiranje baze podataka o vlasnicama preduzeća	Direkcija za razvoj MSP APŽ UPCG PKCG	2011
3.6.3.6	Otvoranje posebne kreditne linije za postojeće preduzetnice ili start up, a imajući u vidu da žene nijesu vlasnice nekretnina u 90% slučajeva	Povećanje broja preduzetnica	Izvještaji	Direkcija za razvoj MSP IRFCG	2012-2015
3.6.3.7	Uvodjenje godišnje nagrade za preduzeće čiji je vlasnik žena	Promovisanje ženskog preduzetništva	Izvještaji	Direkcija za razvoj MSP APŽ	2012
3.6.3.8	Edukacija postojećih i potencijalnih preduzetnica (koncept LLL, usvajanje posebnih znanja i vještina, mentoring i sl)	Unaprjedjivanje poslovanja	Izvještaji	Direkcija za razvoj MSP APŽ ZZZ PKCG UPCG	2011

U prvih 6 mjeseci 2011. godine ostvaren je veliki broj aktivnosti koji je predviđen Strategijom razvoja malih i srednjih preduzeća u oblasti podsticanja ženskog preduzetništva :

- U toku je realizacija projekta Unije poslodavaca Crne Gore „Ženski biznis – potencijal crnogorske ekonomije“, koji ima cilj da pomogne promociji ženskog preduzetništva, povećanju učešća žena u biznisu, kao i eliminisanju administrativnih i biznis barijera koje prate njihov rad na lokalnom i nacionalnom nivou. U okviru ovog projekta preduzeće se i edukacija postojećih i potencijalnih preduzetnica.
- Unija poslodavaca Crne Gore je formirala bazu podataka preduzetnica – članica Unije poslodavaca Crne Gore. Unaprjeđenje komunikacije sa preduzeticama UPCG sprovodi u kontinuitetu i to kako direktnim putem (baza članstva UPCG), tako i preko udruženja koje je osnovala (Asocijacija poslovnih žena CG).
- Druga konferencija poslovnih žena pod nazivom ""Potencijal žena Crne Gore u biznisu i nauci"". Kao prateći program konferencije održan je sajam ženskog preduzetništva.
- UPCG je u maju '11.god učestvovala na II Konferenciji poslovnih žena (organizator – APŽ, OSCE i Ministarstvo za ljudska i manjinska prava), a u junu 2011.god na okruglom stolu, koji je organizovao Evropski pokret, a koji je posvećen ekonomskom osnaživanju žena.
- Realizovano 9 projekata čiji su nosioci žene.
- Finansiran 41 kredit čime je omogućeno otvaranje 53 nova radna mjesta u vrijednosti 265.000 eura.

**Plan aktivnosti za postizanje rodne ravnopravnosti u Crnoj Gori (2008.-2012.)** zasnovan je na nacionalnom zakonodavstvu i međunarodnim instrumentima za ljudska prava, na pravnim dokumentima Ujedinjenih nacija, Savjeta Evrope, Evropske unije i specijalizovanih međunarodnih organizacija u onom dijelu u kojem se odnose na ravnopravnost žena i muškaraca. Kao jedan od strateških ciljeva, ovaj akt postavlja *ravnopravni pristup žena i muškaraca ekonomskim resursima i stvaranje jednakih mogućnosti u njihovom korišćenju*. Najznačajnije mjere koje ovaj plan predviđa u cilju podsticanja preduzetništva kod žena su :

- Donošenje Strategije razvoja ženskog preduzetništva
- Uvođenje različitih oblika finansijske podrške ženama u procesu pokretanja biznisa, uključujući i vidove podrške namjenjene ženama bez vlasništva nad nekretninama
- Podsticanje osnivanja ženskih poslovnih udruženja koja bi pružala podršku ženskom preduzetništvu
- Uspostavljanje cjelovite baze podataka o ženskom preduzetništvu
- Osnivanje "Start up" fondova za razvoj ženskog preduzetništva (sa posebnim naglaskom na sjever)
- Organizaciju seminara za osposobljavanje preduzetnica (menadžment, marketing, finansijsko poslovanje, pravna regulativa)
- Organizaciju sajmova ženskog preduzetništva

Plan aktivnosti za postizanje rodne ravnopravnosti u Crnoj Gori predviđa obavezu podnošenja izvještaja Ministarstvu za zaštitu ljudskih i manjinskih prava od strane svih nosioca aktivnosti za realizaciju pojedinih mjera svakih šest mjeseci. Ovaj izvještaj uključuje i izvještaje nevladinih organizacija koje su uključene u sprovođenje pojedinih mera. Na osnovu ovih izvještaja, Ministarstvo za zaštitu ljudskih i manjinskih prava dostavlja Vladi Crne Gore godišnji izvještaj o ostvarivanju PAPRR.

### 2.2.3. Institucionalni okvir i podsticajni programi za razvoj ženskog preduzetništva

Uporedo sa razvijanjem odgovarajućeg normativnog i strateškog okvira, Crna Gora je razvila odgovarajući institucionalni okvir u cilju unaprjeđenja rodne ravnopravnosti uopšte, sa posebnim tijelima koja su zadužena za unaprjeđenje ekonomskog položaja žena i razvoj ženskog preduzetništva. Institucionalni mehanizmi su formirani na različitim nivoima, i obuhvataju ne samo centralne institucije, već i regionalni i lokalni nivo. Pored vladinih, velika podrška ženskom preduzetništvu dolazi iz nevladinog sektora i velikog broja poslovnih organizacija.

U Crnoj Gori postoje dva institucionalna mehanizma za postizanje rodne ravnopravnosti :

- Odjeljenje za poslove rodne ravnopravnosti – Ministarstvo za ljudska i manjinska prava
- Odbor za rodnu ravnopravnost – Skupština Crne Gore

**Odjeljenje za poslove rodne ravnopravnosti u okviru Ministarstva za ljudska i manjinska prava** formirano je reorganizacijom Ministarstva za ljudska i manjinska prava 2009. godine, čime su na ovo odeljenje prenijeti poslovi koji su se prethodno nalazili u nadležnosti Kancelarije za rodnu ravnopravnost koja je funkcionisala u okviru Generalnog sekretarijata Vlade. Član 22. Zakona o rodnoj ravnopravnosti detaljno uređuje nadležnosti Ministarstva za ljudska i manjinska prava u oblasti rodne ravnopravnosti, i predviđa da Ministarstvo za ljudska i manjinska prava :

1. koordinira aktivnosti koje imaju za cilj uspostavljanje rodne ravnopravnosti i učestvuje u pripremi i donošenju akcionih planova za uspostavljanje rodne ravnopravnosti na svim nivoima;
2. prati primjenu međunarodnih dokumenata i konvencija, kao i usvojenih međunarodnih standarda iz oblasti rodne ravnopravnosti, preduzima mjere za njihovu implementaciju u pravni sistem Crne Gore i kreira kvalitetan monitoring poštovanja tih dokumenata;
3. priprema Plan aktivnosti, predlaže njegovo usvajanje i prati njegovo sprovođenje;
4. priprema programe za sprovođenje Plana aktivnosti na osnovu izvještaja organa za oblasti iz njihove nadležnosti;
5. organizuje istraživanja i analize o stanju rodne ravnopravnosti i analize potrebne za sprovođenje Plana aktivnosti, kao i sakupljanje podataka u okviru saradnje na nacionalnom i međunarodnom nivou;
6. priprema izvještaje o ispunjavanju međunarodnih obaveza od strane Crne Gore u oblasti rodne ravnopravnosti;
7. saraduje sa lokalnom samoupravom i pruža podršku za osnivanje mehanizama za uspostavljanje rodne ravnopravnosti na lokalnom nivou;
8. uspostavlja saradnju sa nevladinim organizacijama;
9. preduzima i podstiče aktivnosti na edukaciji o rodnoj ravnopravnosti i organizuje izdavanje prigodnih publikacija čiji je cilj promovisanje rodne ravnopravnosti;
10. postupa po predstavkama građana/ki u kojima se ukazuje na posrednu ili neposrednu diskriminaciju po osnovu pola, zauzima stavove i daje mišljenja i preporuke, a po potrebi obavještava Zaštitnika ljudskih prava i sloboda o postojanju diskriminacije po osnovu pola;

**Odbor za rodnu ravnopravnost Skupštine Crne Gore** osnovan je 11.jula 2001.godine, odlukom Skupštine Crne Gore. Odluka o obrazovanju Odbora za rodnu ravnopravnost Skupštine Crne Gore, ovaj Odbor određuje kao stalno radno tijelo Skupštine sa zadatkom da razmatra i prati ostvarivanje Ustavom utvrđenih sloboda i prava čovjeka i građanina koja se odnose na ravnopravnost polova. Nadležnosti Odbora za rodnu ravnopravnost Skupštine Crne Gore su :

- razmatranje predloga zakona, drugih propisa i opštih akata koji se odnose na ostvarivanje načela rodne ravnopravnosti.
- praćenje primjene ovih prava kroz sprovođenje zakona i unaprjeđivanje principa rodne ravnopravnosti, posebno u oblasti prava djeteta, porodičnih odnosa, zapošljavanja, preduzetništva, procesa odlučivanja, obrazovanja, zdravstva, socijalne politike i informisanja.
- učešće u pripremi, izradi i usaglašavanju zakona i drugih akata sa standardima evropskog zakonodavstva i programima Evropske unije koja se odnose na rodnu ravnopravnost, afirmišu potpisivanje međunarodnih dokumenata, koji tretiraju ovo pitanje i prati njihovu primjenu, saraduje sa odgovarajućim radnim tijelima drugih parlamenata i nevladnim organizacijama iz ove oblasti.

Kao što se može zaključiti iz navedenih nadležnosti ova dva tijela, Odbor za rodnu ravnopravnost Skupštine Crne Gore kao stalno tijelo zakonodavnog organa Crne Gore ima nadležnosti u oblasti kreiranja i praćenja primjene pravila u oblasti rodne ravnopravnosti, dok je nadležnost Odeljenja za poslove rodne ravnopravnosti u okviru Ministarstva za ljudska i manjinska prava usmjerena u pravcu koordinacije aktivnosti koje su predviđene zakonodavnim i strateškim dokumentima Crne Gore.

**Pored dva institucionalna mehanizma za postizanje rodne ravnopravnosti, ekonomsko osnaženje žena su aktivnosti i drugih državnih organa.** Među njima značajne su aktivnosti koje sprovode sljedeće institucije :

- Investiciono-razvojni fond Crne Gore
- Privredna komora Crne Gore - Odbor za žensko preduzetništvo
- Zavod za zapošljavanje Crne Gore
- Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća

#### **Investiciono-razvojni fond Crne Gore**

Donošenjem **Zakona o investiciono-razvojnog fondu Crne Gore 2009. godine** Skupština Crne Gore osniva Investiciono-razvojni fond Crne Gore u cilju podsticanja i ubrzanja privrednog razvoja Crne Gore. Kao jedna od djelatnosti Investiciono-razvojnog fonda određeno je odobravanje kredita i garancija kojima se podstiče osnivanje i razvoj malih i srednjih preduzeća i podstiče zapošljavanje (član 12. Zakona o investiciono-razvojnog fondu). Ovim zakonom se i nadležnost za poslove praćenja i realizacije finansijske podrške razvoja mikro, malih i srednjih preduzeća, koje je obavljala Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća, prenosi na Investiciono-razvojni fond počev od 31. marta 2010. godine.

Član 5. Statuta Investiciono-razvojnog fonda kao djelatnost ovog tijela predviđa :

1) odobravanje kredita i izdavanje garancija kojima se:

- podstiče osnivanje i razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetnika;
- pruža podrška i realizuju programi saradnje na: infrastrukturnim projektima, projektima vodosnabdijevanja, tretmana otpadnih voda kao i projektima unapređenja zaštite životne sredine;
- finansiraju projekti od lokalnog, regionalnog i državnog značaja;
- podstiče izvoz;
- podstiče zapošljavanje;

2) poslove vezane za prodaju kapitala u portfelju Fonda;

3) ostale poslove kojima se obezbjeđuje podrška ekonomskom razvoju u skladu sa Zakonom.

Statutom je predviđeno i da Fond donosi godišnji plan rada, finansijski plan i srednjoročni program rada, uz saglasnost Vlade (član 2.).

Posebna podrška ženskom preduzetništvu predviđena je Srednjoročnim planom rada koji definiše planirane aktivnosti koje će se sprovesti u periodu od 4 godine. Ovaj plan između ostalog predviđa finansijske mjere podrške kroz favorizovanje projekata koje se realizuju od strane specifičnih ciljnih grupa: mlađe populacije (od 18-25 godina), žena, pripadnika romske populacije i osoba sa invaliditetom. Prednost projekatima koji se realizuju od strane navedenih ciljnih grupa predviđena je i u pogledu nefinansijskih mjera podrške.

Tokom 2010. godine, Investiciono-razvojni fond je donio Godišnji plan, kao i kreditnu politiku za 2010. godinu kojima je predviđeno obezbeđenje finansijskih sredstva za finansiranje investicionih projekata malih i srednjih preduzeća. Međutim, iako ovi dokumenti predviđaju odobravanje kredita i garancija kojima se podstiče osnivanje i razvoj malih i srednjih preduzeća, plan za 2010. godinu ne predviđa pružanje posebne finansijske i nefinansijske pomoći ženskom preduzetništvu. Godišnji plan rada, kao i kreditna politika Investiciono-razvojnog fonda za 2011. slijedi strategiju predviđenu Srednjoročnim planom rada, predviđajući kreiranje finansijskih i nefinansijskih mjera podrške vodeći računa o specifičnim karakteristikama i potrebama navedenih ciljnih grupa. Naime, Kreditnom politikom za 2011. godinu predviđeno je da ukoliko Fond ne bude u mogućnosti da finansira sve projekte koji ispunjavaju uslove, projekti koji ispunjavaju uslove da budu kreditno podržani će biti bodovani prema kriterijumima navedenim u tabeli 2.2.3a.

**Tabeli 2.2.3a : Kriterijumi za bodovanje projekata koji ispunjavaju uslove da budu kreditno podržani**

<b>Zaposlenost (1 bod po novo zaposlenom) – maksimalno 10</b>	
	Broj bodova
<b>Regionalna komponenta</b>	
Jug	1
Centralni dio	3
Sjever	5
<b>Vrsta djelatnost</b>	
Proizvodnja	10
Poljoprivreda	9
Proizvodnja hrane	8
Turizam i ugostiteljstvo	5
Usluge	4
Trgovina	1
<b>Žene i mladi u biznisu</b>	
Žena/mlađa populacija vlasnik i pokretač biznisa	10
Većina (51%) zaposlenih žene/mlađa populacija	6
Žena/mlađa populacija upravlja biznisom	3
<b>Posebne kategorije</b>	
REA populacija	10
Invalidi	10
Preduzeća članovi Inkubatora	10

Kao što se vidi u tabeli 2.2.3a, pokretanje posla od strane žena ima podjednak tretman kao i učešće drugih specifičnih ciljnih grupa koje su kao takve određene Srednjoročnim i Godišnjim planom za 2011. godinu. Ipak, značajan podsticaj predstavlja činjenica da pokretanje biznisa i vlasništvo nad biznisom nosi najveći broj poena.

Direktan podsticaj ženskom preduzetništvu predstavlja `Konkurs za finansiranje projekata čiji su nosioci žene` koji je Investiciono-razvojni fond Crne Gore raspisao 9.02.2011. godine. Konkursom je predviđeno finansiranje 30 projekata početnika ili postojećih biznisa gde se kao nosilac projekta pojavljuje pripadnica ženske populacije, pri čemu se pod nosiocem investicije podrazumeva da funkciju izvršnog direktora vrši pripadnica ženske populacije. Konkurs je otvoren do kraja 2011. godine ili do ispunjavanja kvote od 30 finansiranih projekata.

**Uslovi direktnog kreditiranja :**

- Maksimalni iznos kredita do 100.000 € izuzev:
  - ✓ start up preduzeća gdje će maksimalan iznos kredita biti do 25.000 €,
  - ✓ preduzetnika gdje će maksimalan iznos sredstava biti do 15.000 €, i
  - ✓ poljoprivrednih proizvođača gdje će maksimalan iznos kredita biti do 15.000 €.
- Ročnost do 8 godina (uz mogućnost korišćenja grace perioda do 24 mjeseca);
- Kamatna stopa 4% na godišnjem nivou.
- Obavezno učešće investitora je minimum 50% od ukupne predračunske vrijednosti investicije, a može biti u novcu, stvarima i pravima.
- Namjena sredstava : minimum 80% kreditnih sredstava IRF-a mora biti investirano u osnovna sredstva, dok se ostatak istih može upotrijebiti za finansiranje obrtnih sredstava.

**Do početka novembra 2011. godine po osnovu ove posebne kreditne linije IRF-a finansirano je 11 projekata u ukupom iznosu od 0,25 mil €<sup>4</sup>.** Polovina odobrenih projekata ili 50% realizovano je u opštinama sjevernog regiona, dok je ostatak realizovan u centralnom regionu. Radi se o projektima iz oblasti proizvodnje, poljoprivrede, usluga i turizma.

**Privredna komora Crne Gore - Odbor za žensko preduzetništvo**

Privredna komora Crne Gore predviđa sprovođenje aktivnosti u cilju osnaženja preduzetničke aktivnosti žena. Najpre, programom rada za 2010. godinu predviđeno je učešće u projektu „W.E.I.T – Women Entrepreneurship In Tourism - žensko preduzetništvo u turizmu“. Projekat se sprovodi u saradnji sa Privrednom komorom Dubrovačko-Neretvanske županije, u trajanju od 2 godine, a u cilju analize i unaprjeđenja zakonodavstva koje reguliše pokretanje novih biznisa, organizovanja kontinuiranih edukativnih radionica za nezaposlene žene, štampanja publikacija sa svim neophodnim informacijama o biznis barijerama za žene i načinima njihovog prevazilaženja i medijske promocije uspješnih preduzetnica i prekogranične razmjene njihovih pozitivnih iskustava<sup>5</sup>. Pored toga, predviđene su aktivnosti udruženja Privredne komore Crne Gore u vidu inicijativa za stvaranje zakonodavstva koje će obezbijediti pozitivno okruženje za brži razvoj ženskog preduzetništva kroz kontinuirane aktivnosti.

Programom rada za 2011. godinu, Privredna komora Crne Gore ne predviđa posebne aktivnosti u cilju poboljšanja preduzetničke aktivnosti žena.

U drugoj polovini 2011. godine Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj (CEED) i Privredna komora pokrenuli su projekat `Nacionalna mreža mentora za žene preduzetnice u Crnoj Gori`. Ovaj program je namijenjen ženama preduzeticama i fokusiran je na pružanje podrške preduzetništvu i razvoju privatnog sektora. Osnovni cilj programa je da mentori u periodu od 12 mjeseci prate rad, pružaju savjete i prenose znanje i iskustvo preduzeticama. Nacionalnu mrežu mentora ženskog preduzetništva čine mentori koji će pružati pomoć preduzeticama koje su u početnoj fazi poslovanja ili imaju

<sup>4</sup> Izvor : web site IRF-a : [www.irfcg.me](http://www.irfcg.me)

<sup>5</sup> U trenutku izrade izvještaja o radu za 2010. godinu, ovaj projekat je bio u fazi odobrenja

poteškoća u vođenju sopstvenog posla, sa ciljem da se poveća broj uspešnih preduzeća kojima upravljaju žene. Takođe, preduzetnice koje budu izabrane za program mentorstva, imaće priliku da jednom mjesečno pohađaju praktične treninge na teme kao što su: komunikacione vještine, razvoj biznis plana, upravljanje porodičnim biznisom, istraživanje tržišta i sl. Na osnovu ovog poziva, biće odabrano minimum 10 preduzetnica.

### Zavod za zapošljavanje Crne Gore

Zavod za zapošljavanje Crne Gore (u daljem tekstu : Zavod) predstavlja posebno državno tijelo koje je zaduženo za poslove zapošljavanja. Jedna od važnih mjera koje Zavod sprovodi u cilju povećanja zaposlenosti je i podrška samozapošljavanju, putem finansijskih i nefinansijskih mjera podrške.

Jedan od programa koji Zavod sprovodi je Inovirani program za kontinuirano stimulisanje zapošljavanja i preduzetništva u Crnoj Gori koji je startovao u septembru 2008. god. i koji predstavlja nastavak Programa za kontinuirano stimulisanje zapošljavanja i preduzetništva iz 1999. godine.

Uslovi pod kojima se odobravaju krediti :

- iznos odobrenog kredita po novozaposlenom radniku je do 5.000€,
- maksimalni iznos kredita je 15.000€ - za 3 novootvorena radna mjesta,
- grace period je godinu dana,
- kredit se vraća u polugodišnjim anuitetima,
- rok povraćaja sredstava je tri godine za nezaposlena lica i dvije godine za mala preduzeća i preduzetnike,
- kamatna stopa na godišnjem nivou je 3% za projekte čiji su nosioci nezaposlene žene i projekte koji se realizuju u manje razvijenijim opštinama (Cetinje, Nikšić, Berane, Pljevlja, Bijelo Polje, Rožaje, Šavnik, Plužine, Žabljak, Mojkovac, Andrijevica, Plav i Kolašin) i 4% za projekte koji se realizuju u razvijenijim opštinama.

**U periodu od decembra 2009. do juna 2011. godine odobreno je 430 kredita za nezaposlena lica ukupne vrijednosti 2.588.000€. Nosioci 42,3% isfinansiranih kredita su žene (182 projekta) u vrijednosti od 1.045.000€<sup>6</sup>.**

Pored finansijskih mjera podrške, Zavod pruža i nefinansijske mjere podrške potencijalnim preduzetnicima. Jedna od tih mjera predstavlja i projekat `Virtuelna preduzeća`. Projekat se realizuje kroz obuke gdje polaznici, zajedno sa mentorima simuliraju radni proces, od osnivanja samog preduzeća, izrade biznis plana, zapošljavanja, do formiranja neophodnih službi unutar preduzeća, kao što su: služba prodaje, nabavke, kadrovsko odjeljenje, finansije i računovodstvo, marketing i sl. Svako virtuelno preduzeće ima vezu sa jednim stvarnim preduzećem, koja se ogleda u tome što zaposleni iz stvarnih preduzeća posjećuju trening preduzeća, prenose im svoja znanja i iskustva iz prakse. Na taj način, polaznici obuke imaju priliku da se posjetom stvarnih preduzeća upoznaju sa njihovim poslovanjem.

<sup>6</sup> Vlada Crne Gore, Ministarstvo za ljudska i manjinska prava - Izvještaj o ostvarivanju plana aktivnosti za postizanje rodne ravnopravnosti u Crnoj Gori 2008.-2012. za period decembar 2009. - jun 2011.



## Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća

Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća osnovana je uredbom Vlade Republike Crne Gore, najprije pod nazivom Agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća, da bi 2004. godine ovo tijelo bilo promjenjeno u `Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća` (u daljem tekstu : Direkcija). Nadležnosti ovog tijela su :

- definisanje strategije razvoja malih i srednjih preduzeća,
- pripremanje i realizacija programa i projekata za razvoj malih i srednjih preduzeća
- koordinacija programa, mjera i aktivnosti koja se odnose na razvoj malih i srednjih preduzeća
- praćenje realizacije programa finansijske podrške za razvoj malih i srednjih preduzeća, uključujući inostranu finansijsku podršku, koja je opredijeljena za razvoj malih i srednjih preduzeća
- istraživanje uticaja zakonskih i drugih akata na razvoj malih i srednjih preduzeća;
- pripremanje programa za edukaciju preduzetnika
- izradu projekata i staranje o organizovanju regionalnih i lokalnih centara za podršku razvoja malih i srednjih preduzeća
- predlaganje i obezbjeđivanje realizacije specijalnih programa za podsticaj razvoja malih i srednjih preduzeća (podsticaj razvoja franšizinga, lizinga, tehnoloških parkova, inkubatora, itd.)

Tokom svog rada, Direkcija je donijela Strategiju razvoja malih i srednjih preduzeća za periode 2002.-2006., 2007 – 2010., 2011 – 2015. godine. Pored toga, jedna od prioritarnih aktivnosti Direkcije je razvijanje institucionalne podrške razvoju malih i srednjih preduzeća putem formiranja lokalnih i regionalnih biznis centara. U okviru Direkcije za razvoj MSP je uspostavljena mreža od 11 regionalnih/lokalnih biznis centara koji imaju za cilj da obezbijede različite vrste poslovnih informacija, savjetodavnih i poslovnih usluga, i obuka prilagođenih potrebama i nivou razvoja malih i srednjih preduzeća. Pored toga, otvorena su dva inkubator centra. Prema OECD-u, biznis inkubatori se definišu kao posebni objekti sa namjenom da se novim preduzećima u razvoju, obezbijedi poslovni prostor, infrastruktura, sveobuhvatan opseg usluga i pogodnosti, tako da mogu da unaprijede sposobnost poslovanja tokom ranog perioda razvoja. Preduzeća borave u inkubatoru u prosjeku 2,5 do 3 godine, i prolaze kroz sljedeće faze:

1. period prije-inkubacije za registrovanje i osnivanje preduzeća
2. period inkubacije za rast i razvoj unutar inkubatora
3. period post-inkubacije za praćenje i podršku preduzećima koja su napustila inkubator.

U Crnoj Gori su aktivna dva inkubator centra (Podgorica, Bar) sa ukupno 23 stanara<sup>7</sup>.

Ipak, aktivnosti Direkcije za razvoj malih i srednjih preduzeća koje imaju za cilj direktan podsticaj **ženskog** preduzetništva nijesu primjećene.

<sup>7</sup> Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća - Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća 2011 - 2015

Dok su institucionalni mehanizmi prije svega zaduženi za kreiranje i sprovođenje strategija donijetih na nacionalnom nivou, nevladine organizacije pružaju značajnu podršku ženskom preduzetništvu putem različitih programa i obuka kojima se podstiče i poboljšava preduzetnička aktivnost žena, kao i putem inicijativa za unaprjeđenje nacionalne politike u ovoj oblasti. Među njima treba izdvojiti **Asocijaciju poslovnih žena Crne Gore "Poslovna žena"**. Asocijacija poslovnih žena Crne Gore "Poslovna žena" osnovana je krajem 2009. godine, uz podršku Njemačke organizacije za tehničku saradnju (GTZ) i Unije poslodavaca Crne Gore (UPCG) od strane dvanaest vlasnica crnogorskih preduzeća, direktorki i menadžerki. Cilj ovog udruženja je da udruženim snagama pomogne jačanju ženskog biznisa, povezivanju poslovnih žena na lokalnom, nacionalnom i međunarodnom planu, razmjeni ideja, znanja i iskustva, kao i realizaciji zajedničkih projekata. U tom cilju, Asocijacija poslovnih žena Crne Gore je učestovala na brojnim konferencijama i okruglim stolovima koji su imali za temu razmjenu mišljenja o ženskom preduzetništvu i problemima sa kojima se žene susreću prilikom preduzetničke aktivnosti.

Pitanjima rodne ravnopravnosti i ekonomskog osnaženja žena bave se i sljedeće organizacije : Udruženje zaposlenih žena „Žena danas“, Centar za razvoj preduzetništva i ekonomski razvoj, Forum žena, NVO Ženska akcija, Ženska alijansa za razvoj, Montenegro biznis alijansa, NVO SOS Nikšić za žene i djecu žrtve nasilja, Ženska vlada, Institut za strateške studije i prognoze i Evropski pokret u Crnoj Gori.

#### **Forum privrednih komora jadransko – jonske regije**

Forum privrednih komora jadransko-jonske regije je osnovan 2000. godine na inicijativu Županijske komore Splita i Instustrijsko trgovinske komore Ankone. Čini ga 37 komora iz Italije, Slovenije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Albanije, Grčke i Privredna komora Crne Gore. Privredna komora Crne Gore je jedan od osnivača Foruma i član od 2000. godine.

Rad Foruma sa sjedištem u Ankoni se odvija kroz saradnju u okviru šest oblasti (okruglih stolova) i to: transport, turizam, zaštita mora, ribarstvo, žensko preduzetništvo i poljoprivreda.

Tokom 2005. godine došlo je do osnivanja Odbora za žensko preduzetništvo sa ciljem organizacije obuka i radionica o aktuelnim temama za razvoj i afirmaciju ženskog preduzetništva, analize uslova i mogućnosti za unapređenje poslovnog okruženja za preduzetnice i umrežavanja preduzetnica u lokalne i regionalne mreže.

#### **Fakultet za međunarodne finansije, ekonomiju i biznis na Univerzitetu Donja Gorica**

Fakultet za međunarodne finansije, ekonomiju i biznis na Univerzitetu Donja Gorica organizovao je početkom 2011. godine Prvu Školu preduzetništva za mlade. Za učestvovanje na prvoj Školi preduzetništva za mlade na konkursu se prijavilo oko 50 srednjoškolaca od čega je odabrano 35.

## 2.2.4. Tržište radne snage

### 2.2.4a. Anketa o radnoj snazi – II kvartal 2011. godine

Sve bivše socijalističke zemlje karakterisao je visok stepen ekonomske aktivnosti žena. Do pogoršanja ekonomskog položaja žena dolazi u procesu tranzicije, i ogleda se u smanjenoj stopi ekonomske aktivnosti i nižim primanjima. Pored toga, primjetna je značajno veća zaposlenost žena u manje profitnim sektorima, dok su rukovodeći položaji i preduzetničke aktivnosti dominantnije među muškom populacijom.

Podaci iz Ankete o radnoj snazi za II kvartal 2011. godine daju prikaz trenutnog stanja na tržištu rada.

Iako je u okviru stanovništva starosti 15 i više godine, koja predstavlja starost sa kojom se stiče radna sposobnost, veći procenat ženske populacije, **muška populacija je značajno više zastupljena u okviru radno aktivnog stanovništva. Na lošiji položaj žena ukazuje i podatak da su žene značajno više prisutne u kategoriji neaktivnog stanovništva** (Tabela 2.2.4a.1).

Tabela 2.2.4a.1. Radna aktivnost stanovništva

	Muškarci	Žene
Stanovništvo (15+)	48.8	51.2
Aktivno <sup>8</sup>	56.7	43.3
Zaposlena lica	57.3	42.7
Nezaposlena lica	54.5	45.5
Neaktivno <sup>9</sup>	41	59.0

**Ukoliko se posmatraju zaposlena lica, primjetan je viši stepen obrazovanja žena u odnosu na mušku populaciju** : 31.4% zaposlenih žena ima višu ili visoku stručnu spremu, dok taj nivo obrazovanja poseduje 21% muškaraca. Pored toga, procenat muškaraca koji je nakon osnovne škole stekao odgovarajuće stručno obrazovanje je dvostruko veći u odnosu na žensko stanovništvo koje poseduje taj nivo obrazovanja (Tabela 2.2.4a.2).

<sup>8</sup> Aktivno stanovništvo (radnu snagu) čine sva zaposlena i nezaposlena lica stara 15 i više godina.

<sup>9</sup> Neaktivno stanovništvo čine sva lica stara 15 i više godina koja nijesu svrstana u aktivno stanovništvo

Tabela 2.2.4a.2: Zaposlena lica po stepenu obrazovanja i polu, Crna Gora drugi kvartal 2011.

Stručna sprema	Muškarci	Žene
Bez škole i nepotpuna osnovna škola	1.6	0.5
Osnovna škola	9.0	4.7
Stručno obrazovanje nakon osnovne škole	12.9	6.8
Srednje opšte obrazovanje	- <sup>10</sup>	5.6
Srednje stručne škole	50.9	51.0
Više i visoko stručno obrazovanje	21.1	31.4

Viši stepen obrazovanja ženske populacije je primjetan i ukoliko se uzmu u obzir podaci koji se odnose na nezaposlena lica : 18% nezaposlenih žena, posjeduje više ili visoko obrazovanje, dok ovaj stepen obrazovanja ima 14% nezaposlenih muškaraca. Stručno obrazovanje nakon osnovne škole je značajno više zastupljeno među muškom populacijom (23.6%), dok ovaj stepen obrazovanja posjeduje 16% nezaposlenih žena (Tabela 2.2.4a.3).

Tabela 2.2.4a.3: Nezaposlena lica prema stepenu obrazovanja i polu, Crna Gora drugi kvartal 2011.

	Muškarci	Žene
Bez škole i nepotpuna osnovna škola	1.10	-
Osnovna škola	13.5	11.1
Stručno obrazovanje nakon osnovne škole	23.6	16.1
Srednje opšte obrazovanje	-	-
Srednje stručne škole	42.9	43.0
Više i visoko stručno obrazovanje	13.5	18.0

**Mušku populaciju karakteriše i značajno veći stepen preduzetničke aktivnosti** : dok sopstveni posao posjeduje 21% muškaraca, ovaj vid zaposlenja karakteriše 9% žena (Tabela 2.2.4a.4).

Tabela 2.2.4a.4: Zaposlena lica po statusu zaposlenja i polu, Crna Gora drugi kvartal 2011

Status zaposlenja	Muškarci	Žene
Samozaposleni	21.3	8.9
Zaposleni radnici	77.2	90.5
Porodični radnici	-	-

Uslužne djelatnosti kao sektor zaposlenja preovlađuju kod obje posmatrane populacije. Međutim, **dok žene čine skoro polovinu radne snage zaposlene u ovom sektoru , njihov udio u populaciji zaposlenoj u sektoru poljoprivrednih i nepoljoprivrednih zanimanja je značajno manji.** Da žensku populaciju

<sup>10</sup> *Neprecizna ocjena*

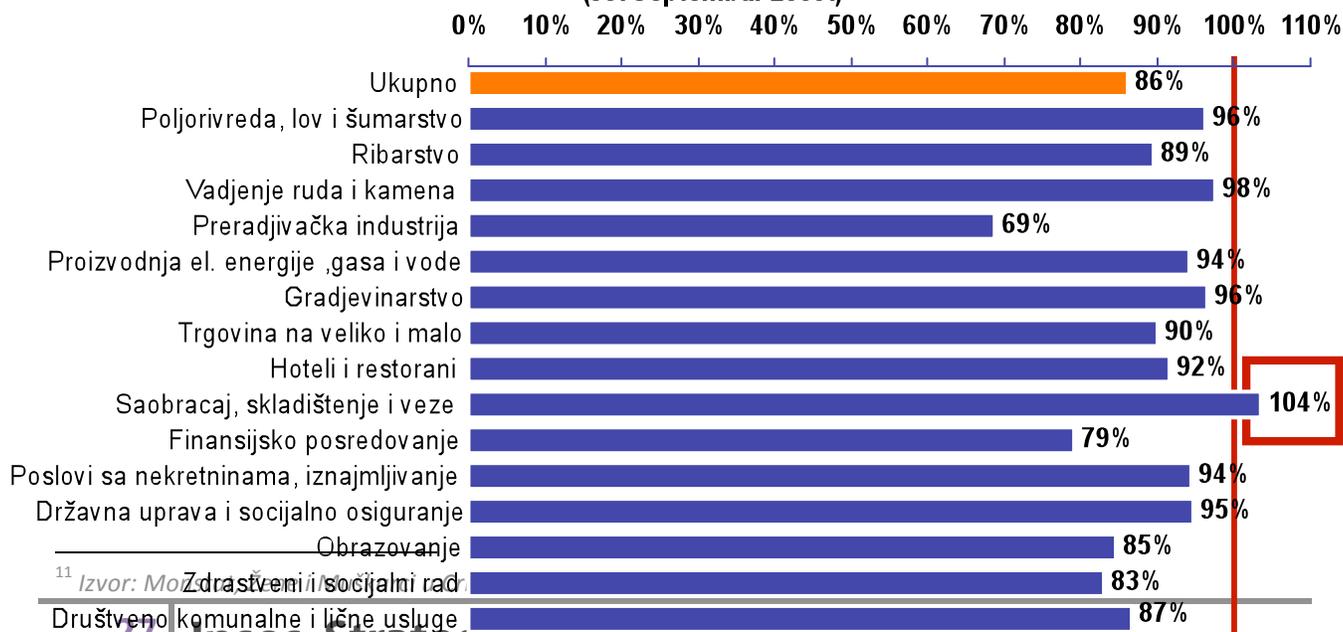
karakteriše zaposlenost u oblasti uslužnih djelatnosti pokazuje i podatak da one predstavljaju dominantnu radnu snagu u oblasti obrazovanja i zdravstvene i socijalne zaštite (2.2.4a.5).

Tabela 2.2.4a.5: Zaposlena lica prema sektorima djelatnosti i polu, Crna Gora drugi kvartal 2011.

Sektor djelatnosti	Muškarci	Žene	% Žene
<b>Poljoprivredne djelatnosti</b>	<b>6.40</b>	<b>3.4</b>	<b>28.3</b>
<b>Nepoljoprivredna zanimanja</b>	<b>26.3</b>	<b>10.30</b>	<b>22.50</b>
<b>Uslužne djelatnosti</b>	<b>67.3</b>	<b>86.4</b>	<b>48.9</b>
Trgovina na veliko i malo. opravka	18.0	26.8	52.6
Saobraćaj. skladištenje i veze	10.00	4.10	23.4
Usluge smještaja i ishrane	7.90	6.90	39.20
Informisanje i komunikacije	2.7	2.1	36.7
Finansijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	1.6	1.70	44.9
Stručne naučne i tehničke djelatnosti	4.80	6.20	49.20
Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	2.9	1.2	23.0
Državna uprava i odbrana, obavezno socijalno osiguranje	8.90	10.3	46.2
Obrazovanje	3.6	9.1	65.1
Zdravstvena i socijalna zaštita	2.0	10.00	79.0
Umjetnost. zabava i rekreacija	1.9	2.40	48.9
Ostale uslužne djelatnosti		2.9	49.80

Podaci iz 2009<sup>11</sup>. godine govore da su zarade žena na nivou 86% u odnosu na muške zarade. Najlošija situacija je u prerađivačkoj industriji u kojoj ženske zarade ne dostižu ni 70% muških zarada. Zatim sledi finansijsko posredovanje u kojem ženske zarade čine 79% muških zarada a ženske zarade su ispod 90%

**Grafikon 2.2.4.1. Prosječne zarade žena u odnosu na prosječne zarade muškaraca (30. septembar 2009.)**



<sup>11</sup> Izvor: MoZ

muških zarada i u obrazovanju, zdravstvu i društveno komunalnim i ličnim uslugama. Samo u sektoru saobraćaja, skladištenja i veza ženske plate prevazilaze muške i čine 104% muških zarada.

U septembru 2009. godine prosječne bruto zarade žena u Crnoj Gori iznosile su 581 eura, a muškaraca 674 eura, dok su u martu 2010. prosječne bruto plate žena bile 637 eura, a muškaraca 740 eura; odavde se vidi da se odnos prosječnih bruto ženskih zarada sa prosječnim bruto muškim zaradama nije mijenjao (ženske zarade čine 86% ženskih zarada).

**Razlika u platama u kategoriji samozaposlenih je manja nego kada se posmatra cijela populacija i u tom slučaju neto prosječne plate žena iznose 94% plata muškaraca.**

Plate žena čine 85.3% plata muškaraca kada su u pitanju eksperti a 82.9% kada govorimo stručnim saradnicima i tehničarima. Kod uslužnih radnika i trgovaca (sektori u kojima žene broičano dominiraju) ta razlika iznosi 78%, a kod osnovnih jednostavnih zanimanja 73%. U kategoriji službenika prosječne plate žena su veće od prosječnih plata muškaraca i čine 102% prosječnih plata muškaraca.<sup>12</sup>

#### 2.2.4b. GEM izvještaj

"Global Entrepreneurship Monitor" (GEM) predstavlja jedinstveni međunarodni istraživački projekat, koji je pokrenut 1999. godine od strane svjetskih eksperata za preduzetništvo u cilju proučavanja odnosa između preduzetništva i ekonomskog rasta.

Početkom aprila 2010. godine potpisan je Sporazum između institucija učesnika u GEM projektu (Ekonomski fakultet Podgorica, Investiciono-razvojni fond Crne Gore, Ministarstvo ekonomije, Zavod za zapošljavanje Crne Gore, Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća i Privredna komora Crne Gore). Osnovni cilj ovog projekta je godišnja procjena preduzetničkih aktivnosti na nacionalnom planu, ali i ispitivanje uloge preduzetništva u ekonomskom razvoju Crne Gore. Stoga, ova studija predstavlja značajan dokument koji treba uzeti u obzir prilikom kreiranja novih mera ekonomskog razvoja Crne Gore.

GEM izveštaj za 2010. godinu Crnu Goru svrstava u grupu ekonomija baziranih na efikasnosti.

Karakteristike ovog tipa ekonomije su :

- Povećana industrijalizacija i obim ekonomije
- Dominacija velikih firmi, ali koje se otvaraju više u lancu snabdjevanja za mala i srednja preduzeća.

<sup>12</sup> Za više informacija vidjeti: *Evropski pokret u Crnoj Gori – Rodne razlike u platama i prihodima*

Prema rezultatima GEM istraživanja za 2010. godinu, zemlje sa ovim tipom ekonomije karakteriše:

- najveći stepen preduzetničke aktivnosti među populacijom starosti od 25-34 godine
- **nešto izraženija preduzetnička aktivnost muškaraca, u odnosu na procenat preduzetnika ženskog pola (prema GEM izvještaju za Crnu Goru, preduzetnička aktivnost muškaraca je dvostruko veća u odnosu na aktivnost žena)**

GEM istraživanje pruža informaciju o tzv. TEA indexu, kojim se utvrđuje procenat populacije starosti od 18-64 godine čija je preduzetnička aktivnost kraća od 42 mjeseca. Izvještaj za 2010. godinu pokazuje da se Crna Gora nalazi na prvom mjestu u grupi zemalja Istočne Evrope po tzv. TEA indexu, odnosno na 7. mjestu u grupi ekonomija čiji se razvoj bazira na efikasnosti. Ovakvi podaci ukazuju da je ekonomija Crne Gore ekonomija sa relativno kratkom istorijom primjene principa preduzetništva.

#### 2.2.4b. Izvještaj CEDAW Komiteta

Ministarstvo za ljudska i manjinska prava je, u skladu sa obavezom predviđenom Konvencijom o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena, u februaru 2010. godine, dostavila Izvještaj o sprovođenju Konvencije o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena (CEDAW) CEDAW komitetu, u kom je ukazano na zakonodavne i druge mjere koje je Crna Gora preduzela i koje preduzima u cilju realizacije obaveza utvrđenih Konvencijom, i koji se odnosi na period od 2006. do 2009. godine. Nakon dostavljanja Izvještaja o sprovođenju Konvencije o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena (CEDAW) CEDAW komitetu, i odgovora na dodatna pitanja koja su uslijedila nakon inicijalnog izvještaja, Komitet za eliminaciju diskriminacije žena je 21. oktobra 2011 godine donio `Zaključne stavove Komiteta za eliminaciju diskriminacije žena`. Iako Komitet načelno pozdravlja usvajanje više propisa usmjerenih ka eliminaciji diskriminacije nad ženama, u pojedinim oblastima izražava zabrinutost i daje preporuke za dalje djelovanje. Među ovim zaključcima i preporukama za razvoj ženskog preduzetništva poseban značaj imaju preporuke koje se odnose na polje zapošljavanja. Najprije, Komitet izražava zabrinutost u pogledu broja zaposlenosti žena, koje su značajno više pogođene nezaposlenošću. Pored toga, prema navodima Komiteta, žene su koncentrisane na loše plaćenim poslovima, često radeći pod ugovorima na određeno vrijeme koji se lako mogu prekinuti u slučajevima ostvarivanja prava na plaćeno porodiljsko odsustvo i njihovog vraćanja na posao nakon toga, i nedovoljno zastupljene na visokim pozicijama u javnom i privatnom sektoru. Komitet je zabrinut i u pogledu nedostatka fleksibilnih radnih aranžmana, ustanova za brigu o djeci, i nepostojanje specijalnog, neprenosivog prava na plaćeno odsustvo oca zbog rođenja djeteta, što primorava žene da rade na poslovima sa kraćim radnim vremenom i loše plaćenim poslovima, čime dolazi do dodatne nejednakosti u pogledu podjele obaveza u domaćinstvu između muškarca i žene. Imajući u vidu navedeno, Komitet donosi sljedeće preporuke u oblasti zapošljavanja :

- a) obezbjeđenje da Zakon o izmjenama zakona o radu izričito predvidi jednaku nadoknadu muškarcima i ženama za posao jednake vrijednosti, zaštiti prava na plaćeno porodiljsko odsustvo žena zaposlenih po ugovoru na određeno vrijeme, uz vraćanje na posao nakon toga, i

uvede specijalno neprenosivo pravo oca na plaćeno odsustvo zbog rođenja djeteta kako bi pospješila aktivno učešće očeva u podizanju djeteta.

b) stimulisanje poslodavaca i zaposlenih na ugovaranje fleksibilnih radnih aranžmana, i podsticanje muškaraca da koriste takve aranžmane, dodatno podigne svijest o odgovornom očinstvu, i poveća broj i kapacitete finansijski pristupačnih ustanova za brigu o djeci u svim dijelovima države;

c) prikupljanje podataka o položaju žena i muškaraca na tržištu rada, razvrstanih po polu, kao i o broju i rezultatima izvršenih inspekcija rada, sudskih predmeta i procesuiranih pritužbi zbog diskriminacije na poslu po osnovu pola i seksualnog uznemiravanja i uključenje ovih podataka u sljedeći periodični izvještaj;

d) Efektivna primjena postojećih i usvajanje dodatnih politika i ciljanih mjera sa utvrđenim rokom za ostvarivanje postavljenih ciljeva i indikatorima da bi se ostvarila suštinska ravnopravnost žena i muškaraca na tržištu rada, poboljšala zaposlenost žena, uključujući žene iz RAE populacije, eliminisala profesionalna segregacija i smanjio jaz u zaradama između žena i muškaraca.

## 2.3. PRIMJERI DOBRE PRAKSE

### Garancijski fond Vojvodine

Garancijski fond Vojvodine osnovan je sa ciljem da olakša pristup finansijskom tržištu i obezbjedi povoljnije uslove kreditiranja od onih koje nude banke. Ovaj zadatak Fond realizuje kroz svoju osnovnu djelatnost, izdavanje garancija bankama kao sredstva obezbjeđenja urednog vraćanja bankarskih kredita. Ciljevi Garancijskog fonda su :

- porast zaposlenosti i životnog standarda,
- dinamičniji i uravnoteženiji regionalni razvoj AP Vojvodine u skladu sa Nacionalnom strategijom privrednog razvoja Republike Srbije.
- izvoz i unaprjeđenje konkurentnosti privrednih subjekata
- osnivanje, početak rada i razvoj privrednih subjekata, čiji su osnivači žene i mladi
- integracija izbeglih, prognanih i raseljenih lica
- smanjenje visine nivoa efektivne kamatne stope na kredite

Garancijski fond je sproveo nekoliko konkursa, od kojih najveći značaj imaju `Konkurs za odobravanje garancija za obezbjeđenje kredita namjenjenih finansiranju START UP programa radno neaktivnih žena sa teritorije Autonomne Pokrajine Vojvodine` i `Konkurs za odobravanje garancija za obezbjeđenje kredita namjenjenih finansiranju nabavke opreme preduzetnicama i ženama osnivačima malih preduzeća koje djelatnost obavljaju manje od tri godine sa teritorije Autonomne Pokrajine Vojvodine`. Do kraja 2010. godine Garancijski fond Vojvodine je odobrio 154 garancije u oblasti razvoja ženskog preduzetništva koje su dovele do otvaranja 605 novih radnih mjesta.

**Garantni fond za žene, Francuska**

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

Cilj programa je pomoć preduzeticama u pristupu finansijskim sredstvima. Ovaj program obezbjeđuje garanciju za finansijske pozajmice preduzeticama kako bi im se olakšao pristup sredstvima. Preduzetnica bi trebalo da stupi u kontakt sa bankom i regionalnim predstavnikom za ženska prava. Banka odlučuje o finansijskoj pozajmici i šalje dokumentaciju IDES-u koji odlučuje o uslovima garancije. Garancija pokriva srednjoročne bankraske kredite, gdje za pozajmice između 5 .000 i 38. 000 EUR-a, od 2 do 7 godina, garantni fond IDES-a pokriva i do 70 % iznosa.

**Program za podsticanje ženskog preduzetništva, Grčka**

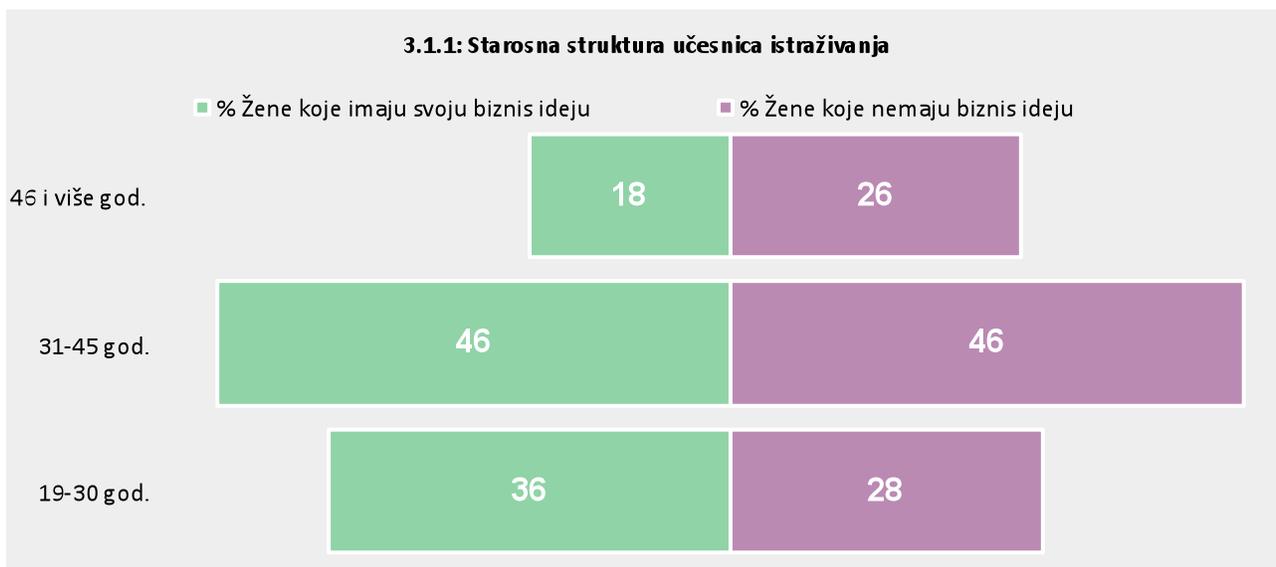
Program je osnovan od strane Organizacije za mala i srednja preduzeća i zanate u Grčkoj. Ima za cilj pružanje podrške ženama u stvaranju modernih samoodrživih preduzeća. Program naročito potencira preduzetništvo u području proizvodnje, e-trgovine, usluga, turizma sa fokusom na lokalni i regionalni razvoj, kao i korištenje novih tehnologija i inovacija. Svrha ovog programa je podrška ženama između 18 do 55 godina bez iskustva u biznisu da postanu preduzetnici. Pomoć se ostvaruje kroz finansijsku podršku koja ide i do 50 % sredstava definisanih preduzetničkim planom. Iznos u krajnjoj liniji zavisi od samog plana, područja u kome se preduzeće osniva i vrste biznisa.

## III Demografija i prethodno iskustvo

### 3.1 Demografija

Istraživanja koja su u regionu vršena tokom devedesetih godina govorila su da se mlađi ljudi značajno češće uključuju u preduzetništvo. Međutim, godine starosti u kojima žene ulaze u privatne biznise su se mijenjale tokom vremena. Iako se i dalje najveći procenat žena odlučuje za ulazak u preduzetničku karijeru do svoje 35 godine života, starosna struktura početnica u preduzetništvu se polako mijenjala i podizala na gore. Razlog za to se nalazi u činjenici da su se u privatne biznise početkom 2000-tih počele uključivati žene koje su izgubile posao tokom procesa privatizacije, destrukcije velikih privrednih kompanija, kao i državnih službi.

Kad je riječ o ovom istraživanju među potencijalnim preduzetnicama, odnosno onim ženama koje imaju biznis ideju, najčešće su žene koje imaju između 31 i 45 godina (46%), zatim slijede žene koje imaju između 19 i 30 godina (36%) i na kraju žene koje imaju 46 ili više godina (18%). Sličnu starosnu strukturu imaju i žene koje u ovom trenutku ne žele da se bave preduzetništvom.



Što se tiče bračnog statusa žena, od svih žena obuhvaćenih istraživanjem tri četvrtine su u braku, a jedna četvrtina van braka (neudate ili razvedene). Po ovom pitanju nisu uočene značajne razlike između potencijalnih preduzetnica i žena koje nemaju biznis ideju.

Takođe, u domaćinstvima u kojima žive žene koje imaju biznis ideju u 72% slučajeva žive djeca. Sličan procenat je i u slučaju domaćinstava u kojima žive žene koje u ovom trenutku ne žele da se bave preduzetništvom (74%).

Što se tiče porodičnog porijekla potencijalnih preduzetnica obuhvaćenih ovim istraživanjem, one potiču iz svih socijalnih slojeva. Najveći procenat potencijalnih preduzetnica dolazi iz domaćinstava sa ukupnim mjesečnim prihodima između 350 i 650 eura, tačnije 41%.

Svaka peta je porijeklom iz porodica u kojima je već postojala tradicija nekog privatnog posla. Zato se može tvrditi da su potencijalne preduzetnice obuhvaćene ovim istraživanjem, u najvećoj mjeri, "nove preduzetnice", koje, uglavnom, kreću u tu oblast bez ikakve prethodne porodične tradicije.

Svaga 3% potencijalnih preduzetnica obuhvaćenih ovim istraživanjem nema završenu srednju školu, dvije trećine potencijalnih preduzetnica je završilo srednju školu, a višu ili fakultet 31%. Obrazovni profili potencijalnih preduzetnica iz ovog istraživanja se razlikuju u odnosu na rezultate istraživanja u koje je sprovela Asocijacija privrednih komora EU. U tom istraživanju o preduzeticama 17% ima završenu osnovnu školu, 39% srednju a čak 44% visoko obrazovanje.

Kao što ćemo kasnije u izvještaju vidjeti, žene obuhvaćene ovim istraživanjem u preduzetništvo najčešće ulaze iz nužde. Žene koje su visoko obrazovane imaju bolji ekonomski status, češće su zaposlene i upravo u toj činjenici se može tražiti razlika sa rezultatima Asocijacije privrednih komora Evropske unije.

S druge strane, među ženama učesnicama ovog istraživanja, 9% nema završenu srednju školu, 65% ima srednje obrazovanje a 26% ima visoko obrazovanje.

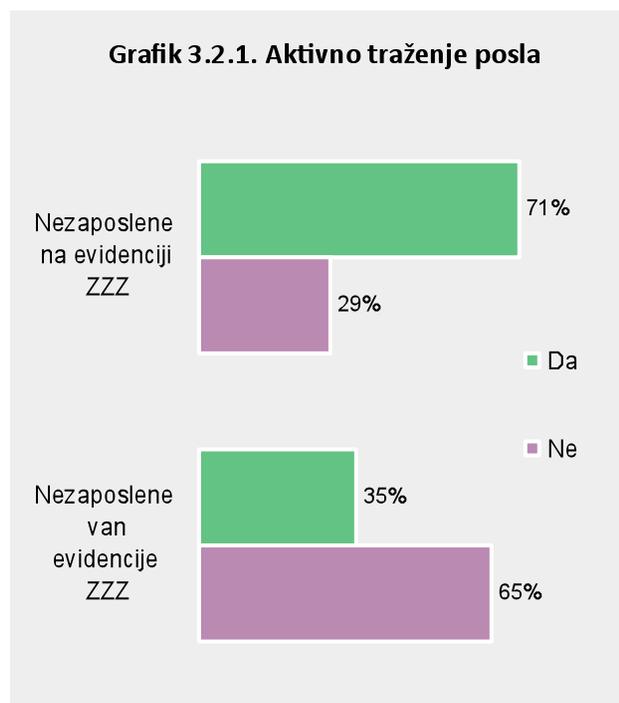
Regionalno posmatrano, najveći procenat potencijalnih preduzetnica je registrovan u centralnom regionu a žene koje žive na primorju nešto češće od ostalih pripadaju grupi žena koje u ovom trenutku ne žele da započnu preduzetničku karijeru.

Profesionalni sastav potencijalnih preduzetnica je različit, nema nekog pravila o tome koja profesija ili zanimanje je više ili manje podsticajna za ulazak u preduzetništvo. Može se konstatovati da su žene svih profesija i zanimanja pokazivale motivaciju i želju da uđu u privatni biznis. Dakle, sama profesija nije bitna pretpostavka, nego je zapravo ekonomska situacija i mogućnost izbora za zaposlenje ono što određuje motivaciju za ulazak u privatni biznis kad su u pitanju žene obuhvaćene ovim istraživanjem.

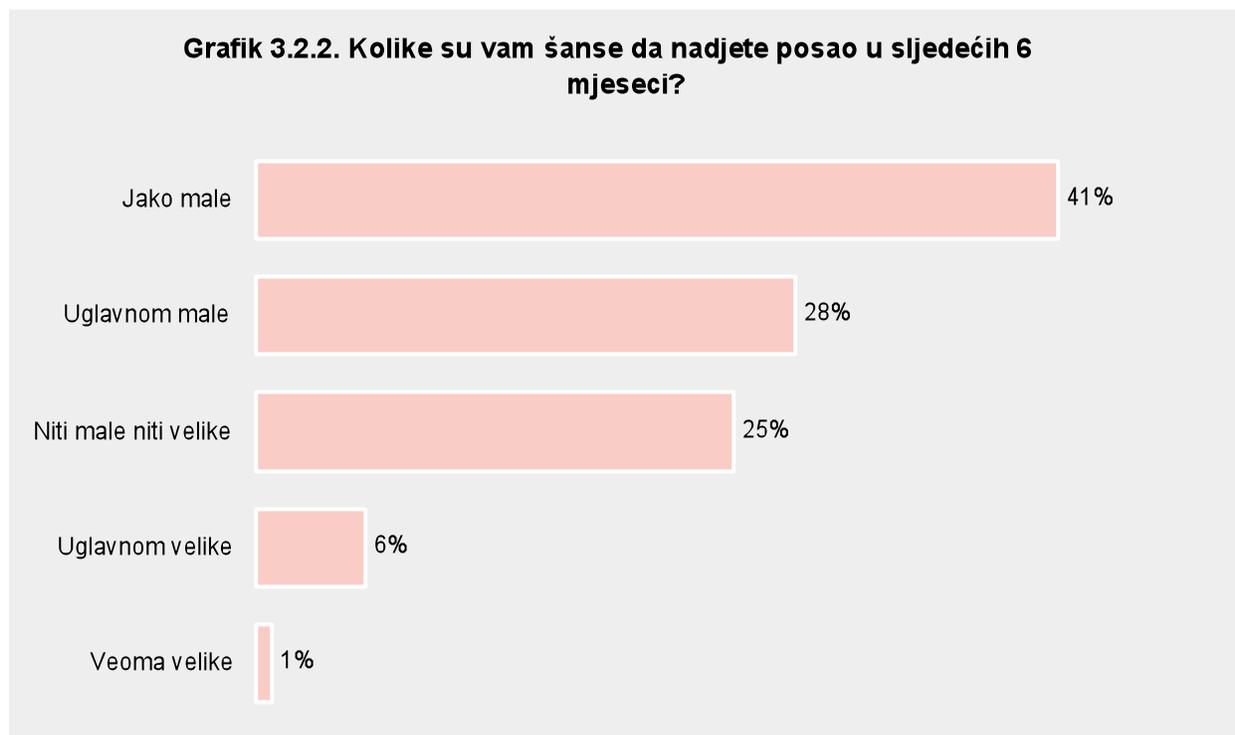
### 3.2 Prethodno iskustvo

**PO PITANJU SAMOPERCEPCIJE SOPSTVENOG TRENUTNOG STATUSA POSTOJI ZNAČAJNA RAZLIKA IZMEĐU ŽENA KOJE JESU I ONIH KOJE NIJESU NA EVIDENCIJI ZZZ. ŽENE KOJE SU NEZAPOSLENE A NISU NA EVIDENCIJI SU ZNAČAJNO MANJE AKTIVNE U TRAŽENJU POSLA, ČEŠĆE SE IDENTIFIKUJU SA PASIVNIM STATUSOM DOMAĆICE I RJEĐE SU PRETHODNO RADILE OD ŽENA KOJE SU NEZAPOSLENE ALI SE NALAZE NA EVIDENCIJI ZZZ. SA DRUGE STRANE MEĐU ZAPOSLENIM ŽENAMA VLADA VELIKI STRAH OD GUBITKA POSLA.**

Već i kad je riječ o samodeklarisanom trenutnom statusu postoje značajne razlike u samopercepciji nezaposlenih žena koje su na evidenciji i nezaposlenih žena koje nijesu na evidenciji Zavoda za zapošljavanje Crne Gore. Dok se nezaposlene žene na evidenciji Zavoda za zapošljavanje Crne Gore u 87% slučajeva doživljavaju kao nezaposlene, a u svega 12% kao domaćice; nezaposlene žene koje nijesu na evidenciji Zavoda za zapošljavanje Crne Gore sebe češće vide kao domaćice (52%) nego kao osobe koje su trenutno bez zaposlenja (46%). Razlika između ove dvije kategorije nezaposlenih još jasnije se uočava kada je u pitanju traženje posla. Dok nezaposlene žene na evidenciji Zavoda u čak 71% slučajeva navode da aktivno traže posao, to isto čini tek 29 % nezaposlenih žena van evidencije.



Među onima koje nijesu zaposlene i traže posao, bez obzira da li su na evidenciji ili nisu nema značajne razlike po pitanju procjene šansi za nalaženje posla: gotovo 70% nezaposlenih žena koje traže posao smatra da su im šanse male (suma procjena da je reč o jako malim i uglavnom malim šansama), a svega 6% vidi svoje šanse u pozitivnom svjetlu, smatrajući svoje šanse velikim (suma procena da je reč o veoma



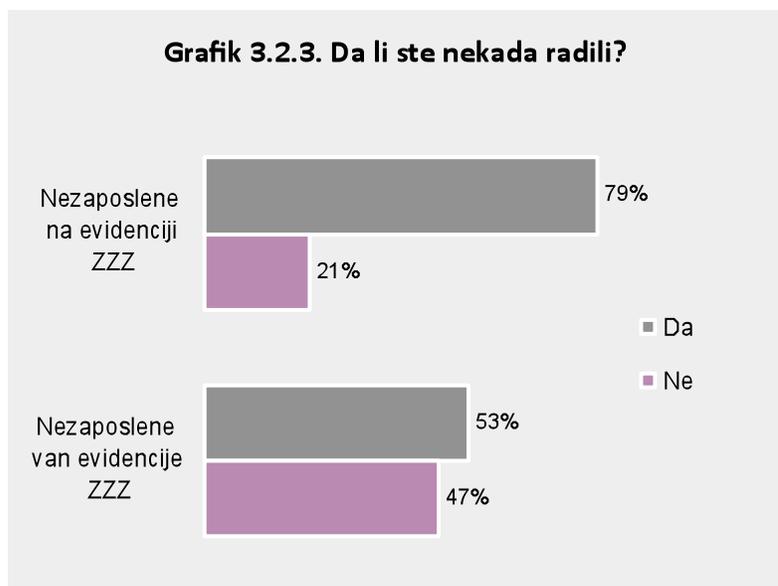
velikim i uglavnom velikim šansama). Među ženama koje aktivno traže posao, svoje šanse za nalaženje posla kao „jako male“ značajno češće prepoznaju žene sa sjevera Crne Gore, čak 70%.

*Sudeći prema sprovedenim dubinskim intervjuima sa ženama koje su trenutno u statusu nezaposlenih, treba istaći i da su uslovi „skidanja sa evidencije“ ZZZ krajnje rigidni i suviše zavise od slobodne volje i subjektivne procjene zaposlenih u ZZZ. Tako, nezaposlena frizerka koja je prije 6 godina „skinuta“ sa evidencije navodi da je takav ishod posljedica lične nadmenosti i nadobudnosti zaposlenog službenika koji joj je iz ličnog animoziteta namerno ponudio, po njoj, „nemoguće uslove“, prekvalifikaciju za zanimanje pekara i uz to posao na primorju, posle čega ju je zbog odbijanja ove ponude, skinuo sa evidencije.*

Sa druge strane, među zaposlenim ženama vlada veliki strah od gubitka posla, budući da čak 81% njih dijeli ovu bojazan.

Žene su zaposlene uglavnom izvan neposredne proizvodnje (administracija i sl. ) - čak 46% njih, zatim kao kvalifikovane radnice – njih 28%, kao srednji rukovodeći kadar – 13% njih, kao visoko kvalifikovane intelektualke (advokatice, ljekarke, nastavnice,...) – njih 9%. Najviše i najniže pozicije se rijetko zauzimaju: tako se na položaju visokih rukovodećih kadrova i nekvalifikovanih radnica nalazi po svega 2,5% žena.

Pitanje za trenutno nezaposlene „Da li ste nekada radili?“ odnosno za zaposlene „Da li ste prije ovog posla radili negdje drugo?“ donosi značajne razlike među ciljnim grupama. Dok je 4/5 nezaposlenih žena na evidenciji Zavoda ranije bilo u radnom odnosu, skoro polovina žena koje nisu na evidenciji (47%) nikada nisu radile. Sa druge strane, 64% trenutno zaposlenih su prije ovog posla radili negdje drugdje, a za 36% njih sadašnji posao je bio i prvi posao.



Od onih koje su ranije bile u radnom odnosu 60% je bilo angažovano u privatnom preduzeću, 23% u organima državne uprave, 20% u javnom preduzeću, 7% u organima lokalne uprave, a 2% u nevladinim organizacijama.

Nema značajnih razlika među osnovnim ciljnim grupama po pitanju porodične istorije i učestalosti bavljenja tradicionalnim slobodnim zanimanjima, sopstvenim poslom u trgovini, proizvodnji ili pružanju drugih vrsta usluga.

Na osnovu nalaza dubinskih intervjua sa preduzeticama, ipak se može zaključiti da imati nekog u porodici ko se već bavi preduzetništvom može biti od značaja za sticanje preduzetničkog duha, veću spremnost i podršku za pokretanje sopstvenog biznisa. U tom smislu, pored činjenice da se neko u porodici trenutno aktivno bavi biznisom, važno je da žena u takvoj porodici ima prilike da stekne temeljnije iskustvo vezano za taj porodični biznis.

*„Ja sam od srednje škole radila kod strica u prodavnici. Vidjela sam sve kako se radi, kako se prodaje, kako se nabavlja, šta je sve važno za vođenje prodavnice. Kad sam dobila dio novca od prodaje porodične imovine, kao miraz, i kad smo se preselili u Podgoricu, bila sam sigurna da ću pokrenuti svoju prodavnicu“*

*„Ja sam prvo počela sa momkom da uvozim automobile iz Švajcarske. Odem avionom i vratim se automobilom. Kasnije smo se rastali, ali ja sam stekla to iskustvo i nastavila sama“*

*„Moji su se uvijek bavili trgovinom i ja sam od malena radila na popisu robe, stanju nabavke. Kad je došlo vrijeme da radim, pokušala sam da se zaposlim i radila sam u jednoj firmi, ali nisam mogla da podnesem radnu disciplinu i autoritet sa kojim se ne slažem, pa sam osnovala svoju prodavnicu nakita kojeg dijelom sama proizvodim, a dijelom uvozim. Za to sam imala punu podršku porodice.“*

Kod 17% žena koje navode da je u njihovoj porodičnoj tradiciji bilo oblika samostalnog preduzetništva, najčešće se kao nosilac te preduzetničke aktivnosti pominje otac, u čak 41% slučajeva, dok se **majka preduzetnica javlja značajno ređe (19%)**. Preduzetnici iz porodice su se uglavnom bavili ili se i dalje bave trgovinom (26%), šnjajderajem (22%), vođenjem privatnog preduzeća (10%), vođenjem fotografske radnje (5%), vođenjem obučarske radnje (5%), ugostiteljstvom (5%). Dok su muškarci (očevi, đevovi, muževi, sinovi,...) dominantni u trgovini, vođenju privatnog preduzeća, ugostiteljstvu, vođenju obučarske i stolarske radnje ili prodaji autodjelova; žene u porodičnoj tradiciji su dominantne u šnjajderaju, a tek minimalno su prisutne i u trgovini.

## IV Prepreke

### 4.1 Uticaj rodnih uloga na žensko preduzetništvo

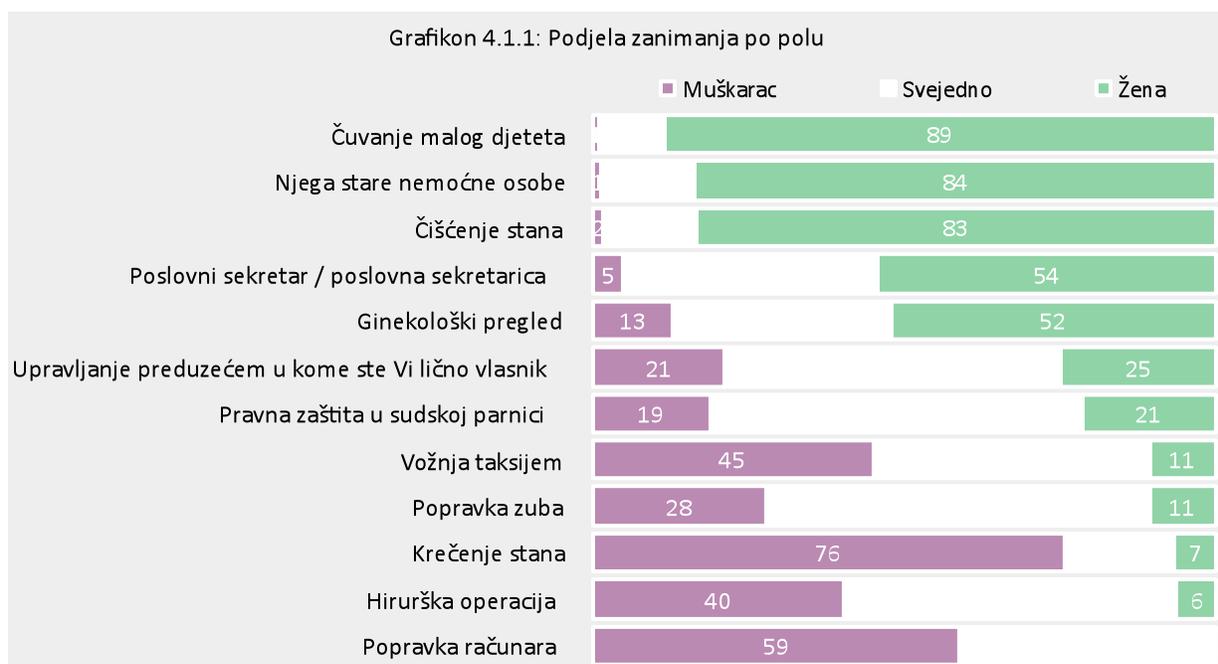
Rodne uloge predstavljaju društveno konstruisane uloge žena i muškaraca. Na koji način jedno društvo vidi ulogu žene i muškarca i šta od svakog od njih očekuje (društvena očekivanja vezana za rodne uloge) zavisi od niza faktora: kulturnih, političkih, ekonomskih, društvenih i religioznih. Na njih podjednako utiču i običaji, pravo, klasna i etnička pripadnost, kao i predrasude raširene u datom društvu. Stavovi i ponašanja prema rodu su naučeni i mogu se mijenjati. Razlike u shvatanju društvenih uloga muškaraca i žena mogu se uočiti u društvenom, političkom, obrazovnom i ekonomskom kontekstu.

Kad je riječ o visokostručnim profesijama, većini žena koje su učestvovala u ovom istraživanju, je svejedno da li će na popravku zuba (62%) ili hiruršku operaciju (53%) ići kod muškarca ili kod žene, da li bi u preduzeću u ličnom vlasništvu upravljanje bilo povjereno ženi ili muškarcu (54%), da li bi pravnu zaštitu u sudskoj parnici tražili od žene ili muškarca (60%). Ovi rezultati posebno su interesantni ako se posmatraju kroz prizmu činjenice da u Crnoj Gori od svih hirurga 93% čine muškarci (među dječijim hirurzima je odnos nešto bolji, tačnije među njima ima 20% žena), što upućuje na zaključak da su žene sve više prihvatljive čak i u onim zanimanjima koja su tradicionalno muška i gdje su žene izuzetno rijetke.

S druge strane, iako je za hirurške intervencije i popravku zuba najveći procenat odgovora svejedno, treba naglasiti da je pored toga procenat sagovornica koju su kao poželjne izvršitelje ovih zanimanja navele muškarce značajno veći od onih koje su navele žene.

Ipak, jasna rodna segregacija se ističe kada posmatramo grupe zanimanja. Kad je riječ o čuvanju malog djeteta, njegovanju stare nemoćne osobe pa i čišćenju stana, žene kao poželjni izvršioци tih zanimanja apsolutno dominiraju. Osim toga, žene su značajno poželjnije kao poslovni sekretari/ce i kao ginekolozi, odnosno ginekološkinje.

Žene i dalje kao muška zanimanja češće percipiraju popravku računara (60%), vožnju taksija (45%) i krećenje stana (76%).



Zanimljivo je da žene koje su pokrenule biznis ako bi trebale da zaposle nekog na pozicijama u svojoj firmi, pored načelne rodne jednakosti, ipak daju prednost ženama - smatrajući ih odgovornijim i posvećenijim poslovnim zadacima.

*„Žena zbog svoje majčinske uloge i porodičnih obaveza mnogo bolje zna kako i kad nešto treba da se odgovorno uradi“.*

*„Muškarcima ne bih povjerila odgovoran posao. Dok sam radila kod strica u prodavnici bio je muškarac poslovođa i imao je hiljadu propusta, ponašao se neodgovorno. Dala bih ipak prednost ženama, moj sric kao vrijedan muškarac je izuzetak.“*

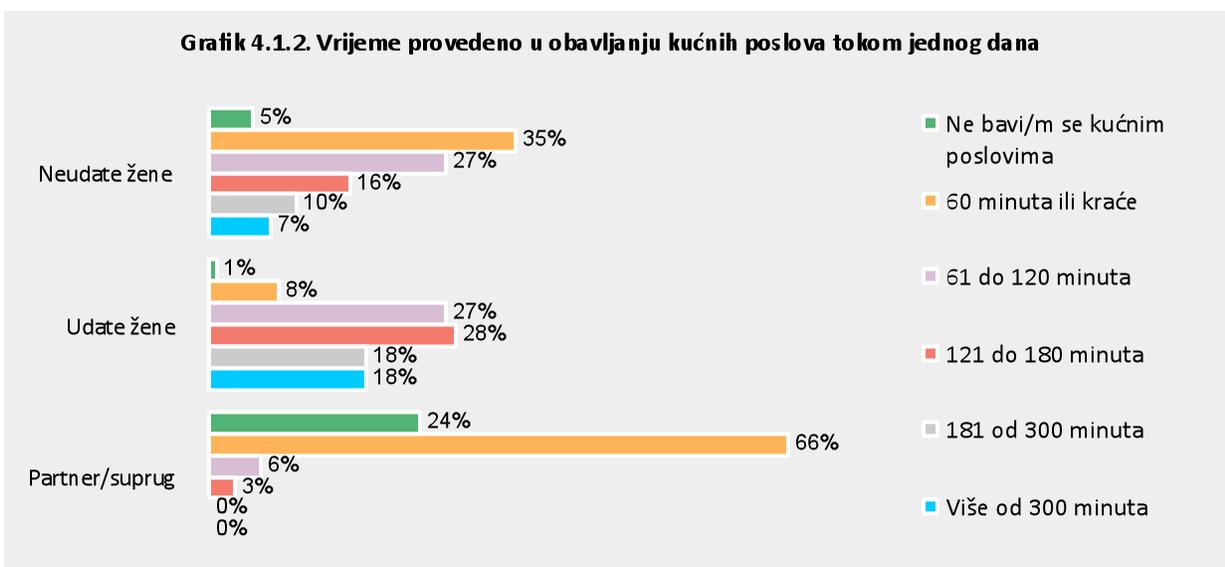
Ipak, kad je riječ o distribuciji vremena provedenog u kućnim poslovima žene još uvek značajno duže provode svoje vrijeme u ovim aktivnostima nego što je slučaj sa muškarcima. Dok svega oko 1 % udatih i 5% neudatih žena navodi da se ne bavi kućnim poslovima, svaki četvrti muškarac (suprug/partner) se ne bavi kućnim poslovima, a na sjeveru Crne Gore gotovo svaki treći suprug/partner ne učestvuje u obavljanju kućnih poslova.

Generalno gledano, udate žene provode više vremena u obavljanju kućnih poslova u odnosu na one koje nisu udate. Dok svaka treća nedata žena i skoro svaka deseta udata žena provodi manje od jednog sata dnevno obavljajući kućne poslove, čak dvije trećine supruga ili partnera, po riječima učesnica ovog istraživanja, učestvuju u obavljanju kućnih poslova manje od 60 minuta tokom jednog dana. Osim toga

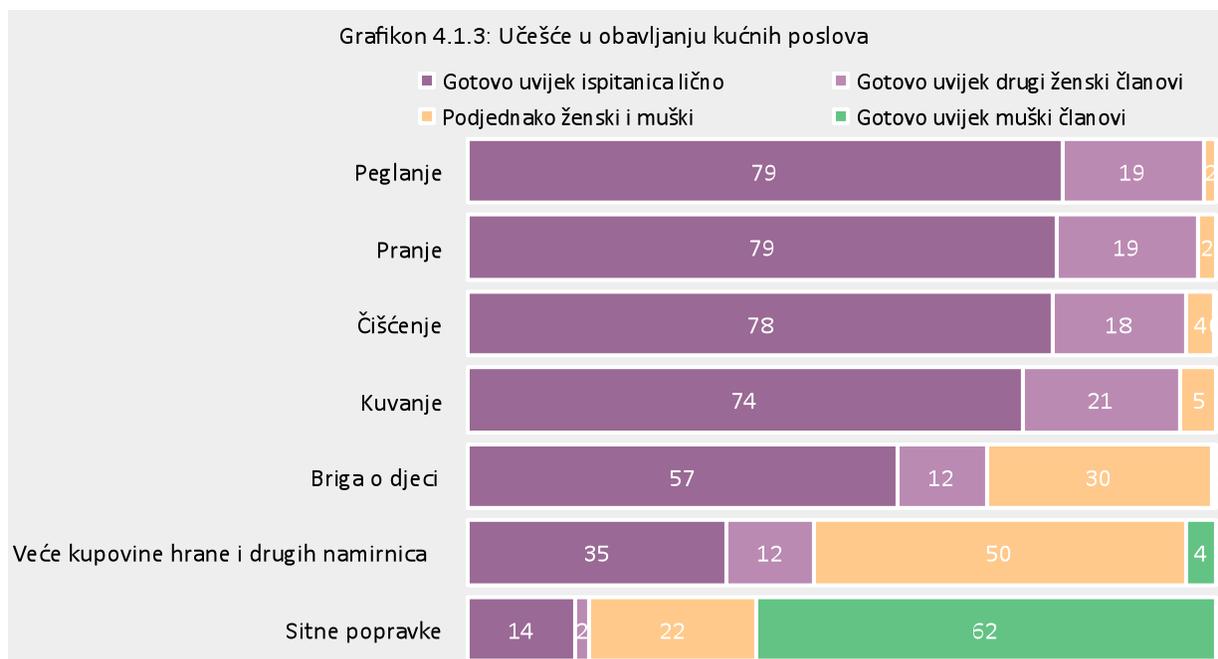
svoga 6% supružnika/partnera provodi između 1 i 2 časa dnevno u kućnim poslovima i 3% između 2 i 3 sata.

Kako vrijeme provedeno u obavljanju kućnih poslova raste, zajedno sa njim raste i procenat udatih žena dok procenat neudatih opada. Tako, dok 36% udatih žena dnevno radi više od 3 sata obavljajući kućne poslove, procenat neudatih žena koje provode toliko vremena obavljajući kućne poslove daleko je manji i iznosi 17%.

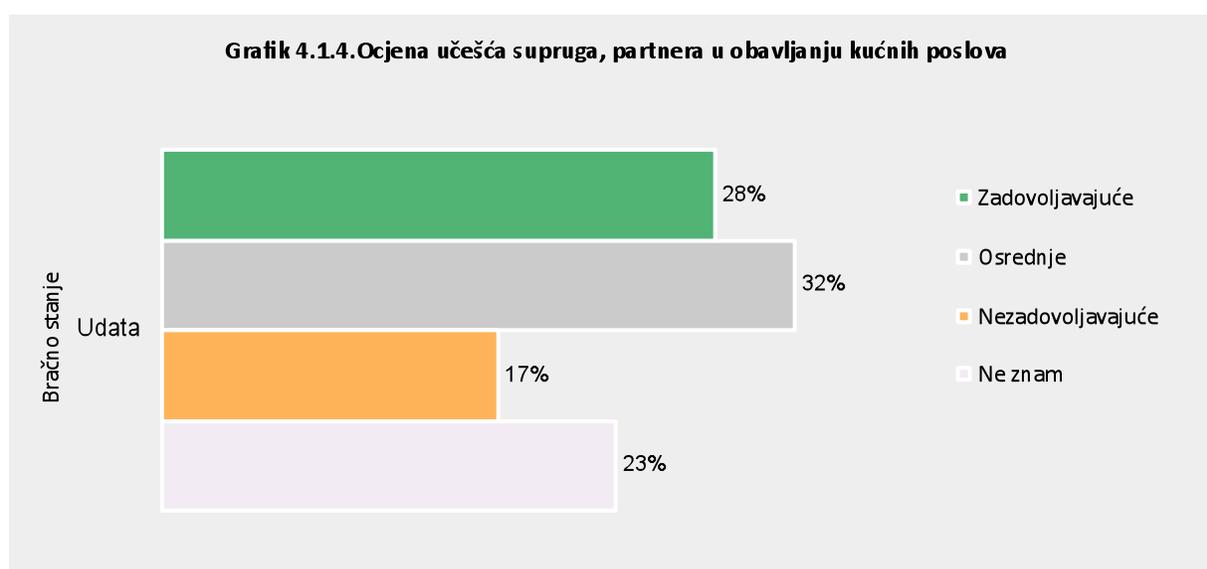
**Grafik 4.1.2. Vrijeme provedeno u obavljanju kućnih poslova tokom jednog dana**



Gledajući strukturu i učešće u kućnim poslovima da se zaključiti da žene dominantno brinu o svim kućnim obavezama osim sitnih popravki, te da gotovo čitav teret iz privatne sfere pada na teret žena.



Uprkos navedenim činjenicama, 28% žena od onih koje žive u braku ili partnerskom odnosu učešće supruga odnosno partnera u obavljanju kućnih poslova ocjenjuje kao zadovoljavajuće, a svaka treća kao osrednje, dok tek 17% žena učešće njihovih partnera u obavljanju kućnih poslova ocjenjuje kao nezadovoljavajuće.



Uočene su i razlike u stavu žena koje razmišljaju da pokrenu svoj biznis i onih koje su ga već pokrenule.

*Žena koja je pokrenula svoj posao: „Ja sam u sred trudnoće sa blizancima otvorila prodavnicu, 3 dana poslije porođaja sam bila na poslu, i moj muž je morao polako da se navikava da usisava i pere sudove, ma šta svekrva imala da kaže na sve to. Nisam bila zadovoljna na početku kad nije htio da preuzima kućne poslove, sad je shvatio da mora“.*

*Žena koja razmišlja da pokrene svoj biznis: „Takvi su muškarci u Crnoj Gori. Ne treba im zamjeriti, takav je naš mentalitet, normalno je da žena radi sve po kući „*

Može se zaključiti da većina učesnica ovog istraživanja ima progresivne stavove po pitanju rodne ravnopravnosti muškaraca i žena. Ipak, treba naglasiti podatak da svaka treća učesnica ovog istraživanja smatra da će malo dijete patiti ako mu je majka zaposlena van kuće, kao i da je za dobrobit djece najbolje da muškarac zarađuje, a da se žena posveti porodici. Uprkos stavu o tradicionalnoj ulozi žena u kući koji se suprotstavlja ideji o ravnopravnosti na tržištu rada, čak 91% učesnica ovog istraživanja smatra da fakultetsko obrazovanje nije manje važno za djevojke nego što je važno za mladiće.

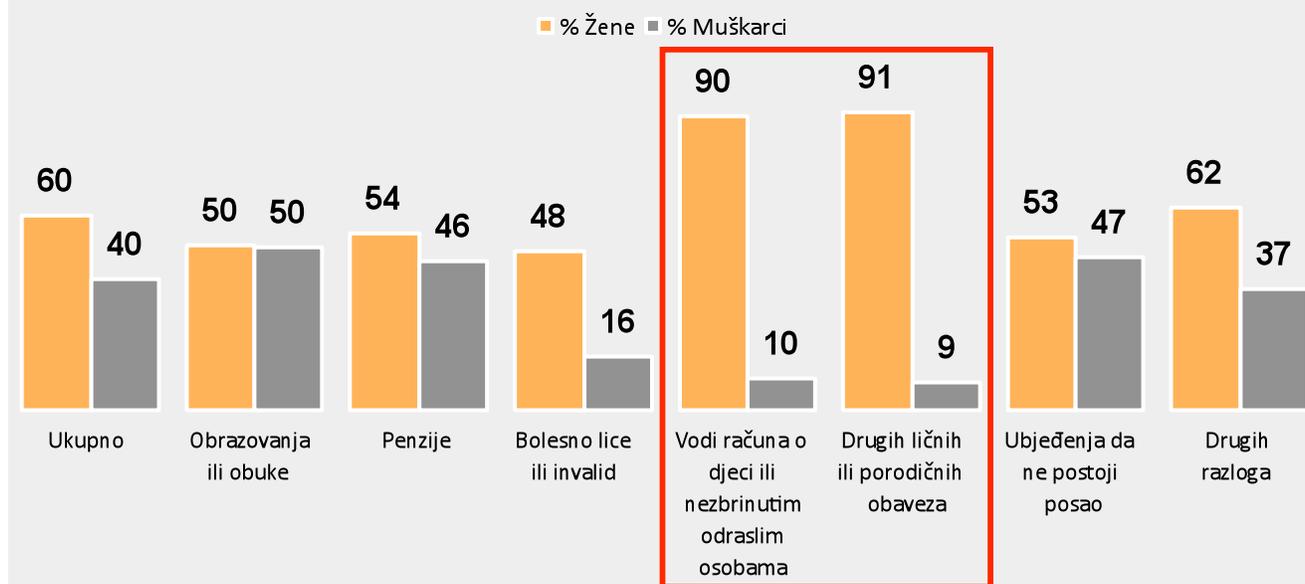
Takođe, skoro 30% učesnica ovog istraživanja smatra da uspješne poslovne žene neminovno moraju da zanemare svoju porodicu, ali i da žene postižu uspjeh u poslu prvenstveno zahvaljujući svom izgledu ili šarmu. Svaka četvrta učesnica ovog istraživanja smatra da poslovi u kući ne bi trebalo da se ravnomjerno dijele između muškaraca i žena, a svaka peta da za ženu posao nije najbolji način da se izbori za svoju nezavisnost.

Po pravilu, tradicionalni stavovi po pitanju rodne ravnopravnosti se ističu kad god je riječ o djeci, pa se tako 43% žena učesnica ovog istraživanja ne slaže sa tvrdnjom da je u slučaju kad žena bolje zarađuje od muškarca bolja opcija da otac uzme roditeljsko odsustvo i preuzme brigu o djeci.

Gotovo svaka četvrta učesnica ovog istraživanja smatra da su muškarci bolji biznismeni od žena, a svaka deseta da bi u situaciji visoke nezaposlenosti muškarci trebalo da imaju prednost prilikom zapošljavanja nad ženama.

Posmatrano na nivou tri populacije (nezaposlene žene na evidenciji ZZZ, nezaposlene žene van evidencije ZZZ i zaposlene žene) tradicionalni stavovi po pitanju rodne ravnopravnosti nešto češće su zastupljeni kod nezaposlenih žena koje nisu na evidenciji Zavoda za zapošljavanja. Najilustrativniji primjer posljedica tradicionalnih stavova po pitanju rodne ravnopravnosti može se pronaći u razlozima zbog kojih ne traže posao, a koje su navodile žene u Anketi o radnoj snazi koju je sproveo Monstat.

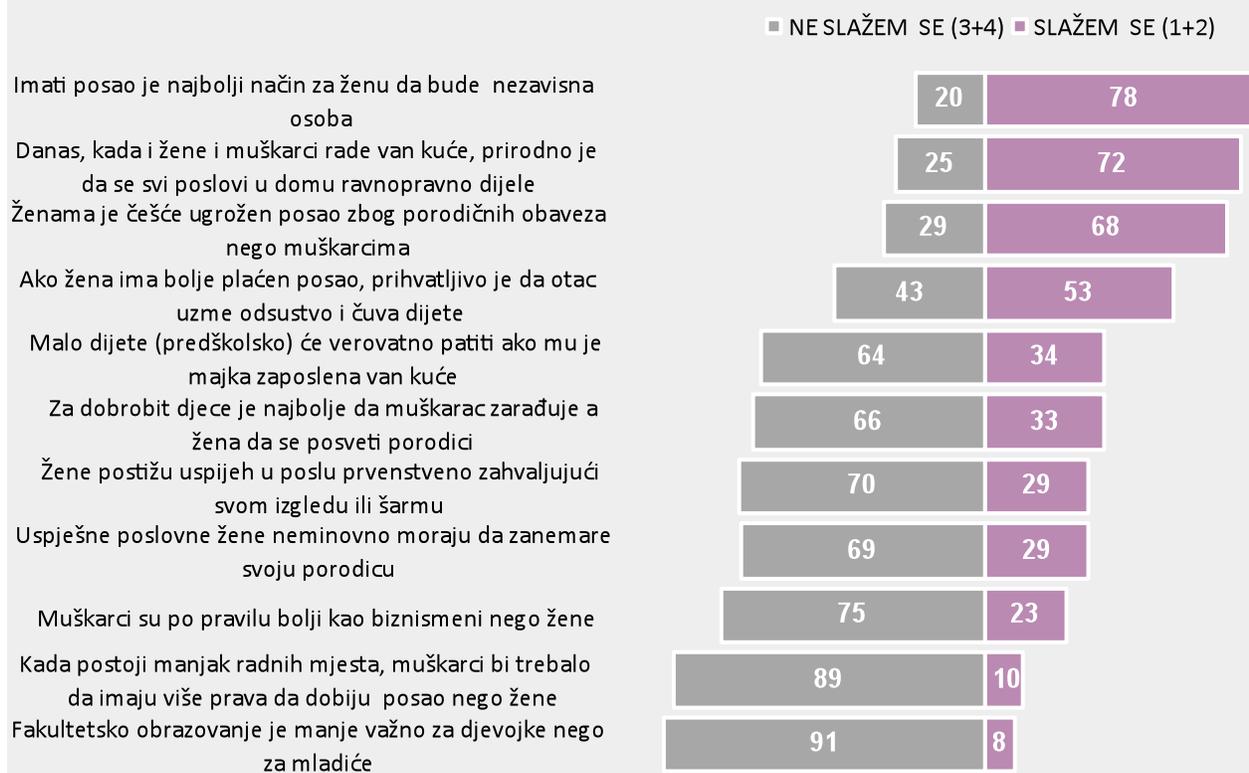
Grafik 4.1.5.: ARS, 2010 III kvartal. Neaktivno stanovništvo koje ne traži posao po polu - Razlog



Najznačajnija razlika po pitanju stavova o rodnoj ravnopravnosti je uočena između žena koje imaju biznis ideju i razmišljaju o pokretanju sopstvenog posla i onih koje u ovom trenutku nemaju takve planove. Naime, **potencijalne preduzetnice značajno češće imaju progresivne stavove po pitanju rodne ravnopravnosti**. One, za razliku od žena koje nisu potencijalne preduzetnice, značajno češće smatraju da fakultetsko obrazovanje nije važnije za mladiće nego za djevojke. Takođe, značajno češće veruju da muškarci nisu bolji u biznisu od žena, da uspješne poslovne žene ne moraju zanemariti svoju porodicu, da za dobrobit djece nije najbolje da muškarac zarađuje a žena da se posveti porodici. Osim toga, za njih je u većem procentu prihvatljivo da muškarac uzme porodiljsko odsustvo i preuzme brigu o djeci u situaciji kad žena ima bolje plaćen posao. Na kraju, one se značajno češće, od žena koje nemaju biznis ideju, ne slažu sa tvrdnjom da će malo dijete (predškolsko) vjerovatno patiti ako mu je majka zaposlena van kuće.

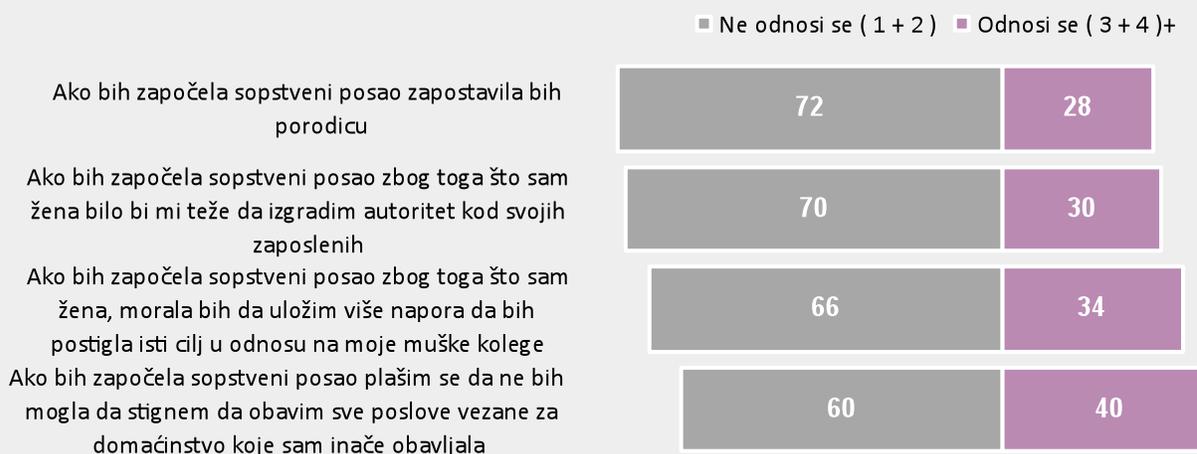
Na regionalnom nivou, najprogresivnije stavove po pitanju rodne ravnopravnosti imaju učesnice istraživanja sa primorja, zatim one koje žive u centralnom regionu, dok su za one koje žive na sjeveru Crne Gore nešto karakterističniji tradicionalni stavovi po pitanju rodne ravnopravnosti.

Grafik 4.1.6. Stavovi o rodnoj ravnopravnosti



I kada razmišljaju o rodnoj ravnopravnosti u preduzetništvu, potencijalne preduzetnice iskazuju progresivnije stavove od žena koje nemaju nameru da uđu u biznis. Naime, potencijalne preduzetnice značajno ređe iskazuju bojazan da bi morale da ulože više napora od muških kolega kako bi postigle isti cilj ili da bi im zbog pola bilo teško da izgrade autoritet kod svojih zaposlenih.

Grafik 4.1.6.b. Stavovi o rodnoj ravnopravnosti u preduzetništvu



Jedan dio žena koje su trenutno nezaposlene ili nezadovoljne svojim poslom, tačnije njih 40%, plaši se da sa pokretanjem sopstvenog biznisa ne bi imale dovoljno vremena za sve obaveze u domaćinstvu. Ipak, ukoliko se detljanije prouči struktura odgovora može se uočiti da je ova bojazan karakterističija za žene koje ne planiraju da se bave preduzetništvom, dok su je potencijalne preduzetnice prevazišle ukoliko su je imale. Naime, dok strah od nedostatka vremena za domaćinstvo ima čak 58% žena koje nemaju namjeru da postanu preduzetnice, tek 29% potencijalnih preduzetnica dijeli ovu bojazan.

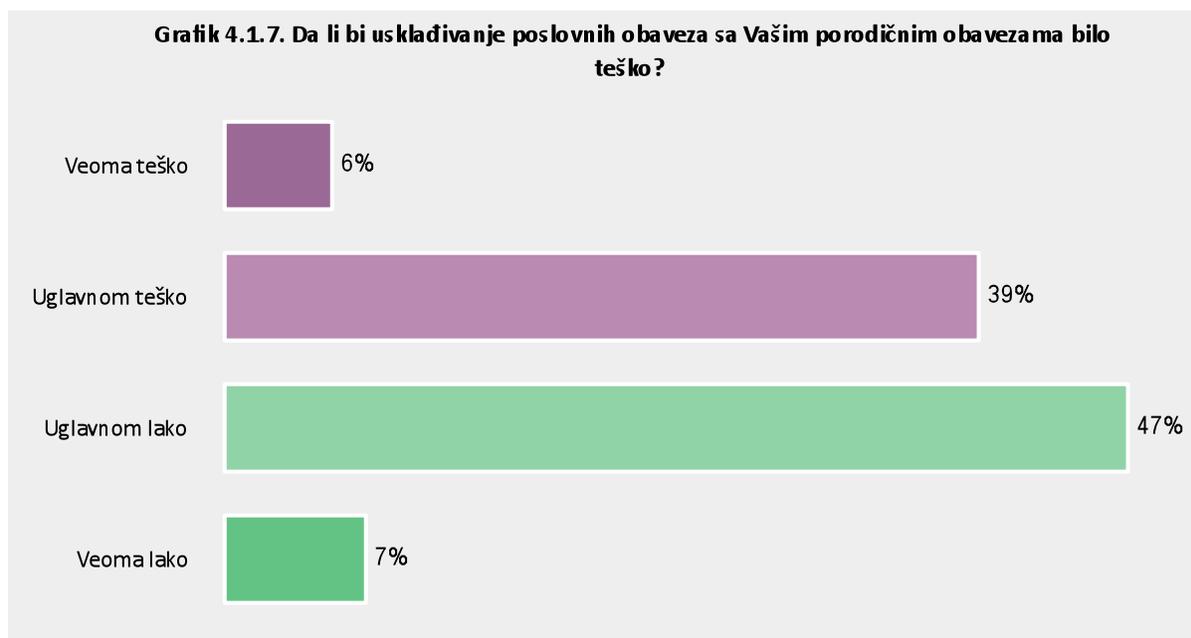
Ista bojazan i razlika između potencijalnih preduzetnica i žena koje to nisu iskazana je i kada je u pitanju odnos prema porodici. Gotovo polovina žena koje ne razmišljaju o pokretanju svog biznisa (45%) plaši se da bi u slučaju da ipak uđu u preduzetništvo zapostavile svoju porodicu. S druge strane, čak 81% potencijalnih preduzetnica vjeruje da nema mjesta ovom strahu i da njihova porodica neće trpjeti kada osnuju preduzeće.

#### Distribucija vremena ako bi se pokrenuo sopstveni biznis

Imajući u vidu koliko žene provode vremena dnevno brinući o kućnim poslovima i ostalim obavezama, pitanje je koliko bi i kako žene koje žele da pokrenu sopstveni posao izdvajale vremena za poslovne aktivnosti u samom početku realizacije biznis ideje, koliko časova bi tokom jednog dana posvećeno radile na aktivnostima u vezi sa tim poslom. Potencijalne preduzetnice uglavnom očekuju uobičajeno 8 časovno radno vreme (37% njih) ili čak i prekovremeni rad u toku dana (35%). Svega 10% žena da bi u ovoj situaciji izdvajalo do 3 časa dnevno, a 17% navodi da bi na novom poslu u početku moglo da posveti 4-7 sati dnevno. One koje žele da pokrenu sopstveni posao su vrlo jasne u stavu da bi pokretanju svog biznisa posvetile maksimum svoje energije pa tako čak 44% navodi da bi svoj novi posao radile 7 dana u nedjelji, 37% njih da bi radilo 6 dana u nedjelji, a tek 18% ostaje u okvirima najčešćeg petodnevnog rada u toku nedjelje.

U prosjeku, potencijalne preduzetnice kažu da bi dnevno izdvajale za poslovne aktivnosti nešto manje od 8 sati dnevno, tačnije 7.9 časova ali bi radile 6.25 dana u nedjelji.

Kad je reč usklađivanju poslovnih obaveza sa ličnim svakodnevnim porodičnim obavezama žene koje žele da pokrenu sopstveni posao ostaju podjeljene po tom pitanju. Bez neke posebne statističke značajnosti po nekom demografskom ili drugom kriterijumu 45% žena smatra da bi im bilo teško da usaglase poslovne i porodične obaveze, a 55% ne vidi teškoće u tom smislu.



Gotovo sve potencijalne preduzetnice, 94% njih, smatra da bi mogle da računaju na podršku porodice za započinjanje sopstvenog biznisa. Ova pomoć bi se prema njihovim očekivanjima, između ostalog ogledala i u preuzimanju jednog dijela obaveza vezanih za domaćinstvo. Naime, većina ovih žena vjeruje da bi njihovi bližnji preuzeli na sebe jedan dio obaveza koje su do sada obavljale: 68% udatih potencijalnih preduzetnica u tome očekuje pomoć supruga, a 68% neudatih ili razvedenih pomoć ostalih članova domaćinstva. Udate žene koje se ne uzdaju u pomoć supruga očekuju da je dobiju od ostalih ukućana i djece (21%), dok neudate ili razvedene imaju očekivanja od roditelja (30%).

Na osnovu intervjua sa ženama koje su pokrenule sopstveni biznis može se zaključiti da su ove žene veoma uporne, hrabre i dosljedne, pa pokretanje biznisa mijenja situaciju u dva smjera: ili dolazi do razvoda braka/prekida veze ili muškarci počinju da preuzimaju dio kućnih poslova i porodičnih uloga vezanih za vaspitanje i podizanje djece.

*„Ja sam mu rekla ili ćeš da počneš da radiš po kući ili doviđenja, i razveli smo se. Ja nemam ništa protiv toga, jer nemam namjeru da izdržavam nekog gotovana.“*

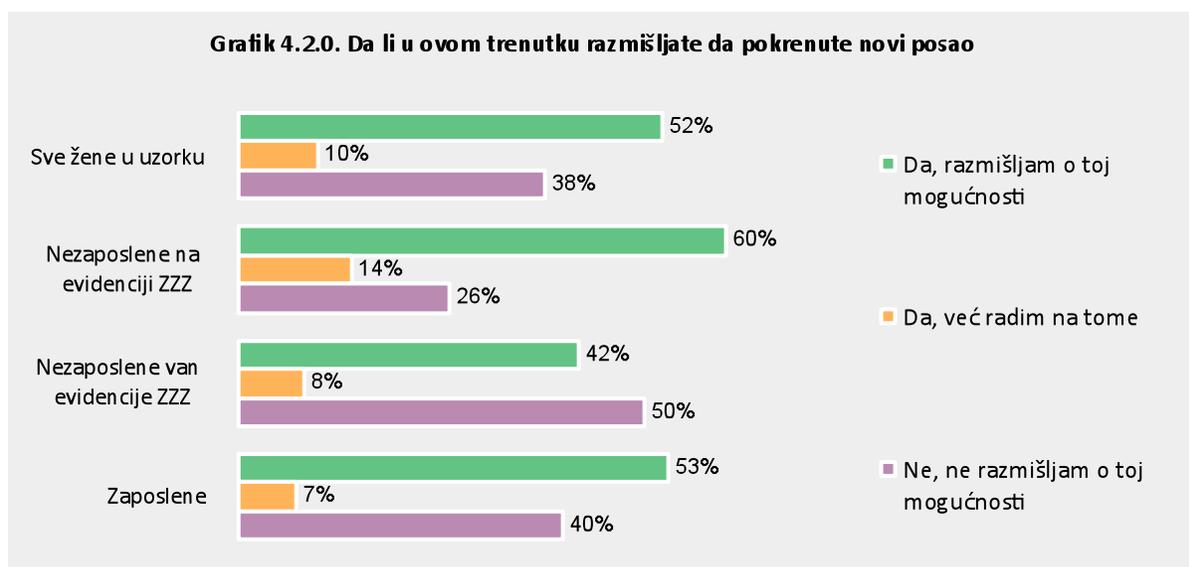
*„Kad sam počela da radim u svojoj prodavnici vjenčanica, nisam više imala toliko vremena za kućne poslove. Muž je počeo tu više da se angažuje, a ja sam imala do sat vremena dnevno.“*

## 4.2 Pokretanje novog biznisa

ONO ŠTO ŽENAMA UBJEDLJIVO NAJVIŠE NEDOSTE DA USPJEŠNO ZAPOČNU SOPSTVENI POSAO JESTE NOVAC I POVOLJNI MODEL FINANSIRANJA (KREDITIRANJA). OSTALE PREPREKE SVODE SE NA ODSUSTVO POMOĆI U IZRADI BIZNIS PLANA, ODSUSTVO POMOĆI U VEZI SA IZBOROM I OPREMANJEM POSLOVNOG PROSTORA, NA NEDOVOLJNE PORESKE OLAKŠICE U PRVIM GODINAMA POSLOVANJA I SLABE POSLOVNE KONTAKTE, TE NA NEDOSTATAK INFORMACIJA O REGISTRACIJI PREDUZEĆA.

U ovom trenutku 38% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem ni ne razmišljate o tome da, same ili s drugima, pokrenu novi posao, uključujući samozapošljavanje ili prodaju bilo koje robe ili usluge; 52% razmišlja o toj mogućnosti; a 10% već radi na tome.

Kada je u pitanju **potencijalno preduzetništvo najaktvnije su nezaposlene žene na evidenciji ZZZ**, potom zaposlene i na kraju žene koje niti su u radnom odnosu niti prijavljene na evidenciju. Najviše o pokretanju biznisa razmišljaju (60%) i rade na tome (14%) nezaposlene žene koje su na evidenciji ZZZ, a potom zaposlene (53% razmišlja, 7% radi na tome). Nezaposlene žene koje nisu na evidenciji značajno rjeđe u svoje planove uključuju preduzetništvo i tek ¼ njih razmišlja o tome.



Žene se na preduzetništvo ne odlučuju prije svega zbog nedovoljno finansijskih sredstava. Žene koje nemaju namjeru da pokrenu sopstveno preduzeće kao najvažniji razlog takvoj odluci uglavnom navode probleme sa finansiranjem – njih 42%, ali i odsustvo vremena usljed porodičnih obaveza – njih 14%. Ukoliko se analiziraju svi navedeni razlozi, a ne samo jedan najvažniji, finansiranje je i dalje najčešće navođeni razlog zbog kog se žene ne odlučuju za preduzetništvo (46% svih odgovora). Ova analiza ukazuje i da za 17% žena prepreku predstavlja to što im obaveze u kući ne ostavljaju dovoljno vremena, te da ovaj faktor češće predstavlja problem za žene koje su nezaposlene van evidencije ZZZ, a rjeđe za one koje već rade.

Budući da su finansije najveća prepreka, sasvim očekivano se najčešće percipiraju i kao vrsta podrške koja bi naviše značila da se u ovom trenutku pokrene biznis. Čak 8 od 10 žena u ovom istraživanju kao najvažniju podršku navodi novac i povoljnije modele finansiranja (kreditiranja), a čak 86% ovaj faktor navodi kao jedan od 3 najvažnije stavke koje im trenutno nedostaju da otvore sopstveno preduzeće. Ostale vrste podrške se rijetko navode kao prva najvažnija pomoć koja trenutno izostaje, ali ukoliko se zajedno posmatraju svi nevedeni odgovori može se zaključiti da bi potencijalnim preduzeticama značila i pomoć u izradi biznis plana (35%), pomoć u vezi sa poslovnim prostorom (30%), poreske olakšice u prvim godinama poslovanja (28%) kao i poslovni kontakti (28%) i informacije o registraciji preduzeća (22%).

Dubinski intervjui otkrivaju da pored finansijskih, preduzetnice nailaze i na neke druge proceduralne i organizacione probleme pri pokretanju biznisa.

*„Da nisam dobila nasljedstvo u miraz ništa ili bi teško šta bilo od pokretanja biznisa. Ovako, ja sam dobila novac, ja sam ga investirala iako je bilo ideja da se kupe dobri auti i da se pare potroše“*

*„Krediti su jedini način da se dođe do novca, a kamate su previsoke, tako da je teško odlučiti se za zaduživanje u uslovima krize.“*

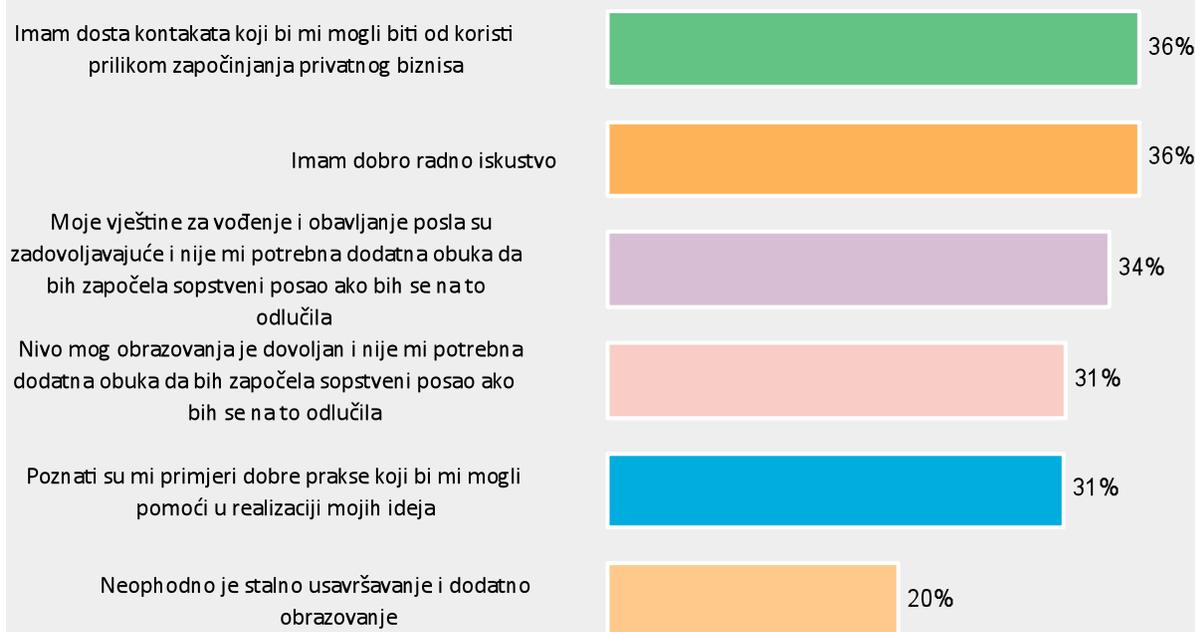
*„Procedura je užasno komplikovana, ne znam kako bih napravila taj biznis plan, kako da iskoristim te povlastice za pokretanje biznisa“*

### 4.3 Inhibirajući faktori

**ODSUSTVO POSLOVNIH KONTAKATA I DOBROG RADNOG ISKUSTVA, NEZADOVOLJAVAJUĆI NIVO VEŠTINA ZA VOĐENJE I OBAVLJANJE POSLA, NEDOVOLJAN NIVO OBRAZOVANJA I NEPOHAĐANJE DODATNIH OBUKA ZA ZAPOČINJANJE SOPSTVENOG POSLA, NEPOZNAVANJE PRIMERA DOBRE PREDUZETNIČKE PRAKSE PREDSTAVLJAJU ZNAČAJNE INHIBIRAJUĆE FAKTORE U RAZVOJU ŽENSKOG PREDUZETNIŠTVA . UZ OVO STRAH OD NEUSPJEHA UTIČE DEMOTIVIŠUĆE U POKRETANJU VLASTITOG POSLA ČAK NA 2/5 ŽENA.**

Čak trećina žena koje trenutno nisu u radnom odnosu ili su nezadovoljne poslom koji obavljaju suočava se sa nekom od sljedećih prepreka za započinjanje sopstvenog biznisa: nedovoljno poslovnih kontakata, neadekvatno radno iskustvo, nedovoljno vještina i neadekvatno obrazovanje za vođenje posla, te nedovoljna upoznatost sa primjerima dobre prakse u preduzetništvu. Da ove prepreke zaista djeluju inhibirajuće na žene govori i podatak da su svi ovi problemi značajno rjeđe od prosjeka prisutni kod potencijalnih preduzetnica, dok je istovremeno barem neki od ovih nedostaka odlika gotovo polovine žena koje se ne odlučuju za pokretanje biznisa. Sasvim očekivano, radno iskustvo je u većem procentu prepreka mlađim ženama (19-30), dok je to rjeđe slučaj kod starijih (45+). Primjeri dobre prakse koji bi pomogli u realizaciji biznis ideja najviše nedostaju nezaposlenim ženama van evidencije ZZZ (42%). Ono u čemu se slaže velika većina žena bez obzira na njihovo iskustvo i obrazovanje je to da je neophodno stalno usavršavanje i dodatno obrazovanje (80%).

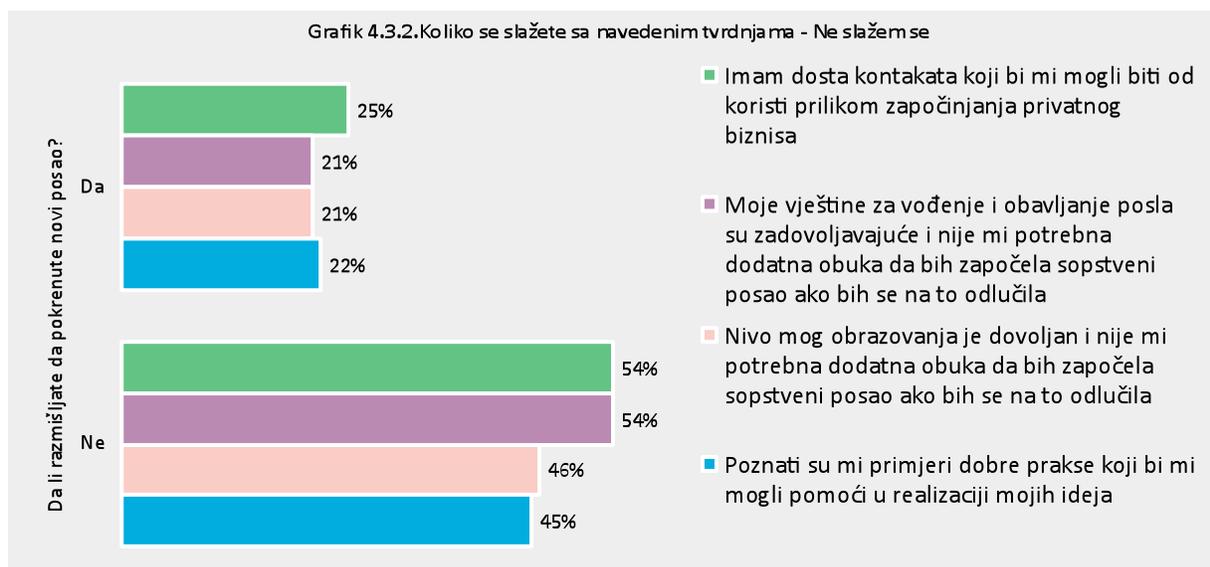
**Grafik 4.3.1. Koliko se slažete sa navedenim tvrdnjama - Ne slažem se ( 1 + 2 )**



Žene koje tek planiraju pokretanje svog biznisa su u dubinskim intervjuima potvrdile da je svaka vrsta obuke dobrodošla.

*„Ja planiram da otvorim frizerski salon, friziram komšinice u zgradi, ali bi mi dobrodošao kurs kojim bi osvježila i unaprijedila svoja znanja i vještine“.*

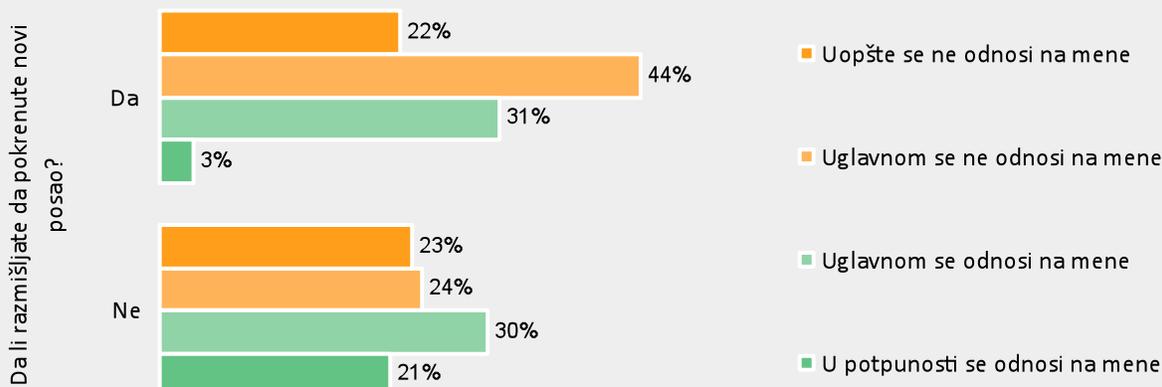
*„ Ja sam završila kurs koji mi treba za kozmetički salon, ali mi fali znanje o vođenju salona“. Takva obuka bi mi trebala.“*



Da bi ih strah od neuspjeha spriječio u pokretanju vlastitog posla smatra 41% žena, pri čemu je taj strah prisutan kod 34% žena koje razmišljaju da pokrenu sopstveni biznis i kod čak 52% onih koje nemaju takva razmišljanja.

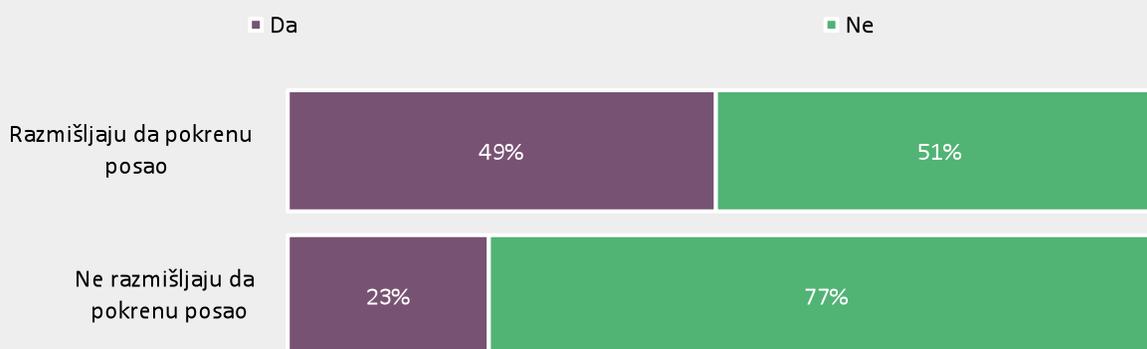
Nalazi sugerišu da je potrebno ohrabrenje ženama upravo i kroz jačanje kapaciteta žena za **kreiranje mreža dobrih poslovnih kontakata**, te poboljšavanje njihove prakse sticanja dobrog radnog iskustva (ili bar uvida u dobra radna iskustva drugih) – posebno kad je riječ o mlađim ženama. Takođe, nalazi jasno potvrđuju da je potrebno razviti dodatne obrazovne programe i obuke za razvoj vještina za vođenje i obavljanje posla. Isto tako, treba dodatno razvijati prenošenje primera dobre prakse, posebno prema ženama koje su van evidencije ZZZ.

**Grafik 4.3.3. Strah od neuspjeha spriječio bi me u pokretanju vlastitog posla?**



Pored ličnih sposobnosti, znanja i kontakata, na odluku o ulasku u preduzetništvo utiče i procjena o trenutnoj situaciji i prilikama na tržištu. Kada je u pitanju ova opšta ocjena žene nisu baš optimistične. Većina nezaposlenih žena i onih koje trenutno nisu zadovoljne poslom koji obavljaju, tačnije njih 61%, ocjenjuje da u njihovoj okolini u narednih godinu dana neće biti dobrih prilika za pokretanje posla, a čak 69% njih bavljenje privatnim biznisom ocjenjuje kao rizično. Da je privatno preduzetništvo generalno rizično u istoj mjeri smatraju potencijalne preduzetnice i one koje to ne planiraju da budu. Ipak, iako uočavaju iste potencijalne prijetnje ove grupe žena se razlikuju u procjeni prilika koje tržište nudi. Naime, žene koje spadaju u vulnerabilnu grupu, a nemaju namjeru da se bave preduzetništvom u 77% slučajeva vjeruju da prilika u narednih godinu dana neće biti. S druge strane, potencijalne preduzetnice su optimističnije što može biti posledica bolje upućenosti u ovu temu. Ipak i polovina njih takođe ne ocjenjuje da će prilike biti, ali se odlučuje na ulazak u privatni biznis.

**Grafikon 4.3.4: Da li će u sljedećih godinu dana u području u kojem živite, biti dobrih prilika za pokretanje posla?**



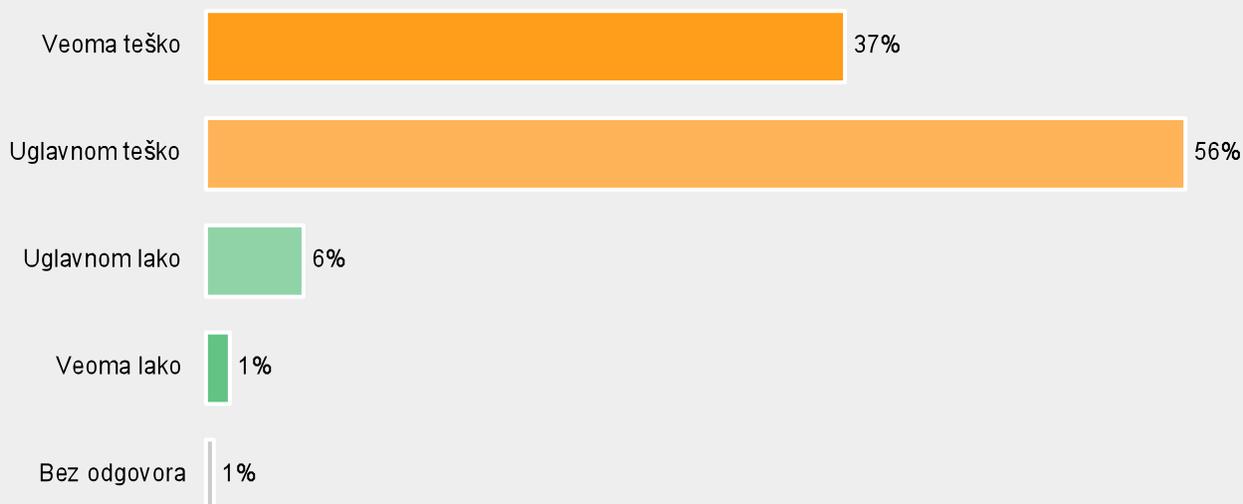
## 4.4 Početni izvor kapitala

**TEŠKO JE OBEZBJEDITI NOVAC POTREBAN ZA POKRETANJE SVOG BIZNISA. ŽENE SE UGLAVNOM ODLUČUJU ZA BIZNISE KOJI NE ZAHTJEVAJU VELIKA ULAGANJA (DO 10 HILJADA EURA), ALI I DALJE OCJENJUJU DA IM JE TEŠKO DA OBEZBJEDE NOVAC. KAO NAJREFERABILNIJI IZVOR FINANSIRANJA ZA SVOJ BIZNIS PODUHVAAT, DOŽIVLJAVA SE KREDIT BANKE. ONE KOJE U SVOM VLASNIŠTVU IMAJU NEKA DOBRA NAJČEŠĆE SU SPREMNA DA TAJ KAPITAL INVESTIRAJU U PREDUZEĆE.**

Procjenjeni početni kapital neophodan za pokretanje biznisa uglavnom se svodi na nekoliko hiljada, najviše deset hiljada eura. Žene koje žele da pokrenu sopstveni posao uglavnom imaju potrebe za manjim sumama pri otpočinjanju biznisa – 52% njih računaju sa svotom do 5000 evra (21% do 2000 eura i 32% za sumom od 2000-5000 eura). Ipak, jedan ne mali broj žena navodi i više sume kao neophodne za početak: skoro 1/3 žena za početak biznisa smatra neophodnim 5001 – 10000 eura, 12% njih kao neophodnu navodi sumu od 10001-25000 eura, a tek nešto manje od 4% navodi i više svote novca. Zanimljivo je da žene sa višim i visokim obrazovanjem značajno češće navode potrebu za višom sumom, onom od 10000-25000 eura, čak njih 23%, a isto tako i žene bez djece u domaćinstvu, čak njih 25%.

93% potencijalnih preduzetnica ocjenjuje da bi im bilo teško da obezbjede novac potreban za pokretanje svog biznisa, dok tek 7% smatra da im to ne bi predstavljalo problem.

**Grafik 4.4.1. Koliko bi Vam bilo teško da obezbjedite novac za početak poslovanja?**



Kao najpreferabilniji izvor finansiranja za svoj biznis poduhvat doživljava se kredit banke – smatra 62% žena koje žele da pokrenu sopstveni posao; četvrtina njih se oslanja na sopstvenu ušteđevinu, a petina na pozajmice od prijatelja i/ili rođaka.

## Imovinski potencijal žena koje razmišljaju o pokretanju biznisa i njihovih domaćinstava kao osnov zaloga pri kreditiranju za pokretanje sopstvenog biznisa

Žene imaju ideje i spremne su da započnu biznis, ali problemi počinju kod finansija, odnosno, pristupa kreditima. Svaka od banaka koja odobrava kredit, traži velike garancije, najčešće kroz hipoteku na imovinu, odnosno nepokretnosti.

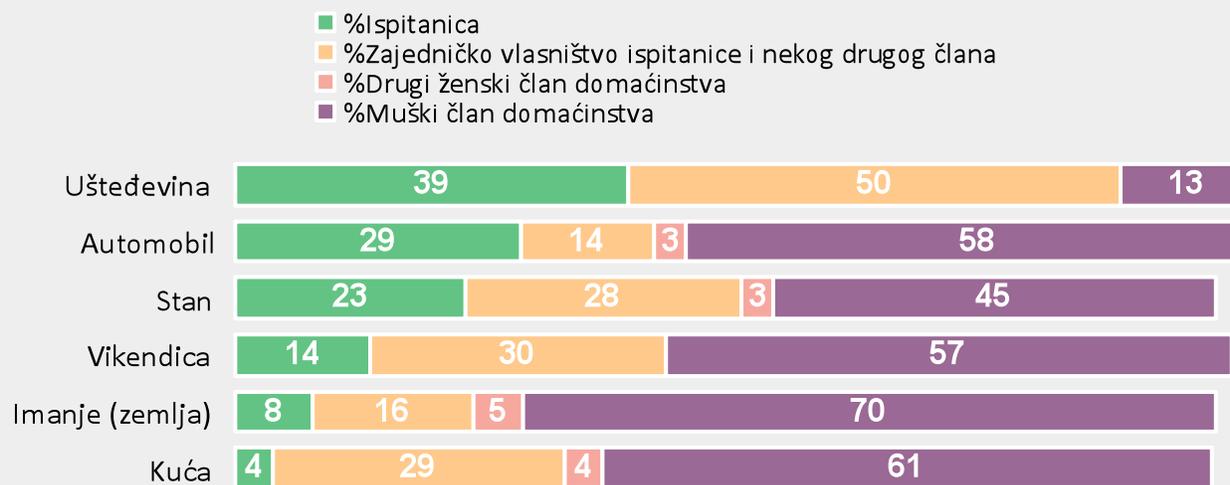
Domaćinstva žena koje žele da pokrenu sopstveni posao posjeduju automobil u 86% slučajeva, kuću u 76% slučajeva, imanje (zemlju) u 66% slučajeva, ušteđevinu u 46% slučajeva, stan u 30% slučajeva i vikendicu u 17% slučajeva.

Rezultati istraživanja govore o značajno prisutnim ekonomskim temeljima neravnopravnosti žena u Crnoj Gori. Među domaćinstvima žena koje razmišljaju o pokretanju biznisa koja posjeduju automobil, muškarac je vlasnik u 58% slučajeva, a žena koja razmišlja o pokretanju biznisa u tek 17% slučajeva. U 14% slučajeva, žene koje razmišljaju o pokretanju biznisa automobil smatraju zajedničkim vlasništvom njih i drugih članova domaćinstva. Zanimljivo je da obrazovanije žene koje razmišljaju o pokretanju biznisa, one sa višom i visokom školom značajno češće posjeduju automobil, čak u 43% slučajeva, te da one koje žive na sjeveru značajno rjeđe posjeduju automobil u svom vlasništvu, svega u 12% slučajeva.

Takođe, muškarac je vlasnik imanja (zemlje) u 70% slučajeva, a žena koja razmišlja o pokretanju biznisa u tek 8% slučajeva. U 16% slučajeva, žene koje razmišljaju o pokretanju biznisa imanje smatraju zajedničkim vlasništvom njih i drugih članova domaćinstva.

Nešto rjeđe od zemlje muškarci u svom vlasništvu imaju kuću - 61% slučajeva, a žena koja razmišlja o pokretanju biznisa u tek 4% slučajeva. U 29% slučajeva, potencijalne preduzetnice ocjenjuju da je kuća zajedničko vlasništvo. Razlika je još manja kada je stambeni objekat o kome je riječ stan: 45% stanova potencijalnih preduzetnica se nalazi u vlasništvu muškarca, 23% u vlasništvu žena, dok se preostalih 28% vodi kao zajednička imovina.

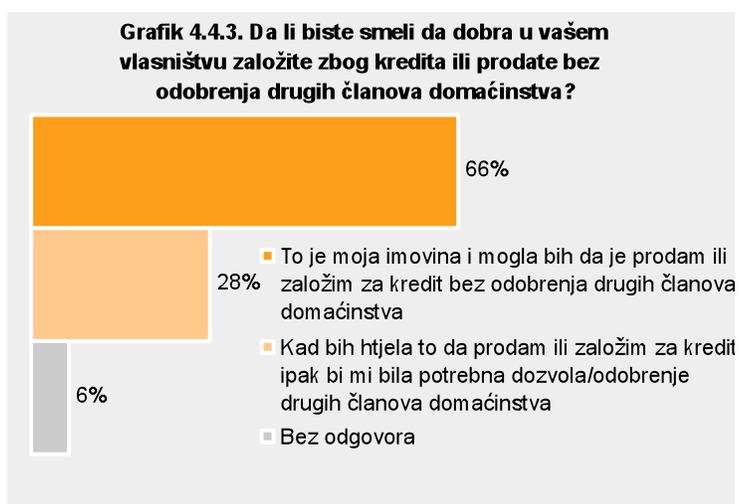
**Grafik 4.4.2. Vlasništvo nad dobrima u domaćinstvu**



I kada su u pitanju druga dobra u domaćinstvima potencijalnih preduzetnica muškarci su češće ti koji se vode kao vlasnici: vikendica je vlasništvo muškarca u 57% slučajeva, a u 14% vlasništvo žene, dok se ušteđevina vodi na muškarca u polovni slučajeva, a u 39% na ime žene.

Osim ušteđevine (za koju nemamo informaciju o novčanom iznosu), žene značajno rjeđe posjeduju sopstvenu imovinu koju bi mogle založiti kao garanciju za početni kapital. U ovom istraživanju se nismo bavili pravnim statusom imovine koju žene imaju ( da li posjede sve papire, da li je imovina uknjižena...)

Ipak, tek 2/3 žena koje se izjašnjavaju kao vlasnice različitih dobara o kojima je ovdje bilo riječi navode da bi po sopstvenoj slobodnoj volji mogle da prodaju ili založe ta dobra za kredit bez odobrenja drugih članova domaćinstva. Zanimljivo je da je na primorju situacija značajno drugačija, jer tamo čak 63% žena vlasnica navodi da i kad bi htjele da prodaju ili založe za kredit imovinu u svom vlasništvu, da bi im ipak bila potrebna dozvola/odobrenje drugih članova domaćinstva.



Žene koje su pokrenule sopstveni biznis jedino je njihova nepokoljebljivost održala na pravcu inicijative i rješenosti da sa svojim novcem pokrenu biznis:

*„Prodala sam plac, pozajmila novac od bake i podigla kredit. Tako sam htjela i niko me nije mogao zaustaviti. Nije vredjelo ni što niko u kući i od najbližih tih dana nije hteo da priča samnom, ja sam išla svojim putem“*

*„Svi su se bunili, stalno smo se raspravljali, ja sam imala svoj novac od miraza, a muž, svekrva i moji roditelji, svi su bili protiv. Ipak, ja sam istjerala svoje i sad su svi srećni zbog toga jer vide da posao dobro ide“*

77% žena koje se izjašnjavaju kao vlasnice različitih dobara o kojima je ovdje bilo riječi navode da bi mogle da računaju na podršku drugih članova domaćinstva za njihov poslovni poduhvat i da bi ostali ukućani pristali da se proda ili založi imovina na kredit.

Pored problema disproporcije u vlasništvu dobara između muškaraca i žena, kao i problemima sa dozvolom i podrškom da se sopstvenom imovinom raspolaze, ostaju problemi sistemskog odsustva podrške ženskom preduzetništvu na nivou promena u državnom, društvenom, poslovnom i bankarskom tretmanu ženskog preduzetništva.

## 4.5 Osnivanje i registrovanje preduzeća

**PROCES OSNIVANJA I REGISTROVANJA PREDUZEĆA SE PERCIPIRA KAO SKUPA I KOMPLIKOVANA PROCEDURA, IAKO SE ČESTO I NEMA DOVOLJNO INFORMACIJA O STVARNOM STANJU STVARI KAD JE RJEČ O POJEDINOSTIMA U OVOM PROCESU.**

Potencijalne preduzetnice sve troškove oko osnivanja preduzeća ocjenjuju kao visoke. Čak 96% žena smatra da su porezi i dažbine visoki, dok po 89% njih smatra da je skupo registrovati privatno preduzeće i da raspoloživi modeli finansiranja nisu povoljni.

Kada je u pitanju procedura osnivanja, ocjene su takođe uglavnom negativne. Većina potencijalnih preduzetnica (84%) smatra da bi im dugo trebalo da se sakupi potreban novac za registraciju preduzeća, te da bi im u tu svehu bilo potrebno mnogo dokumenata do kojih će teško doći (74%). Sam proces registracije se u 80% slučajeva ocjenjuje kao suviše komplikovan, a istovremeno većina potencijalnih preduzetnica, njih 72% priznaje da nemaju dovoljno informacija o samoj proceduri registracije preduzeća i da nemaju dovoljno informacija o mogućnostima za otvaranje privatnog preduzeća.

## V Motivi potencijalnih preduzetnica i podsticajne mjere

### 5.1 Motivi potencijalnih preduzetnica

Za većinu žena obuhvaćenih ovim istraživanjem (74%) ulazak u preduzetništvo predstavlja privlačnu odluku u izboru karijere. I žene koje sebe u budućnosti ne vide kao preduzetnice u 56% slučajeva samostalni posao vide kao privlačan. Ipak, i pored toga ove žene nemaju u vidu pokretanje sopstvenog biznisa u skorije vrijeme. Ovi podaci ukazuju da žene u preduzetništvo vode različiti motivi, ali da isto tako postoje i prepreke i inhibirajući faktori zbog kojih se jedan dio žena obuhvaćenih ovim istraživanjem, bez obzira što spada u vulnerabilnu grupu, ipak ne odlučuje na ovaj potez.

Što se tiče motiva za počinjanje privatnog biznisa izdvajaju se dvije grupe glavnih razloga. Prva grupa razloga jeste pronalaženje alternative zapošljavanju kod poslodavca i ekonomska nužda. Drugu grupu čine žene čiji je motiv za ulazak u preduzetništvo potreba za samostalnošću, težnja za većom zaradom, afirmacijom ali i nezadovoljstvo trenutnim ili prethodnim poslovima.

Žene koje su prešle iz statusa prethodno zaposlenih u status žena koje su pokrenule svoj biznis svoj motiv pronalaze u materijalnom aspektu, ali su njihovi motivi u velikoj mjeri podređeni i njihovoj želji za samorealizacijom, postignućem i ponosom zbog ličnog uspjeha.

*„Ja sam napustila dobro plaćeni državni posao na televiziji da bih pokrenula salon vjenčanica. Svi su mislili da sam luda, a ja sam ponosna na sebe. Uvijek sam htjela da dokažem da ja mogu sama da vodim posao, da sam hrabra i odlučna da vodim posao kako ja mislim da treba, a ne da radim za druge.“*

Žene koje su nezaposlene pokretanje sopstvenog posla vide kao šansu za ostvarivanje prihoda za dobrobit svojih porodica.

*„Ne vrijedi, teško je naći posao. Ja bih otvorila frizerski salon da bi ojačala kućni budžet.“*

Pojedinačno posmatrano, izdvajaju se potreba, odnosno želja sa samostalnošću i pronalaženje načina da se zaradi **dovoljno**. Oba ova motiva navodi po 43%<sup>13</sup> potencijalnih preduzetnica obuhvaćenih ovim istraživanjem, dok dolazak do posla navodi najveći procenat žena, tačnije njih 67%.

Međutim, posmatrano na nivou 3 populacije motivi se razlikuju. Kad je u pitanju, **jedan-najvažniji razlog** zbog kog se odlučuju na započinjanje sopstvenog biznisa, žene koje su na evidenciji Zavoda za zapošljavanje najčešće navode da je preduzetništvo jedini način da dođu do samog posla (30%), uz to 18% smatra da nema bolji izbor za posao od realizacije svoje biznis ideje. Svaka četvrta ističe u prvi plan potrebu i želju da bude samostalna u poslu, a 16% u ostvarenju svoje poslovne ideje vidi jedini način da zarađuje dovoljno.

Nezaposlene žene koje nisu na evidenciji Zavoda najčešće kažu da nemaju bolji izbor za zaposlenje od sopstvene poslovne ideje (27%). Uz to još 18% njih smatra da je to jedini način da dođu do posla. Svaka peta ističe želju za samostalnošću, a još 18% u preduzetništvu vidi jedini način da zarađuje dovoljno.

Naime, 29% zaposlenih žena koje su učestvovala u ovom istraživanju kao glavni motiv navodi želju za samostalnošću u poslu, 19% u ostvarenju svoje poslovne ideje vidi jedini način da zarađuje dovoljno. Identičan procenat, 19%, navodi kao glavni motiv nezadovoljstvo sadašnjim poslom.

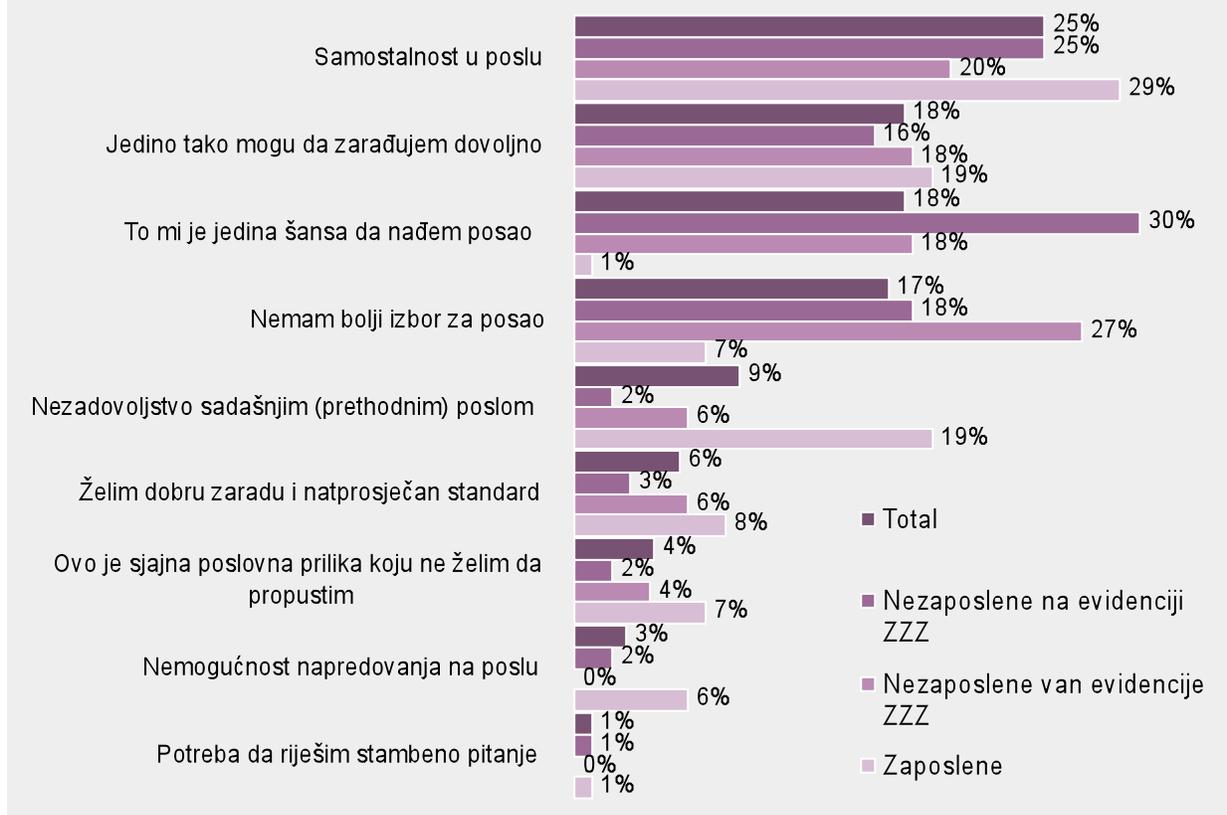
Interesantno je da svega 6% potencijalnih preduzetnica kao glavni i najvažniji motiv za ulazak u preduzetništvo navodi želju za **dobrom zaradom i natprosječnim standardom**.

Očigledno je da veliki procenat žena ulazi u preduzetništvo kada su "natjerane", odnosno onda kada ne vide drugi izlaz. U prilog tome ide i samoprocjena finansijske situacije sopstvenog domaćinstva koje su dale ispitanice. Naime, gotovo polovina žena obuhvaćenih ovim istraživanjem (45%) ocjenjuje da njihova trenutna materijalna sredstva mogu da pokriju troškove za hranu, komunalije, odjeću i obuču, ali da nisu dovoljna za kupovinu nešto skupljih stvari. U nešto boljem položaju koji omogućava i kupovinu skupljih stvari je 19% žena, dok samo 5% njih može sebi da priušti sve. Sa druge strane 5% ponekad nema čak dovoljno ni za hranu. Dobre strane preduzetništva "iz nužde" mogu biti vezane za visok nivo motivacije, a loše nizak nivo pripremljenosti i znanja.

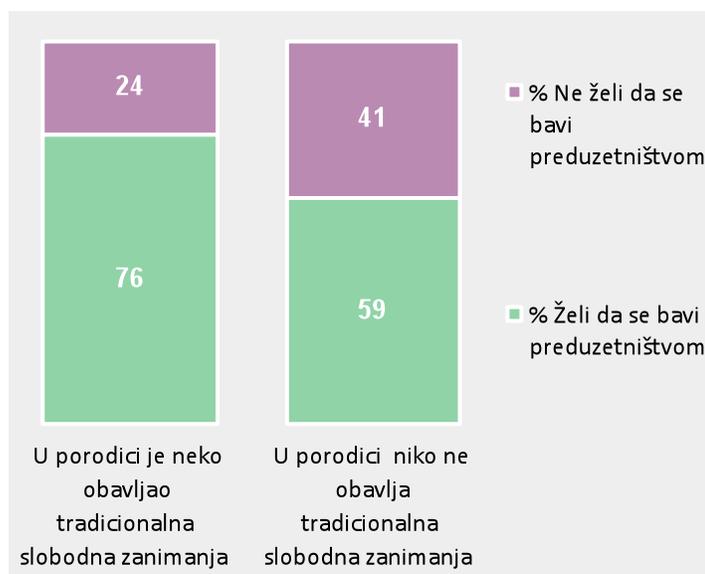
S druge strane, na osnovu iskustva iz drugih zemalja, može se očekivati da će u narednoj fazi razvoja ženskog preduzetništva, a koje će biti u većoj mjeri institucionalno podržano, ovo preduzetništvo "iz nužde" sve više ustupati mjesto preduzetništvu koje je motivisano većom dobiti.

<sup>13</sup> Razlozi za ulazak žena u preduzetništvo u Crnoj Gori slični su onima koji se ispoljavaju zemljama u EU. Primjera radi, u istraživanju koje je 2004. sprovela Asocijacija privrednih komora EU (Eurochambres), kao najčešći motiv za ulazak u preduzetništvo žene navode u 47,2% slučajeva potrebu za samostalnošću i kontrolom au u 45.9% zaradu i profit. Izvor: [www.eurochambres.be](http://www.eurochambres.be)

5.1.1. Glavni motiv za ulazak u preduzetništvo



Žene u čijim porodicama je neko obavljao tradicionalna slobodna zanimanja kao što su obučari, krojači... ili je imao sopstveni posao (bio privatnik) u trgovini ili pružanju drugih vrsta usluga ili se bavio proizvodnjom, nešto češće se opredjeljuju za preduzetništvo za razliku od onih žena koje u svojim porodicama nemaju naslijeđe tradicionalnih slobodnih zanimanja.



Pored uticaja iz porodice primjetan je i **uticaj šire društvene mreže na odluku da se uđe u preduzetništvo**. Veći broj potencijalnih preduzetnica zna nekoga ko je u prethodne 2 godine pokrenuo posao u Crnoj Gori (61%), nego što je to slučaj među ženama koje nemaju ideju da osnuju preduzeće (39%). Ovaj podatak ukazuje da pozitivni primjeri podsticajno djeluju na žene i ohrabruju ih da uđu u preduzetništvo. Shodno tome **trebalo bi promovisati iskustva „običnih“ žena koje su uspjele u pokretanju posla i na taj način kreirati roll modele**. To nažalost trenutno nije slučaj, budući da većina žena (61%) smatra da se u crnogorskim medijima ne mogu često vidjeti priče o uspješnim novim poslovima koje su pokrenuli obični ljudi kao preduzetnici. Da su roll modeli i te kako potrebni govori i to što su žene podjeljene u ocjeni da li uspješni preduzetnici uživaju status i poštovanje u Crnoj Gori. Uspješno pokretanje sopstvenog preduzeća po mišljenju čak 41% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem ne donosi u Crnoj Gori status i priznanje sredine. Nešto pozitivniju sliku imaju potencijalne preduzetnice, ali ta razlika nije značajna (35% smatra da privatni biznis ne doprinosi ugledu).



## 5.2 Podsticajne mjere

Na pitanje da navedu primjere uspješnih poslovnih žena u Crnoj Gori čak **63% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem nije navelo niti jednu ženu**. Od svih pomenutih primjera uspješnih poslovnih žena u Crnoj Gori, tek dvije su pomenute u više od 3% slučajeva. Ovakvo stanje značajno **utiče na buduće generacije preduzetnica, koje neće imati model istog pola koji im može biti uzor**.

Kada bi u ovom trenutku osnivale sopstveno preduzeće učesnice ovog istraživanja bi u najvećoj mjeri vrijednovala savjet svog supruga ili partnera (za svaku drugu potencijalnu preduzetnicu savjet supruga ili partnera je na prvom mjestu). Osim toga, svaka peta na prvom mjestu navodi savjet nekoga iskusnog u biznisu, a svaka deseta savjet drugih članova porodice (osim supruga) ili prijatelja. Po ovom pitanju nisu uočene značajne razlike između posmatrane 3 populacije kao ni između onih učesnica istraživanja koje imaju biznis ideju i onih koje tu ideju nemaju.

Žena koja planira da otvori kozmetički salon, kao korisne savjete ocjenjuje one koje je dobila od **drugih žena koje su sa njom završile kurs za kozmetičarku, a već su otvorile svoje kozmetičke salone**.

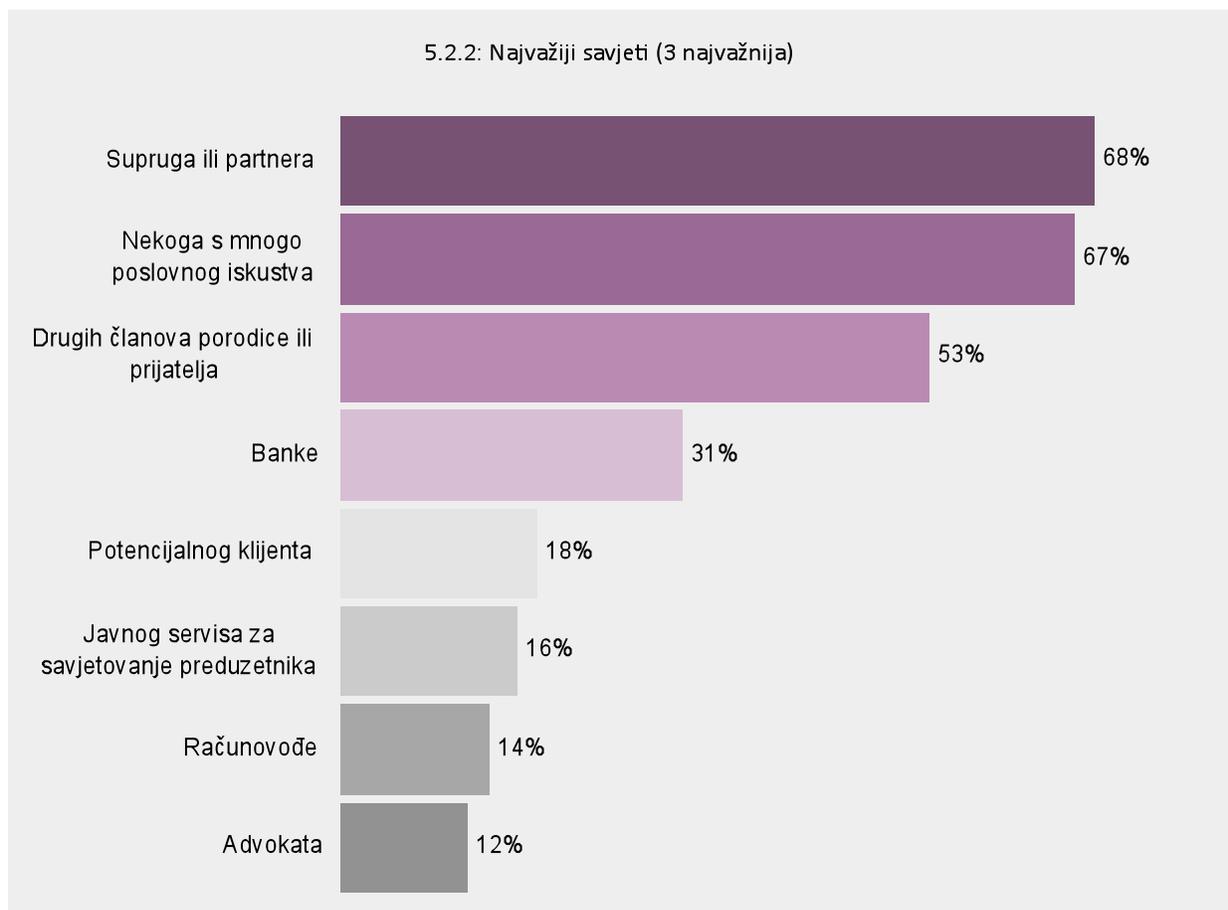
*„Iskustvo koleginica sa kursa koje su otvorile svoje salone mi je dragocjeno i od najveće važnosti“*

Možemo uočiti da je podrška porodice i najbližeg okruženja od izuzetne važnosti jer skoro dvije trećine učesnica ovog istraživanja kao najvažniji savjet navodi savjet supruga (ili partnera) i savjete drugih članova porodice ili prijatelja. Neudate ili razvedene žene značajno češće od udatih kao najvažniji savjet navode savjet od banke.

Grafikon 5.2.1: Važnost savjeta prilikom otpočinjanja biznisa



Ako se posmatraju skupa tri najvažnija savjeta, najčešće se navode savjeti supruga, odnosno partnera. Zatim slijede savjeti od ljudi sa velikim iskustvom u biznisu. Na trećem mjestu su savjeti drugih članova porodice. Zaposlene žene značajno češće od nezaposlenih navode kao važne savjete potencijalnih klijenata.



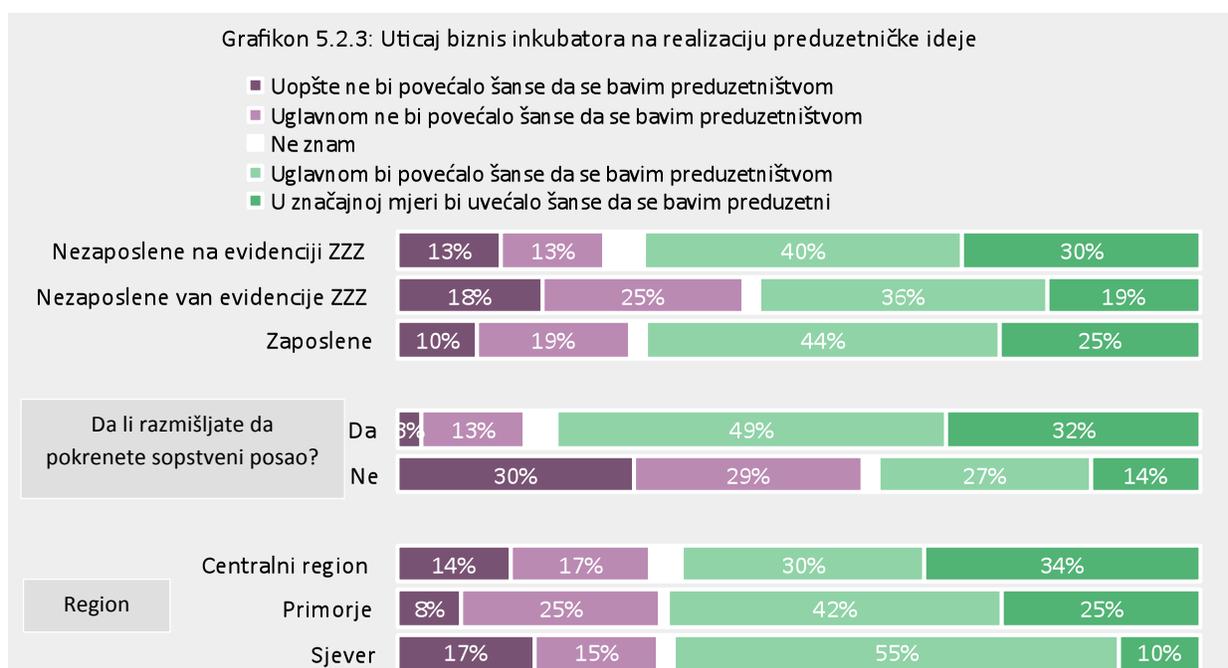
Za biznis inkubatore je čula svaka peta učesnica ovog istraživanja, svaka četvrta koja ima biznis ideju i svaka deseta koja nema. Za biznis inkubatore su značajno češće čule one žene koje imaju završeno visoko obrazovanje u odnosu na one koje imaju završenu srednju ili osnovnu školu. Posmatrano u odnosu na 3 populacije, za biznis inkubatore je čulo 28% zaposlenih žena, 18% nezaposlenih žena koje su van evidencije Zavoda za zapošljavanje i 15% nezaposlenih žena koje su registrovane u evidenciji Zavoda za zapošljavanje.

Od 20% žena koje su čule za biznis inkubatore 86% tačno opisuje funkciju biznis inkubatora, dok 14% onih koje su čule za njih ne zna tačno šta znače biznis inkubatori. Zaposlene žene nešto češće od nezaposlenih žena raspolažu tačnim informacijama o biznis inkubatorima.

Tokom anketiranja, sve učesnice su upoznate sa funkcijom biznis inkubatora a na pitanje u kojoj mjeri bi povećalo šanse da se opredjele da osnuju vlastito preduzeće postojanje biznis inkubatora baš u

njihovom gradu, a čije bi usluge kao preduzetnice mogle i one da koriste gotovo dvije trećine učesnica ovog istraživanja navodi da bi to uvećalo šanse da se opredjele za preduzetništvo.

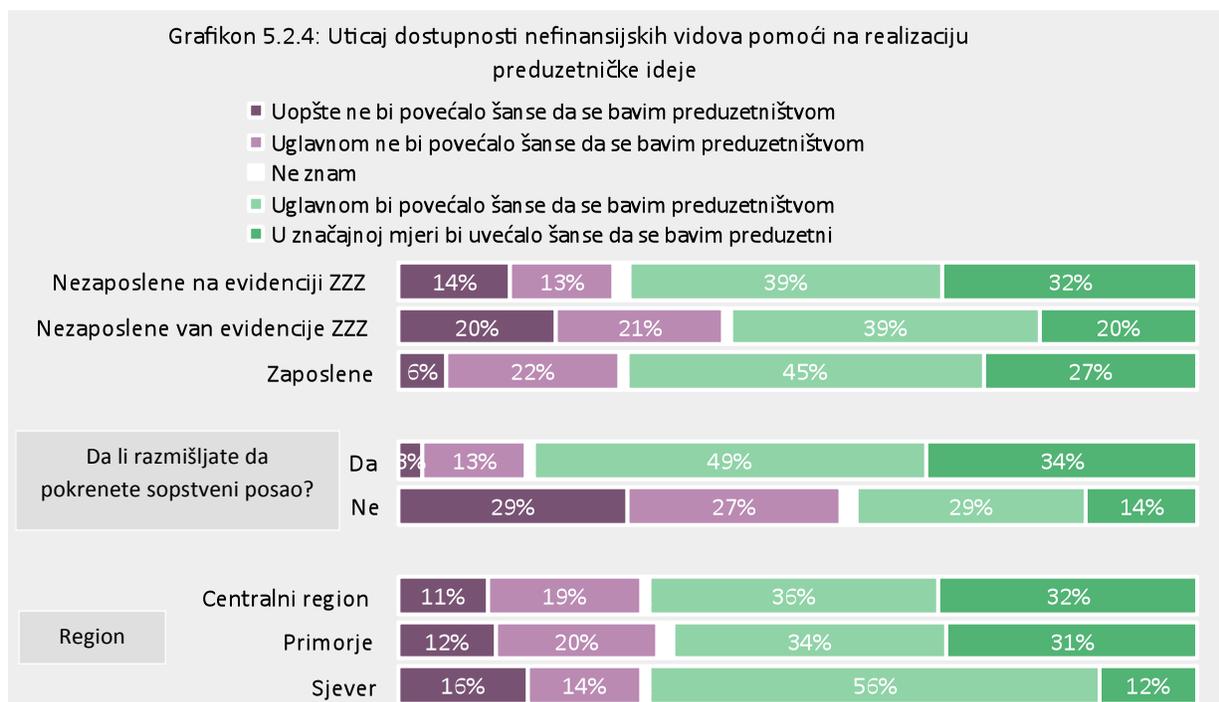
Eventualno formiranje biznis inkubatora u gradu u kom žive nešto češće bi pozitivno uticalo na nezaposlene žene koje su na evidenciji Zavoda za zapošljavanje i na zaposlene žene, nego što je to slučaj sa nezaposlenim ženama koje su van evidencije Zavoda. Takođe postojanje biznis inkubatora značajno pozitivnije bi uticalo na žene koje imaju biznis ideju nego na žene koje ne žele da se bave preduzetništvom. Naime, 81% žena koje već imaju biznis ideju kaže da bi ih postojanje biznis inkubatora dodatno podstaklo da započnu svoju biznis ideju, a sa njima dijeli mišljenje i 40% učesnica u ovom istraživanju koje u ovom trenutku ne razmišljaju o tome da pokrenu vlastiti posao. Gledano po regionima, može se zaključiti da biznis inkubatori djeluje nešto više motivišuće na žene u centralnom regionu i primorju u odnosu na one koje žive na sjeveru zemlje.



Svaka treća učesnica ovog istraživanja je čula za neki vid nefinansijske podrške koju pružaju institucije i organizacije u Crnoj Gori kao što su Direkcija za razvoju malih i srednjih preduzeća, Zavod za zapošljavanje a koja se odnosi na pomoć preduzetnicima prilikom započinjanja biznisa. Pomenuti vidovi nefinansijske podrške, deklarativno su značajno poznatiji među potencijalnim preduzetnicama u odnosu na žene koje u ovom trenutku ne razmišljaju o pokretanju sopstvenog biznisa.

Iako svaka treća učesnica kaže da je čula za neke od vidova nefinansijske podrške preduzetništvu koju pružaju institucije i organizacije u Crnoj Gori, konkretne primjere navodi tek nešto oko 6% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem. Kao i u slučaju sa biznis inkubatorima, sve učesnice su upoznate sa

postojećim vidovima nefinansijske podrške koje trenutno pružaju institucije i organizacije u Crnoj Gori<sup>14</sup> a na pitanje u kojoj mjeri bi povećalo šanse da se opredjele da osnuju vlastito preduzeće ako bi im kao potencijalnim preduzetnicama ti vidovi nefinansijskih potpora bili dostupni, nešto malo više od dvije trećine učesnica ovog istraživanja navodi da bi to uvećalo šanse da se opredjele za preduzetništvo. Slično kao i kod biznis inkubatora, veća dostupnost nefinansijskih vidova podrške bi ohrabrujuće djelovala i na 41% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem a koje nemaju namjeru da otvore vlastito preduzeće.

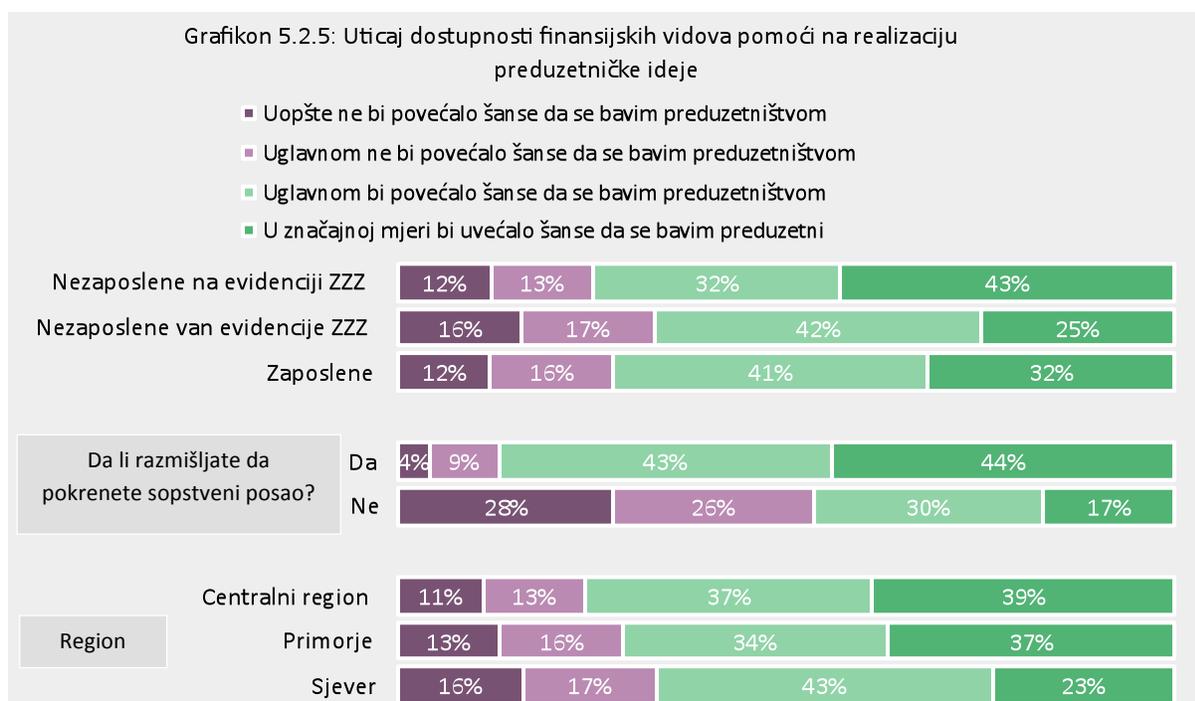


U odnosu na biznis inkubatore i nefinansijske vrste pomoći značajno veći procenat (44%) učesnica ovog istraživanja navodi da su čule za postojeće vidove finansijskih vrsta pomoći preduzetnicima prilikom započinjanja biznisa, a koje pružaju institucije i organizacije u Crnoj Gori kao što su Zavod za zapošljavanje i Investiciono razvojni fond Crne Gore. Kao i kod drugih vidova potpore preduzetnicama, jako mali procenat žena navodi neku od postojećih finansijskih potpora preduzetnicama a među njima su najčešće pomenuti programi Zavoda za zapošljavanje i kreditna linija IRFCG.

<sup>14</sup> Direkcija za razvoj MSP i mreža biznis centara, kroz svoje programe realizuju sledeće vidove nefinansijske podrške, koja je usmjerena na različite vrste savjetodavnih usluga i treninga koji trebaju omogućiti potencijalnim preduzetnicim sticanje neophodnih znanja za započinjanje biznisa. Savjetodavne usluge se odnose na pomoć prilikom registracije preduzeća, pristup kreditnim linijama, izradu i pomoć u izradi biznis planova, kao i ostale vrste savjetodavnih usluga, a od treninga se realizuju treninzi na sledeće teme: Kako pokrenuti privatni biznis, Kako izraditi biznis plan, Menadžment, Marketing i slično. Takođe, preko ZZZCG, potencijalnim preduzetnicima je na raspolaganju značajna nefinansijska podrška za započinjanje biznisa. Edukacijom nezaposlenih lica, ZZZCG obezbeđuje nadogradnju preduzetničke sposobnosti potencijalnih preduzetnika, koje im omogućava uspješnije tržišno ponašanje u svakodnevnom poslovnim aktivnostima. To se posebno odnosi na realizaciju projekta Virtuelna preduzeća. Obuka u virtuelnom preduzeću je osmišljena kao vrlo efikasan model učenja kroz rad, gdje polaznici, zajedno sa mentorima, simuliraju radni proces, od osnivanja samog preduzeća, izrade biznis plana, zapošljavanja, do formiranja neophodnih službi unutar preduzeća.

U sklopu ovog istraživanja smo testirali i uticaj dostupnosti finansijskih vidova podrške<sup>15</sup> na motivaciju žena obuhvaćenih ovim istraživanjem da se bave preduzetništvom, i upravo dostupnost finansijskih vidova podrške najznačajnije utiče na odluku žena obuhvaćenih ovim istraživanjem da osnuju sopstveno preduzeće.

**Dostupnost finansijske pomoći najveći uticaj imalo bi na nezaposlene žene koje se nalaze na evidenciji Zavoda za zapošljavanje, zatim na zaposlene žene pa tek na kraju na nezaposlene žene koje se nalaze van evidencije ZZZ. 87% potencijalnih preduzetnica (žena koje već imaju svoju biznis ideju) navodi da bi dostupnost nekog od testiranih vidova finansijske pomoći uvećalo šanse da se bave preduzetništvom.**



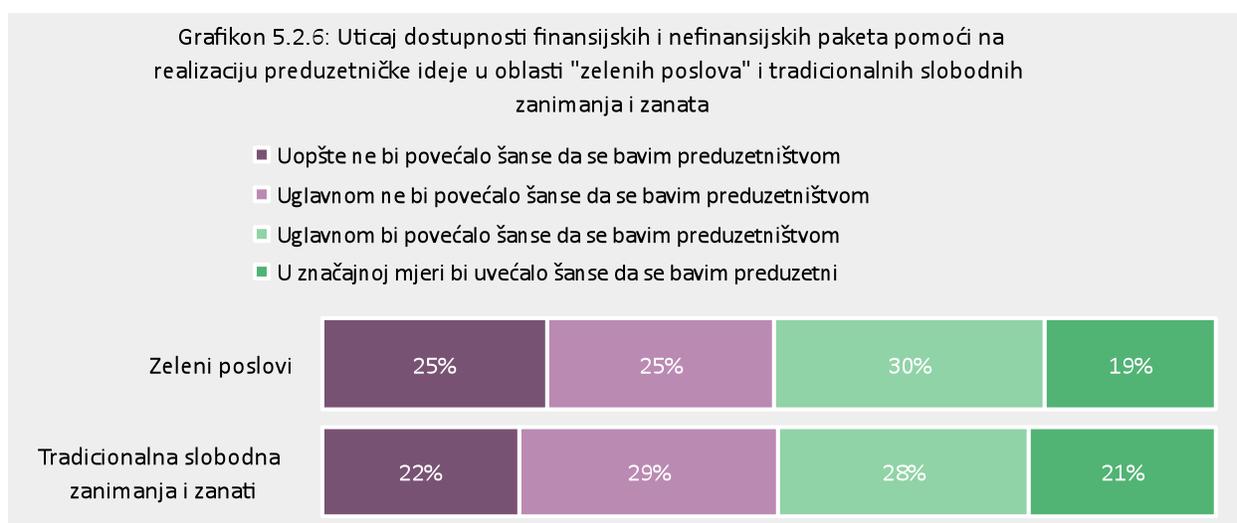
Kao što je bilo očekivano, žene učesnice ovog istraživanja koje imaju ideju da započnu sopstveni biznis ili su već preduzele neke korake u tom pravcu, značajno češće su informisane o postojećim vidovima podrške preduzetništvu od žena koje ne žele, u ovom trenutku, da postanu preduzetnice. Naravno, ne možemo tvrditi da je nivo njihove informisanosti uticao na to da dobiju ideju da postanu preduzetnice jer postoji realna mogućnost da su se zbog svoje preduzetničke ideje trudile da saznaju više o postojećim programima podrške.

<sup>15</sup> Sredstva za nezaposlene koji započnu svoj posao i to u iznosu od 5.000 € po novootvorenom radnom mjestu, uz maksimalni iznos kredita 15.000 € za 3 novootvorena radna mjesta a koja obezbjeđuje ZZZCG i kreditna linija za Start up preduzeća i preduzetnike koju je uveo IRFCG.

Ako bi postojao paket koji bi objedinio različite vidove finansijske i nefinansijske pomoći o kojima smo prethodno pisali, a koji bi se odnosio na započinjanje „zelenih poslova“<sup>16</sup> 49% potencijalnih preduzetnica (žena koje imaju ideju za svoj biznis) navodi da bi to uvećalo šanse da se opredjele da grade svoju preduzetničku karijeru baveći se nekim od „zelenih poslova“.

Gotovo identičan procenat (50%) potencijalnih preduzetnica navodi da bi postojanje sličnog paketa podrške koji bi targetirao tradicionalna slobodna zanimanja i zanate uvećalo šanse da se opredjele za preduzetničku karijeru u oblasti zanata i tradicionalnih slobodnih zanimanja.

Sve ovo navodi na zaključak da su svi nefinansijski, a naročito finansijski vidovi podrške potencijalnim ženama preduzeticama izuzetno važni, i da su u velikoj mjeri spremne da umjesto svoje ideje realizuju neku drugu za koju bi dobile, prije svega, finansijsku potporu.



<sup>16</sup> „Zeleni posao“ je bilo koji posao koji doprinosi očuvanju ili poboljšanju kvaliteta okoline, kao stvaranje i upotreba čiste, obnovljive energije, manja emisija štetnih gasova, manje zagađenje, čuvanje energije, vode i prirodnih resursa, smanjenje i ponovna upotreba otpada, obnova ekosistema, smanjenje upotrebe opasnih materija i sl. Kao primjeri „zelenih poslova“ mogu poslužiti: organska poljoprivreda, reciklaza, instaliranje solarnih ćelija, eko-modni dizajn, upotreba energije vjetra i sl.

## VI Izazovi ženskog preduzetništva

### 6.1 Tržišna nezasićenost i inovativnost

POTENCIJALNE PREDUZETNICE UGLAVNOM RAZAMIŠLJAJU O SKROMNIM BIZNIS PLANOVIMA. IGRAJU "NA SIGURNO", BIRAJU POZNATE I NA TRŽIŠTU VEĆ RAZVIJENE POSLOVE I PLANIRAJU DA POSLUJU ISKLJUČIVO U NEPOSREDNOJ OKOLINI. ORIJENTISANE SU NA DOMAĆE, LOKALNO PODRUČJE. PREDUZEĆA KOJA IMAJU U PLANU NE ZAHTEVAJU VELIKA ULAGANJA, ALI ISTOVREMENO NE MOGU DONIJETI NI VELIKI PROFIT NITI SE ZNAČAJNO RAZVIJATI U BUDUĆNOSTI. SVJESNE SU DA JE NJIHOVA IDEJA VEĆ PRISUTNA NA TRŽIŠU, TE DA KONKURENCIJA POSTOJI.

**Potencijalne preduzetnice najčešće planiraju da se u budućnosti bave trgovinom ili nekom uslužnom djelatnošću. Za trgovinu se odlučuje čak 2/5 žena, dok se 1/5 odlučuje za društveno komunalne i lične usluge.** Poljoprivreda je još jedna grana koja je donekle prisutna budući da se za nju opredjeljuje svaka deseta buduća preduzetnica, ali su sve ostale zastupljene u manje od 8% slučajeva. U te manje zastupljene spadaju hotelijerstvo i ugostiteljstvo, nekretnine, obrazovanje, prerađivačka industrija i zdravstveni rad.



**Trgovinom planiraju da se bave žene različitih dobi i nivoa obrazovanja.** Ova djelatnost je posebno popularna na primorju gdje je u vidu ima polovina budućih preduzetnica i u ruralnim krajevima, dok se za nju rjeđe odlučuju u centralnom regionu (35%). U planu je uglavnom otvaranje maloprodajnih objekata obuće ili odeće (16% svih potencijalnih preduzetnica, 33% onih koje planiraju da se bave trgovinom), prehrambenih prodavnica odnosno piljarnica (11% svih, 16% onih koje planiraju da se bave trgovinom) ili trgovina na malo (7% svih, 15% onih koje se bave trgovinom). Ideju da otvore butik češće imaju žene starosti 31 do 44 godine i one koje žive na primorju, dok je otvaranje prehrambenih

prodavnica popularnije na sjeveru. Trgovina nekim drugim artiklima poput nakita, cvjeća, kozmetike, knjiga je rijetka budući da se za njih odlučuje manje od 5% žena koje će se baviti ovom djelatnošću.

**Ono što je zajedničko za sve buduće vlasnice preduzeća za trgovinu je da su sve fokusirane isključivo na maloprodaju.**



Društvene i lične uslužne djelatnosti su češće izbor nezaposlenih žena i stanovnica gradskih sredina i centralnog regiona, a rjeđe žena starijih od 45. godina. I buduće preduzetnice koje su orijentisane na uslužne djelatnosti odlučuju se za usluge koje su uveliko prisutne na tržištu, te se ne mogu okarakterisati kao inventivne. U gotovo polovini slučajeva u pitanju je kozmetički salon (11% svih preduzetnica), potom krojačka radnja (9% uslužnih delatnosti, 2% svih) ili neka specijalizovana stručna usluga poput geodezije (9% uslužnih djelatnosti, 3% svih). Žene koje nameravaju da otvore kozmetički salon ili krojačku radnju su uglavnom završile srednju školu ili imaju samo zanat i većina njih živi u gradu i to u centralnom regionu. Nešto je drugačija slika kada su u pitanju specijalizovane stručne usluge za koje se odlučuju visokoobrazovane žene, ali ponovo stanovnice centralnog regiona i gradova.

**Bavljenje poljoprivredom u okviru preduzetništva se najčešće planira kao uzgajanje životinja (47%, 5% svih preduzetnica) ili ratarstvo (42%, 4% svih). Ono što je karakteristično za žene koje biraju ovu granu je da potiču iz porodica koje se nalaze u lošijoj materijalnoj situaciji:** ili imaju dovoljno novca za hranu, komunalije, odjeću i obuću, ali nedovoljno za skuplje stvari (frižider, TV itd.) ili čak nemaju ni za odjeću i obuću. One su ujedno uglavnom sa sjevera koji je češće pogođen siromaštvom i srednjoškolskog nivoa obrazovanja.

U zemlji u kojoj je turizam jedna od osnovnih i najprofitabilnijih privrednih grana, tek 7% potencijalnih preduzetnica planira da se bavi hotelijerstvom ili ugostiteljstvom. Pretpostavka je da je za ovu djelatnost potrebno znatno više ulaganja, tako i da kada biraju ovu granu žene se odlučuju za manje ugostiteljske objekte poput poslastičarnice, kafića, restorana ili čajdžinice.

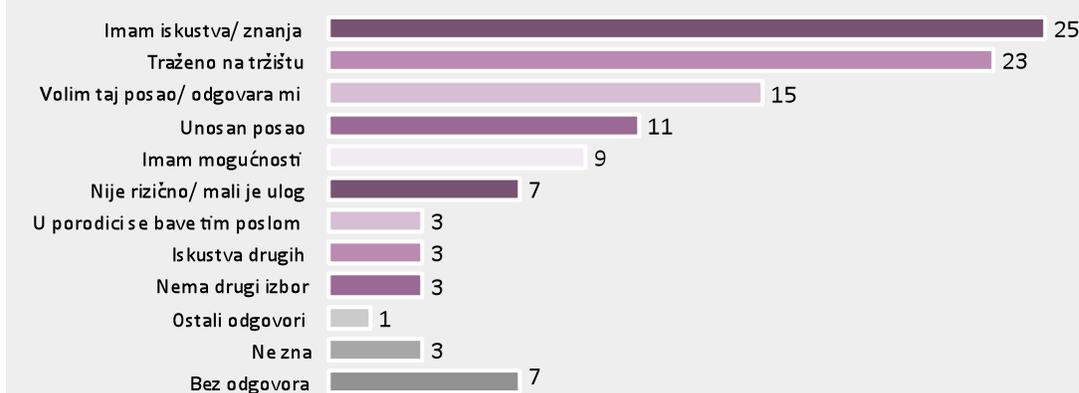
Do ideje za konkretni biznis žene su uglavnom došle kroz pređašnje iskustvo i stoga im je data djelatnost poznata. Naime, ¼ njih navelo je da su do ideje došle tako što „imaju iskustva ili znanja u tom poslu“. Istovremeno kada ocjenjuju koliko će posao koji budu obavljale, ukoliko ostvare svoje biznis plan za njih biti nov, 56% potencijalnih preduzetnica navodi da to neće biti slučaj, već da je u pitanju posao u kom imaju iskustva. Interesantno je da u grupi žena koje će se baviti sasvim novim zanimanjem spada i 46% njih koje su trenutno u radnom odnosu, što ukazuje da se ne bira po automatizmu posao koji se ranije obavljao.

*I intervjui sa ženama koje razmišljaju o biznisu i koje su pokrenule svoj biznis potvrđuju da se nova ideja pokreće u krugu prethodnih vještina i iskustava.*

*Žena koja je pokrenula svoj biznis: „Ja sam od srednje škole radila kao prodavačica u prodavnici strica, taj posao sam dobro savladala i logično mi je bilo da svoj posao započnem u sferi u kojoj sam prethodno stekla iskustva.“*

*Žena koja razmišlja o pokretanju svog biznisa: „Ja sam završila frizersku. To je jedino što znam i logično je da razmišljam o svom frizerskom salonu“*

Grafikon 6.1.3: Kako su došle do biznis ideje



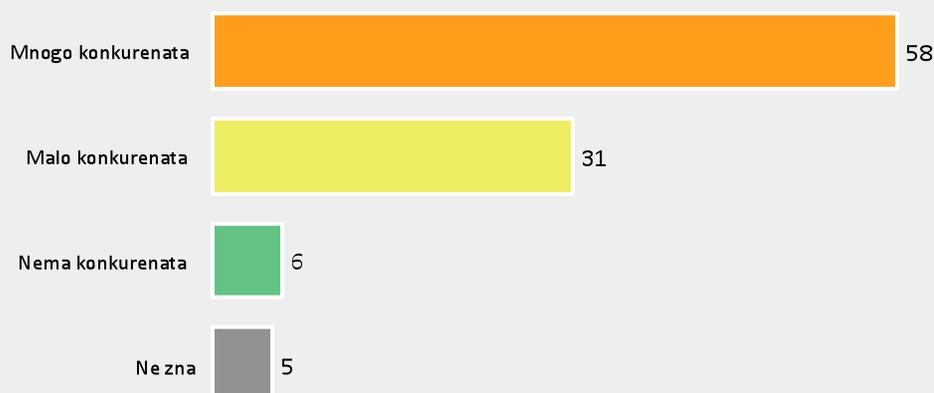
Drugi značajan faktor prilikom odabira djelatnosti budućeg preduzeća su i potrebe tržišta. Tek ¼ budućih preduzetnica vjeruje da postoji potražnja na tržištu za proizvode ili usluge koje će one nuditi i navode da je to faktor koji je uticao na njihov izbor. S druge strane, čak ¾ njih smatra da njihova ideja nije nova na tržištu, već da postoji od ranije, dok samo 6% vjeruje da je u potpunosti nova. Čak i kada

smatraju da je njihov biznis inovativan u pitanju su preduzeća koja već postoje poput agencija za nekretnine, parfimerija, obdaništa, palačinkarnica, frizerskih salona, agencija za knjigovodstvo.



**Takođe postoji i vrlo očigledna nekongruentnost u ocjeni inovativnosti i konkurencije na tržištu.** Posmatrano na cjelokupnom uzorku 58% potencijalnih preduzetnica smatra da postoji mnogo konkurenata na njihovom ciljnom tržištu, 31% da konkurencija postoji ali da nije brojna, a samo 6% da je uopšte nema. Već ovaj podatak ukazuje da se žene odlučuju za aktivnosti za koje ocjenjuju da uspijevaju na tržištu budući da postoji značajna konkurencija, ali da usljed zasićenosti već od početka ne planiraju značajan rast i razvoj biznisa. Ukoliko ukrstimo ocjenu inovativnosti i procjenu zasićenosti tržišta nailazimo na nelogičnosti. Čak polovina preduzetnica koje su se uglavnom složile sa tvrdnjom da se njihova biznis ideja odnosi na proizvod ili uslugu koja je nova na tržištu i 33% onih koje su se u potpunosti složile sa datom tvrdnjom, istovremeno smatra da na tržištu već postoji mnogo konkurenata. Ovaj podatak ukazuje da je potencijalnim preduzeticama potrebna pomoć u analizi tržišnih prilika i stručno savjetovanje u izradi biznis plana prije nego krenu u realizaciju, kako bi se smanjila mogućnost neuspjeha.

Grafikon 6.1.5: Konkurencija na tržištu



I intervjui sa ženama koje planiraju pokretanje svog biznisa pokazuju da je očigledno zanemarivanje i pojednostavljivanje uticaja konkurencije.

Žena koja razmišlja o otvaranju kozmetičkog salona: „Mislim da to što već ima dosta kozmetičkih salona nije problem. Znam za primer da u Beogradu u jednoj ulici ima nekoliko kozmetičkih salona i svi rade. Mislim da je i kod nas velika potreba za kozmetičkim salonima, tako da ne mislim da je konkurencija problem. Važno je samo kupiti te dobre mašine“

Žena koja razmišlja o otvaranju kozmetičkog salona: „Ima dosta frizerskih salona, ali ljudi moraju da se šišaju. Uvek će biti posla za frizere“.

Žene koje su već pokrenule svoj posao imaju mnogo više respekta prema konkurenciji.

Žena koja je pokrenula svoj biznis: „Ja sam shvatila da u Donjim Kokotima nema blizu prodavnica, da ljudi tek vikendom idu kolima u veće prodavnice u centar grada, pa sam posle mnogo analiziranja shvatila da pokretanje prodavnice može da bude isplativo.“

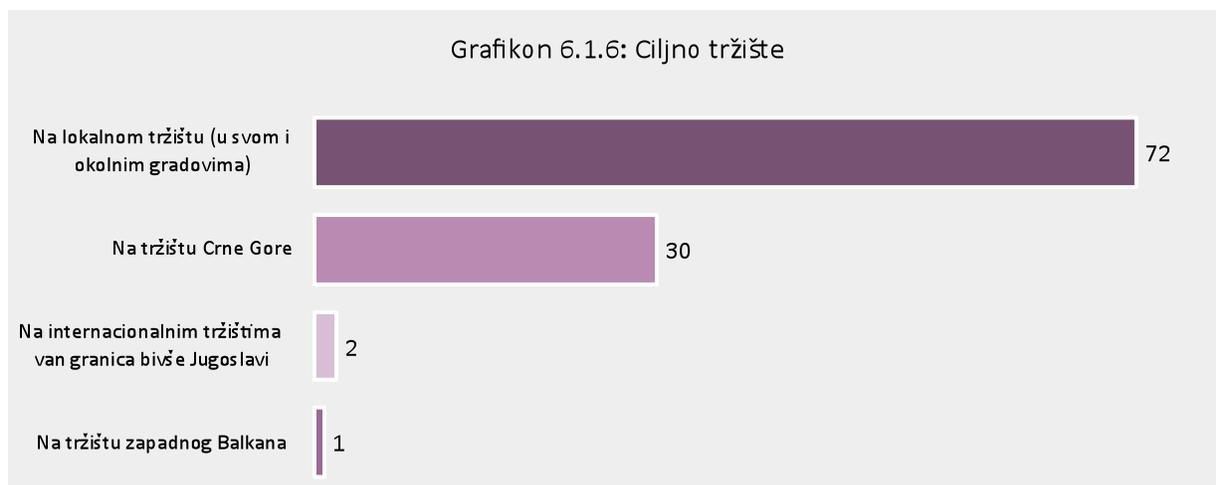
Žena koja je pokrenula svoj biznis: „Ja sam shvatila da nema prodavnica za kupovinu i iznajmljivanje vjenčanica i tek tad sam se sva dala da to pokrenem.“

Žena koja je pokrenula svoj biznis: „Ja sam pravila nakit i prodavala buticima po Podgorici i primorju, pa sam shvatila da treba otvoriti takvu prodavnicu blizu škole, jer su srednjoškolke najveći kupci. Sad mi je super krenulo.“

Lično zadovoljstvo i uživanje u poslu je treći po značaju faktor koji utiče na odabir buduće profesije, odnosno djelatnosti privatnog preduzeća. Ipak, ovaj faktor je pomenulo samo 15% žena. Postavlja se pitanje u kojoj mjeri se onda potencijalne preduzetnice vode svojim ličnim ambicijama i željama, a u kojoj mjeri je za njih preduzetništvo samo sredstvo za obezbjeđenje egzistencije. Odabir biznisa koji vole i prija im tipičniji je za mlađe osobe, dok se ovim faktorom rjeđe vode pripadnice najstarije starosne grupe i žiteljke sjevera.

Na izbor konkretnog biznisa između ostalog utiče i isplativost posla u 11% slučajeva, potom postojanje određenih kapaciteta i mogućnosti što smanjuje ulaganje, poput lokala, opreme (9%) i to što se posao procjenjuje kao nisko rizičan ili sa malim ulaganjem (7%). Tek 3% žena koje planiraju da se bave preduzetništvom odlučuju se za nastavak porodične tradicije.

Da potencijalne preduzetnice nemaju velike planove, već namjeravaju da otvore mala preduzeća govori i podatak da čak 70% njih kao svoje ciljno tržište vidi lokalno, odnosno svoje mjesto i okolinu. Ostale imaju nešto ambiciozniju ideju i planiraju da posluju na teritoriji cijele Crne Gore, ali ne i na međunarodnom tržištu (svega 3% navodi strana tržišta).



Žene u Crnoj Gori su izložene različitim barijerama koje rezultiraju horizontalnom i vertikalnom segregacijom zanimanja na osnovu pola, a koje su nastale prije svega pod uticajem stereotipa u izboru obrazovanja i zanimanja, tradicionalnih rodni uloga žena, predrasuda ali i nižim profesionalnim aspiracijama od muškaraca.

„Stakleni plafon<sup>17</sup>” kao oblik vertikalne segregacije predstavlja najizraženiji oblik diskriminacije žena kada su u pitanju radna prava. Čak i u onim zanimanjima u kojima su žene brojčano dominantno zastupljene, muškarci većinom obavljaju rukovodeće funkcije. Dalje, muškarci preovlađuju u upravljačkim funkcijama, zakonodavnim tijelima i organima lokalne samouprave.

<sup>17</sup> Nevidljive barijere koje sprečavaju žene da u poslovnoj hijerarhiji napreduju do najviših rukovodećih položaja.



**Rodna nejednakost se ogleda u nasleđenim prioritetima u izboru zanimanja.** Još uvijek preovlađuje podjela na „muška“ i „ženska“ zanimanja, tako da su žene najčešće zaposlene na poslovima koji traže strpljenje i pažnju (tehničarke, učiteljice, nastavnice ili poslovi koji se odnose na pružanje zdravstvenih ili socijalnih usluga).

**One se tradicionalno usmjeravaju na poslove koji nisu visokopozicionirani kada je u pitanju razvoj karijere, jer prestižni poslovi uglavnom zahtjevaju rad van uobičajenog radnog vremena, česta putovanja i duže odsustvovanje od kuće, što predstavlja prepreku za održavanje balansa između porodične i radne uloge.** Nasleđena inferiornost žena se nastavlja u novim tranzicionim uslovima u Crnoj Gori, u situaciji kada ekonomska efikasnost novih trendova zapošljavanja postavlja zahtjeve koje je teško ispunjavati uz nasleđene stereotipe o mjestu žene u porodici.

**Zbog svega ovoga izostaje prisustvo žena na rukovodećim mjestima i drugim prestižnim poslovima koji donose veće zarade i društvenu moć, kao i spremnost da pokrenu sopstveni biznis i da se bave preduzetništvom. Dalje, preko obrazovnog sistema, odnosno izbora zanimanja pod uticajem stereotipa, rodna segregacija se prenosi na tržište rada pa samim tim i na žensko preduzetništvo koje ostaje u krugu manje profitabilnih i tržišno zasićenih djelatnosti.**

## 6.2 Aspiracije i ciljevi

NE SAMO DA U PREDUZETNIŠTVO ULAZE SA SKROMNIM BIZNIS PLANOM, VEĆ POTENCIJALNE PREDUZETNICE NEMAJU AMBICIJU DA POSAO ZNAČAJNO PROŠIRE U BUDUĆNOSTI. UGLAVNOM PLANIRAJU DA RADE SAME I DA EVENTUALNO U BUDUĆNOSTI ZA NJIH RADI JOŠ PO NEKI RADNIK. KAKO BI ŠTO MANJE RIZIKOVALE PRIJE SVEGA U FINANSIJSKOM SMISLU, JEDAN DIO NJIH PLANIRA DA U POČETKU ČAK RADI I NA CRNO SVE DOK SE POSAO NE POKAŽE USPJEŠNIM. SHODNO TOME I OČEKIVANJA OD PROFITABILNOSTI SU SKROMNA: OD PREDUZEĆA SE OČEKUJE DA PORODICI OBEZBJEDI NORMALAN ŽIVOT BEZ TRZAVICA ILI DA JEDNOSTAVNO ZADOVOLJI POTREBE KUĆNOG BUDŽETA.

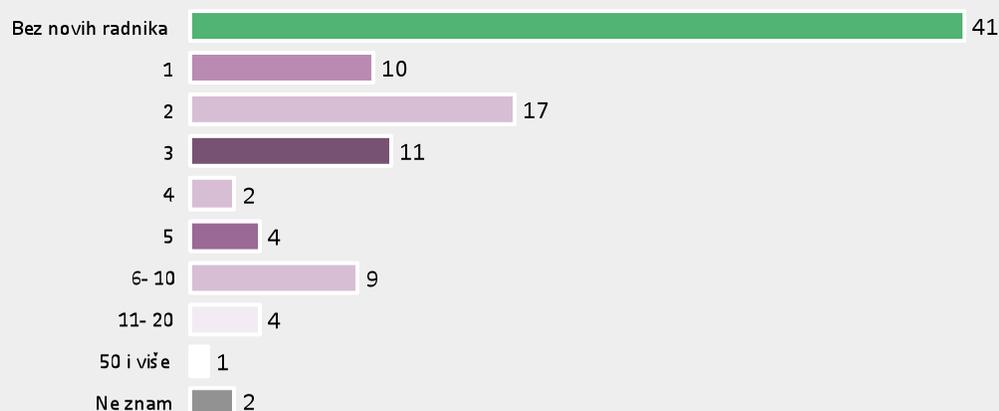
**Preduzetništvo za gotovo sve potencijalne preduzetnice znači otvaranje mikro preduzeća (do 10 zaposlenih), a za 2/5 njih individualno obavljanje djelatnosti bez angažovanja drugih radnika, barem u početku.** Da u početku rade same najčešće planiraju žene koje su se odlučile za jednu od 2 najpopularnije djelatnosti: trgovinu i lične usluge. Biznis planovi koji su već po izboru djelatnosti nešto složeniji poput ugostiteljstva, poljoprivredne proizvodnje i prerade od početka uključuju tim sa više radnika. Ipak, najčešće je u pitanju manji broj zaposlenih. Polovina potencijalnih preduzetnica svoje buduće preduzeće u početku vidi kao firmu sa 2 do 5 radnika, dok samo 6% namerava da u njihovom slučaju ovaj broj bude između 6 i 10. Pokretanja malog preduzeća sa više od 10 zaposlenih je gotovo presedan u ovoj populaciji, budući da to pominje tek 2% potencijalnih preduzetnica, dok je preduzeće sa više od 50 radnika plan samo jedne od anketiranih potencijalnih preduzetnica.



**Ukoliko sve bude išlo po planu ova mikro preduzeća će se u budućnosti barem donekle proširiti kada je u pitanju broj radnika. 59 % žena namjerava da nakon 3 godine poveća broj radnika, dok će 41% ostati na istom broju kao u početku.** Većina žena koje će biznis započeti radeći same, njih 72%, vjeruje

da će nakon 3 godine imati na raspolaganju resurse za zapošljavanje novih radnika, dok ostale namjeravaju da njihov biznis do kraja ostane individualni. Ipak, planirano uvećanje radne snage nije veliko, tako da i sa ostvarenjem ovog plana većina firmi ostaje u kategoriji mikro preduzeća. U pitanju je uglavnom zapošljavanje od jednog do tri nova radnika (62% potencijalnih preuzetnica koje namjeravaju da povećaju broj radnika, 38% svih potencijalnih preduzetnica), dok svega 5% potencijalnih preduzetnica ima ideju da zaposli više od 10 ljudi. Žene koje će raditi same namjeravaju da u radni odnos prime jednog radnika (16%), dva (32%) ili eventualno tri (17%). One koje će u početku na raspolaganju imati od 2 do 5 radnika u polovini slučajeva namjeravaju da ostanu na tom broju i kasnije ili zaposle jednu, dve osobe.

Grafikon 6.2.2: Broj novih radnika nakon 3 godine



**Planirani broj radnika na početku i nakon 3 godine poslovanja je još jedan pokazatelj da žene preduzetnice nemaju ambiciozne planove. Radeći same na početku značajno smanjuju troškove i samim tim u slučaju potencijalnog neuspjeha imaju manji gubitak. Sa istim ciljem se i 1/5 njih odlučuje za rad na crno iako je takvo poslovanje nezakonito.** Same navode da je razlog toj odluci „da vide da li će se isplatiti posao i da li će uspjeti“. Još češće navođeni razlog za ilegalni rad je visina poreza, što može ukazivati da je ovo jedna od prepreka ženama koje se ne odlučuju za preduzetništvo jer nijesu spremna da rizikuju i rade na crno, a porez je za njih previsok. Da rade na crno bi se ređe usudile starije žene (preko 45 godina), one koje su u radnom odnosu i žiteljke primorja.

I intervjui sa ženom koja radi u državnoj administraciji a ima plan za razvoj privatnog biznisa ostaje pri radu „na crno“, za početak.

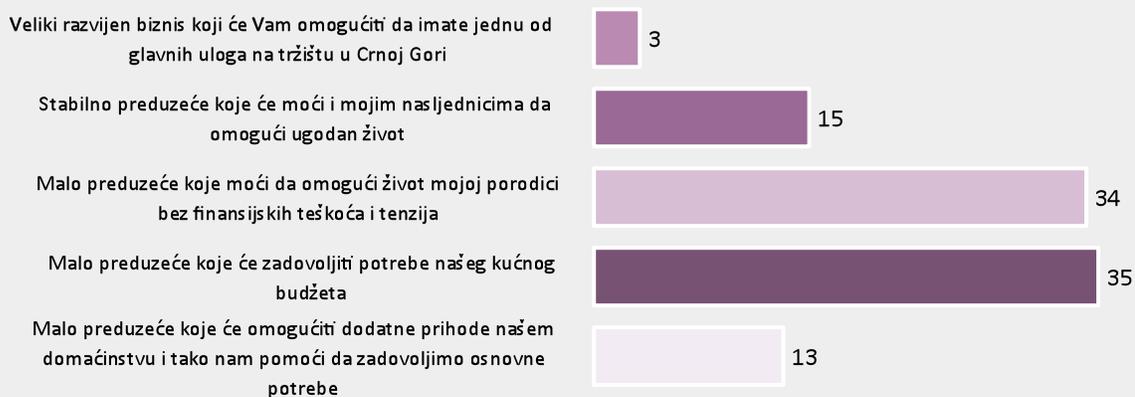
Žena koja razmišlja o otvaranju autoplace: *„Krizna je, potražnja je smanjena. Više mi odgovara da radim na crno, a uvek sa nekom agencijom mogu da završim papire za automobile koje prodam“*.

**Podaci govore u prilog tome da su gotovo svi biznis planovi kreirani po principu „minimalno ulaganje i što manji početni troškovi“ uslijed straha od neuspeha. Ako se uzme u obzir i da su proizvodi i usluge koje se nude već prisutne na tržištu i da postoji značajna konkurencija, nije moguće očekivati značajan profit u budućnosti.** Toga su uglavnom svjesne i same preduzetnice i evidentno nemaju namjeru da ostvare veliki uspeh, budući da im je osnovni cilj materijalno obezbjeđivanje sopstvene porodice. Svoje planove u vezi sa preduzetništvom najčešće opisuju kao malo preduzeće koje će moći da omogući život njihovoj porodici bez finansijskih teškoća i tenzija (34%) ili samo da zadovolji potrebe kućnog budžeta (35%). Žene svoje potencijalno preduzeće ne vide kao jedno od vodećih na tržištu u Crnoj Gori (samo 3% navodi ovaj odgovor), dok 15% ima namjeru da stvori resurse za budućnost odnosno da omogući ugodan život i njihovim nasljednicima. Ambicioznije planove da razviju stabilno preduzeće imaju žene starije od 45 i visoko obrazovane, dok u svom poslu dopunu kućnog budžeta najčešće vide one sa sjevera Crne Gore i i nezaposlene žene koje nijesu na evidenciji Zavoda za zapošljavanje.

Žene koje su već pokrenule svoj biznis, kažu da ideja o pokretanju posla nije nastala i realizovana samo iz materijalnih pobuda, niti teži razvoju velikog biznisa, već i iz želje za samopotvrđivanjem kao nekog ko je sposoban da se ostvari kao samostalan i nezavistan u poslu.

Žena koja je otvorila prodavnicu: *„Ponosna sam na sebe. Dokazala sam da sam sposobna da pokrenem i uspješno vodim posao. Naravno, tu je i zadovoljstvo zbog prihoda koje mogu da raspodjelim za potrebe dece i porodice.“*

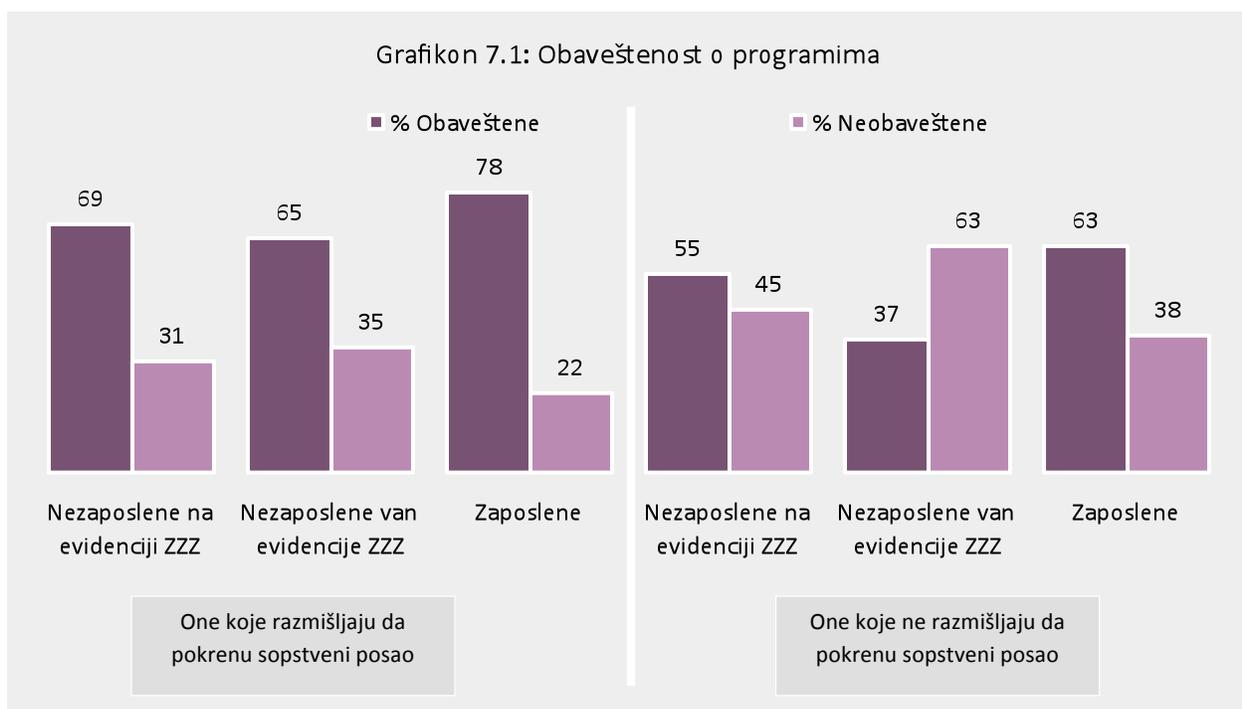
Grafikon 6.2.3: Očekivanja od biznis plana



Iz intervjua saznajemo da su žene koje su pokrenule svoj biznis izdvojile čitav niz pozitivnih promena koje su nastale kao posljedica ulaska u „preduzetničke vode. Sve žene preduzetnice složile su se da su postale sigurnije u sebe, komunikativnije i društvenije. Da im je biznis status doneo ekonomsku nezavisnost i uz to stvaranje novih kontakata i prijateljstava, više slobodnog vremena (jer ga same organizuju).

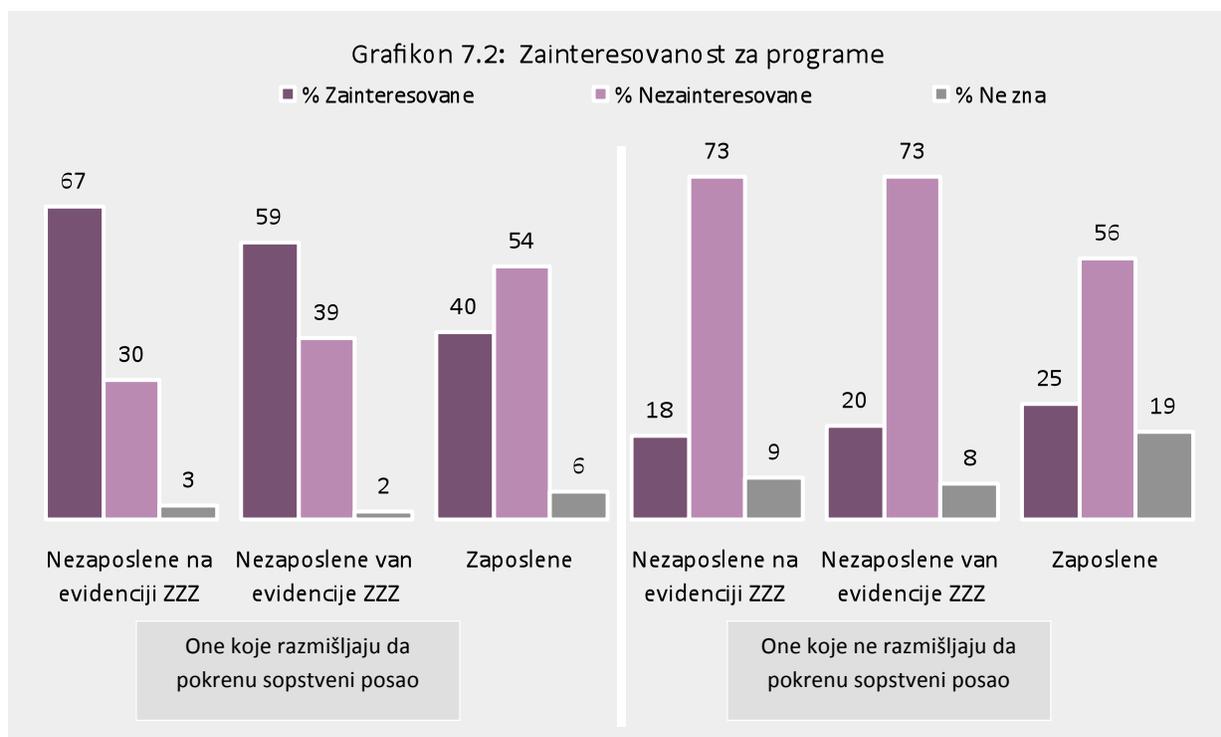
## VII Evaluacija obrazovnih programa za razvoj preduzetništva

Obavještenost nezaposlenih žena i onih koje nijesu zadovoljne svojim trenutnom poslom, o seminarima za otpočinjanje biznisa ili organizovanim prekvalifikacijama ne može se okarakterisati kao **dovoljno dobra**. Ipak, postoji značajan prostor za unaprijeđenje, budući da je za programe ovog tipa čulo 63% žena iz ove populacije, dok je gotovo 1/3 njih neobavještena. Žene koje trenutno ne razmišljaju o započinjanju sopstvenog biznisa su slabije upoznate sa ovim programima što je možda i očekivano. U većoj mjeri problem predstavlja što čak 29% žena koje imaju u planu pokretanje sopstvenog biznisa ne zna ni za jedan od ovih programa. Ovaj faktor može negativno uticati na kreiranje njihovog biznis plana, a potom i na uspjeh preduzeća. I među budućim preduzeticama i među onima koje ne planiraju da otpočnu biznis najbolje su obavještene one žene koje su trenutno u radnom odnosu, a potom nezaposlene na evidenciji Zavoda za zapošljavanje, dok je informisanost najslabija kod nezaposlenih van evidencije. Ovaj podatak ukazuje da ovakav tip programa nije prilagođen ženama koje se ne nalaze van sistema, bilo da je u pitanju ZZZ ili radna organizacija, te da nije dovoljno promovisan među njima.



Ne samo da nezaposlene žene i one koje žele da promjene posao, a ne planiraju da započnu sopstveni biznis ne iskazuju u značajnom procentu zainteresovanost za edukacije o preduzetništvu i programe prekvalifikacije, već to ne čine ni potencijalne preduzetnice. Da se uključi u ovakav tip programa zainteresovano je svega 43% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem. Čak 67% žena koje ne namjeravaju

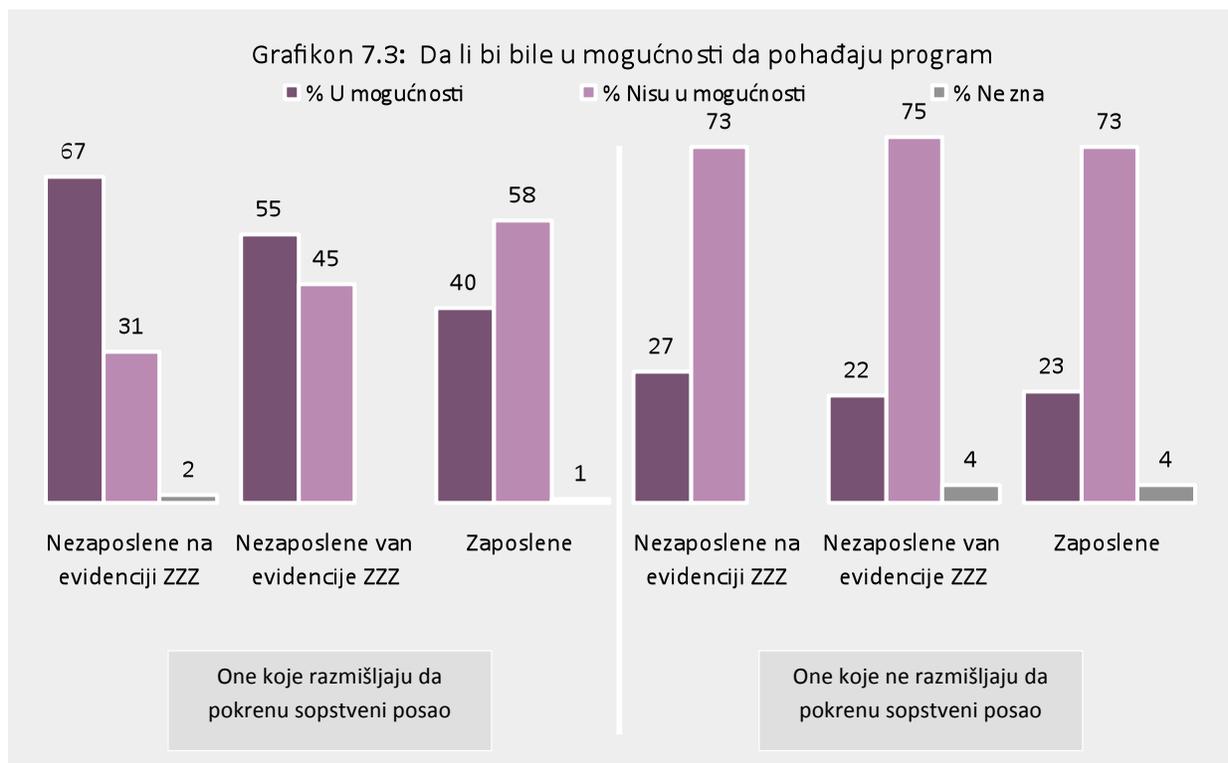
da pokrenu sopstveno preduzeće i 40% potencijalnih preduzetnica nemaju želju da se na ovaj način dodatno obuče. U većoj mjeri su zainteresovane pripadnice mlađe populacije (18-29 godina), stanovnice primorja i žene koje se nalaze na evidenciji Zavoda za zapošljavanje.



**Ne predstavlja prepreku dodatnoj edukaciji samo nedovoljna zainteresovanost, već i to što ne bi sve žene obuhvaćene ovim istraživanjem mogle da izdvoje vreme za obuku.** Kada bi im se ponudila opcija da u ovom trenutku pohađaju petodnevnu obuku koja se odnosi na temu razvoja preduzetništva koja bi pružala konkretna i korisna znanja za započinjanje biznisa 43% žena bi bilo u mogućnosti da je pohađa. U grupi onih koje ne bi mogle to da učine ima više zaposlenih žena, stanovnica sjevera i ruralnih dijelova. Ipak, postoji i izvesna povezanost između zainteresovanosti i mogućnosti pohađanja obuke. Da trenutno nijesu u mogućnosti da idu na višednevnu edukaciju češće su navodile žene koje nemaju namjeru da otvore preduzeće (čak 73% ove populacije) i one koje su generalno iskazale nezainteresovanost za ovakve programe (83% onih koje nijesu zainteresovane navode da nijesu u prilici da pohađaju).

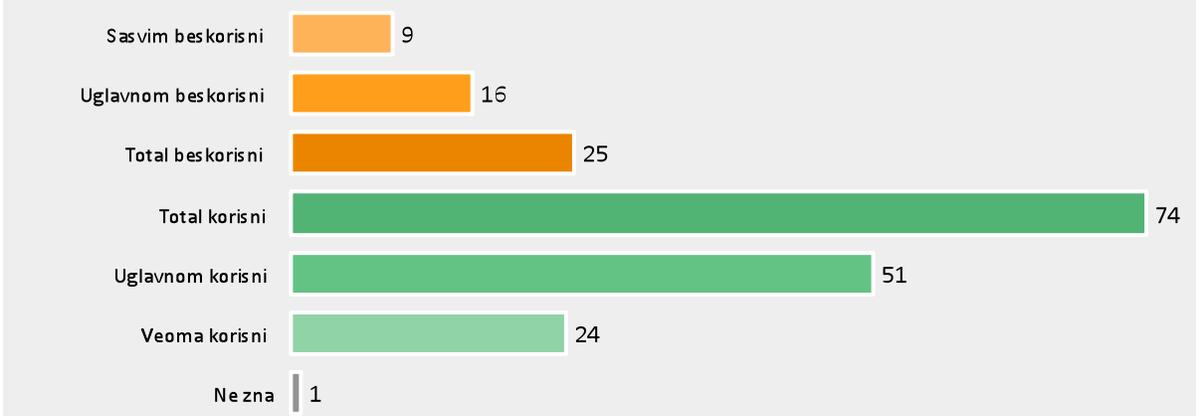
*Sudeći po intervjuima sa nezaposlenim ženama na evidenciji ZZZ, koje imaju poslovnu ideju, interesovanje za obuke kako bi se podigao preduzetnički kapacitet je veliko.*

*Žena koja je na evidenciji ZZZ i ima poslovnu ideju: „Ja sam zainteresovana za svaku obuku koja će mi podići preduzetničke sposobnosti.“*



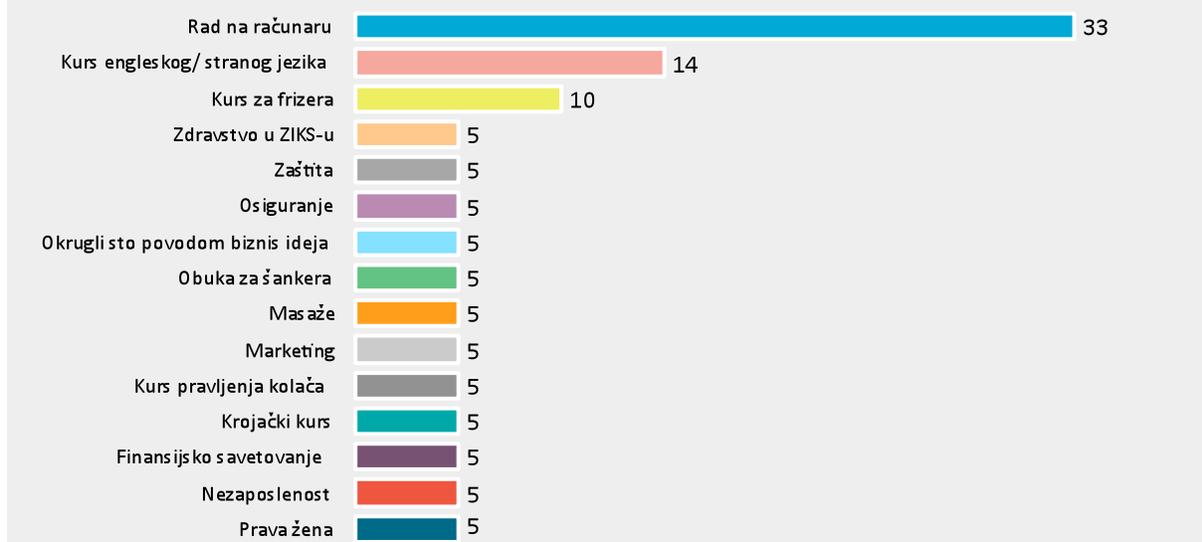
Programi za dodatnu edukaciju u oblasti preduzetništva se u većem procentu evaluiraju kao korisni nego što postoji interesovanje za njih. Naime, 77% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem ocjenjuje da je ovakva edukacija korisna kako bi došle do posla ili osnovale sopstvenu firmu. Programe generalno pozitivnije ocjenjuju potencijalne preduzetnice, žene koje su nezaposlene a na evidenciji Zavoda, žiteljke Centralnog regiona, dok najlošije ocene daju žene koje ne vide sebe u preduzetništvu i one koje žive na Sjeveru.

Grafikon 7.4: Korisnost programa za dolazak do posla, ili osnivanje firme



**Velika većina žena obuhvaćenih ovim istraživanjem u posljednje dvije godine nije pohađala nikakvu dodatnu obuku ili kurs, a i ukoliko su to činile te obuke se nijesu direktno odnosile na preduzetništvo.** Kroz neku vrstu treninga u ovom periodu prošlo je tek 6% žena. Među njima nijesu primjetne demografske razlike i jedino se može uočiti da u ovoj malobrojnoj grupi nema žena koje su nezaposlene a nijesu na evidenciji Zavoda, niti planiraju da pokrenu biznis. Obuke su se odnosile pre svega na rad na računaru (33% žena koje su išle na neku obuku), engleski ili neki drugi strani jezik (14%) i kurs za frizera (10%). Za rad na računaru obučavale su se žene iz svih krajeva, one mlađe od 45 godina, srednjeg nivoa obrazovanja i nezaposlene žene koje planiraju da pokrenu svoj biznis. S druge strane, učenje stranih jezika prisutno je bilo samo u Centralnom regionu i gradskim sredinama, i ponovo među mlađim ženama i nezaposlenim potencijalnim preduzetnicama. Većinu ovih treninga (67%) organizovao je Zavod za zapošljavanje, dok je u po 5% slučajeva u pitanju bila organizacija nekog NVO-a ili privatni časovi. Programi Zavoda su pokrivali različite vrste obuka, ali najčešće obuku za rad na računaru (36% svih kurseva u njihovoj organizaciji), dok su se privatni časovi plaćali samo za učenje stranog jezika.

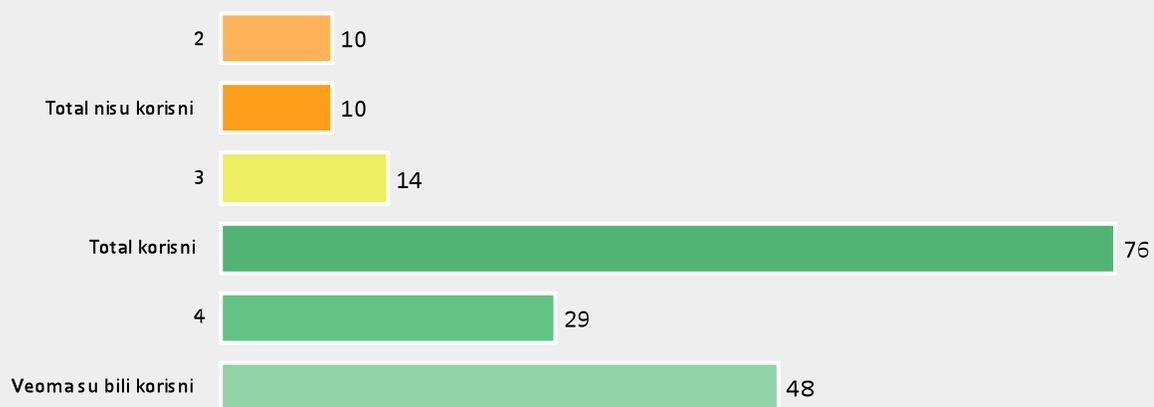
Grafikon 7.5: Obuke koje su pohađale u poslednje 2 godine (baza: 6% populacije)



Prilikom evaluacije sadržaja obuke kroz koju su prošle žene su uglavnom davale uopštene odgovore o praksi i informacijama kao najkorisnijim aspektima, dok manje korisne nijesu umjele da navedu ili su pak tvrdile da takvih aspekata nije ni bilo. Za 29% žena koje su u posljednje 2 godine završile neki kurs ili trening najkorisnije što su dobile je potrebno znanje ili praksa, a ovaj odgovor češće su navodile nezaposlene žene koje nijesu na evidenciji Zavoda i one sa sjevera. Sljedeći koristan aspekt je rad na računaru (19%), potom dobijene informacije (19%), dok je 14% jednostavno reklo da im je sve bilo korisno. Negativne odnosno nekorisne aspekte dodatnih edukacija ispitanice nijesu znale ili nijesu želele da navedu. Polovina na ovo pitanje nije navela nikakav odgovor, dok je 38% reklo da je sve bilo korisno. Jedina iznijeta zamjerka je da je bilo previše predavanja i nju je pomenula svaka deseta žena koja je pohađala neki kurs u poslednje 2 godine. Isto tako ove žene nijesu navodile konkretne predloge za unaprjeđenje pomenutih obuka kako bi bile korisnije ženama koje žele da pokrenu privatni biznis: 62% nije navelo odgovor ili je reklo da ne zna, a 10% da ništa ne treba dopunjavati. One koje su imale predlog pomenule su više prakse i konkretnih primjera (14%) i savjetnika za pokretanje biznisa (5%) ili su jednostavno ovde iskazale želju da se ovi programi nastave i prošire (10% dalo ovaj odgovor).

Opšta ocjena obuka ukazuje da iako nijesu bile mnogobrojne među ženama obuhvaćenim ovim istraživanjem ove obuke su bile korisne. Čak 76% žena koje su prošle neku obuku ocjenjuje taj trening kao koristan ili veoma koristan. Pozitivnije evaluacije daju potencijalne preduzetnice, žiteljke Centralnog regiona i gradskih sredina, dok su strožije u ocjeni žene koje nijesu u radnom odnosu niti na evidenciji Zavoda, one koje ne planiraju da uđu u preduzetništvo i žiteljke primorja i ruralnih sredina.

Grafikon 7.6: Generalna korisnost programa



## VIII Zaključci i preporuke

### 8.1 ZAKLJUČCI

#### *Karakteristike potencijalnih preduzetnica*

Profesionalni sastav potencijalnih preduzetnica je različit, nema nekog pravila o tome koja profesija ili zanimanje je više ili manje podsticajna za ulazak u preduzetništvo. Može se konstatovati da su žene svih profesija i zanimanja pokazivale motivaciju i želju da uđu u privatni biznis. **Dakle, sama profesija nije bitna pretpostavka, nego je zapravo ekonomska situacija i mogućnost izbora za zaposlenje ono što određuje motivaciju za ulazak u privatni biznis kad su u pitanju žene obuhvaćene ovim istraživanjem.**

Što se tiče porodičnog porijekla potencijalnih preduzetnica obuhvaćenih ovim istraživanjem, one **potiču iz svih socijalnih slojeva**. Najveći procenat potencijalnih preduzetnica dolazi iz domaćinstava sa ukupnim mjesečnim prihodima između 350 i 650 eura, tačnije njih 41%.

Tek svaka peta je porijeklom iz porodica u kojima je već postojala tradicija nekog privatnog posla. Zato se može tvrditi da su **potencijalne preduzetnice obuhvaćene ovim istraživanjem, u najvećoj mjeri, "nove preduzetnice", koje, uglavnom, kreću u tu oblast bez ikakve prethodne porodične tradicije.**

Ipak, žene u čijim porodicama je neko obavljao tradicionalna slobodna zanimanja kao što su obučari, krojači... ili je imao sopstveni posao (bio privatnik) u trgovini ili pružanju drugih vrsta usluga ili proizvodnji nešto češće se opredeljuju za preduzetništvo za razliku od onih žena koje u svojim porodicama nemaju naslijeđe tradicionalnih slobodnih zanimanja.

Svaga 3% potencijalnih preduzetnica obuhvaćenih ovim istraživanjem nema završenu srednju školu, dvije trećine potencijalnih preduzetnica je završilo srednju školu, a višu ili fakultet 31%. Obrazovni profili potencijalnih preduzetnica iz ovog istraživanja se razlikuju u odnosu na rezultate istraživanja u koje je sprovela Asocijacija privrednih komora EU. U tom istraživanju o preduzetnicama 17% ima završenu osnovnu školu, 39% srednju, a čak 44% visoko obrazovanje.

Postoji značajna razlika između žena koje jesu i onih koje nijesu na evidenciji ZZZ po pitanju samopercepcije sopstvenog trenutnog statusa. **Žene koje su nezaposlene, a nijesu na evidenciji su značajno manje aktivne u traženju posla, češće se identifikuju sa pasivnim statusom domaćice i rjeđe su prethodno radile od žena koje su nezaposlene, ali se nalaze na evidenciji ZZZ.** Sa druge strane među zaposlenim ženama vlada veliki strah od gubitka posla.

### **Motivi i uticaj**

Pored uticaja iz porodice primjetan je i uticaj šire društvene mreže na odluku da se uđe u preduzetništvo. **Veći broj potencijalnih preduzetnica zna nekoga ko je u prethodne 2 godine pokrenuo posao u Crnoj Gori (61%),** nego što je to slučaj među ženama koje nemaju ideju da osnuju preduzeće (39%). Ovaj podatak ukazuje da pozitivni primeri podsticajno djeluju na žene i ohrabruju ih da uđu u preduzetništvo. S druge strane, **upečatljiv je izostanak pozitivnih primjera uspješnih poslovnih žena** koje su ispitanice bile u stanju da navedu.

Što se tiče motiva za počinjanje privatnog biznisa izdvajaju se dvije grupe glavnih razloga. Prva grupa razloga jeste **pronalaženje alternative zapošljavanju kod poslodavca i ekonomska nužda.** Drugu grupu čini manji broj žena čiji je motiv za ulazak u preduzetništvo potreba za samostalnošću, težnja za većom zaradom, afirmacijom ali i nezadovoljstvo trenutnim ili prethodnim poslovima.

Očigledno je da najveći procenat žena obuhvaćenih ovim istraživanjem **ulazi u preduzetništvo iz nužde,** kada su "natjerane", odnosno onda kada ne vide drugi izlaz. U prilog tome ide i samoprocjena finansijske situacije sopstvenog domaćinstva koje su dale ispitanice. Naime, gotovo polovina žena obuhvaćenih ovim istraživanjem (45%) ocjenjuje da njihova trenutna materijalna sredstva mogu da pokriju troškove za hranu, komunalije, odjeću i obuću, ali da nijesu dovoljna za kupovinu nešto skupljih stvari.

Pored ličnih sposobnosti, znanja i kontakata, na odluku o ulasku u preduzetništvo utiče i **procjena o trenutnoj situaciji i prilikama na tržištu.** Kada je u pitanju ova opšta ocjena žene nijesu baš optimistične.

Dalje, da je privatno preduzetništvo generalno rizično u istoj mjeri smatraju potencijalne preduzetnice i one koje to ne planiraju da budu. Ipak, iako uočavaju iste potencijalne prijetnje ove grupe žena se razlikuju u procjeni prilika koje tržište nudi. Potencijalne preduzetnice su optimističnije što može biti posledica bolje upućenosti u ovu temu. Ipak i polovina njih takođe ne ocjenjuje da će dobrih prilika biti, ali se odlučuje na ulazak u privatni biznis što ide u prilog zaključku o njihovom primarnom motivu, odnosno činjenici da ne vide drugu mogućnost da dodju do posla.

Možemo uočiti da je **podrška porodice i najbližeg okruženja od izuzetne važnosti** jer skoro dvije trećine učesnica ovog istraživanja kao najvažniji savjet navodi savjet supruga (ili partnera) i savjete drugih članova porodice ili prijatelja.

Generalno gledano, stiče se utisak da nezaposlene **žene koje su na evidenciji Zavoda za zapošljavanje u odnosu na žene koje pripadaju drugim kategorijama koje su posmatrane u ovom istraživanju, pokazuju veći stepen motivacije i spremnosti da uđu u preduzetništvo.**

### **Stavovi o rodnoj ravnopravnosti**

Može se zaključiti da većina učesnica ovog istraživanja ima progresivne stavove po pitanju rodne ravnopravnosti muškaraca i žena.

Po pravilu, tradicionalni stavovi po pitanju rodne ravnopravnosti se ističu kad god je riječ o djeci.

Posmatrano na nivou tri populacije (nezaposlene žene na evidenciji ZZZ, nezaposlene žene van evidencije ZZZ i zaposlene žene) **tradicionalni stavovi po pitanju rodne ravnopravnosti nešto češće su zastupljeni kod nezaposlenih žena koje nijesu na evidenciji Zavoda za zapošljavanje.**

**Najznačajnija razlika** po pitanju stavova o rodnoj ravnopravnosti je uočena između žena koje imaju biznis ideju i razmišljaju o pokretanju sopstvenog posla i onih koje nemaju biznis ideju i u ovom trenutku ne razmišljaju o pokretanju sopstvenog posla. Naime, **potencijalne preduzetnice značajno češće imaju progresivne stavove po pitanju rodne ravnopravnosti.** One, za razliku od žena koje nijesu potencijalne preduzetnice, značajno češće smatraju da fakultetsko obrazovanje nije važnije za mladiće nego za djevojke. Takođe, značajno češće smatraju da muškarci nijesu bolji u biznisu od žena, da uspješne poslovne žene ne moraju zanemariti svoju porodicu, da za dobrobit djece nije najbolje da muškarac zarađuje, a žena da se posveti porodici. Osim toga, za njih je češće prihvatljivo da muškarac uzme porodiljsko odsustvo i preuzme brigu o djeci u situaciji kad žena ima bolje plaćen posao. Na kraju, one se značajno češće, od žena koje nemaju biznis ideju, ne slažu sa tvrdnjom da će malo dijete (predškolsko) vjerovatno patiti ako mu je majka zaposlena van kuće.

Na regionalnom nivou, **najprogresivnije stavove po pitanju rodne ravnopravnosti imaju učesnice istraživanja sa primorja**, zatim one koje žive u centralnom regionu, a za one koje žive na sjeveru Crne Gore nešto češće su karakteristični tradicionalniji stavovi po pitanju rodne ravnopravnosti.

Može se zaključiti da gotovo čitav teret kućnih obavaza nose žene. Imajući u vidu koliko žene provode vremena dnevno brinući o kućnim poslovima i ostalim njihovim obavezama, u prosjeku, potencijalne preduzetnice kažu da bi dnevno izdvajale za poslovne aktivnosti nešto manje od 8 sati dnevno, tačnije 7.9 časova, ali bi radile 6.25 dana u nedelji. Uzimajući ovo u obzir, **podrška članova porodice predstavlja izuzetno važan faktor koji može opredjeliti uspješnost žena u preduzetništvu.**

### **Prepreke**

Za uspješno započinjanje sopstvenog posla, potencijalnim preduzetnicama **u najvećoj mjeri nedostaje novac i povoljni modeli finansiranja (kreditiranja).** Ostale prepreke svode se na odsustvo pomoći u izradi biznis plana, odsustvo pomoći u vezi sa izborom i opremanjem poslovnog prostora, na nedovoljne poreske olakšice u prvim godinama poslovanja i slabe poslovne kontakte, te na nedostatak informacije o registraciji preduzeća.

Osim ušteđevine (za koju nemamo informaciju o novčanom iznosu), žene značajno rjeđe posjeduju sopstvenu imovinu koju bi mogle založiti kao garanciju za početni kapital. S druge strane, **tek 2/3 žena** koje se izjašnjavaju **kao vlasnice** različitih dobara o kojima je ovde bilo riječi navode da bi po sopstvenoj slobodnoj volji **mogle da prodaju ili založe ta dobra za kredit bez odobrenja drugih članova domaćinstva**.

**Žene koje ne razmišljaju o pokretanju sopstvenog posla kao glavni razlog zbog kog ne vide sebe u biznisu najčešće navode probleme sa finansiranjem** – njih 42%, ali i odsustvo vremena zbog porodičnih obaveza – njih 14%, što kao razlog značajno češće posebno izdvajaju nezaposlene žene van evidencije ZZZ, čak njih 27%, a značajno ređe zaposlene – tek njih 2%.

Odsustvo poslovnih kontakata i dobrog radnog iskustva, nezadovoljavajući nivo veština za vođenje i obavljanje posla, nedovoljan nivo obrazovanja i nepohađanje dodatnih obuka za započinjanje sopstvenog posla, nepoznavanje primjera dobre preduzetničke prakse predstavljaju značajne inhibirajuće faktore u razvoju ženskog preduzetništva. Uz ovo strah od neuspjeha utiče demotivišuće u pokretanju vlastitog posla čak na 2/5 žena.

### ***Osnivanje i registracija preduzeća***

Proces osnivanja i registrovanja preduzeća se percipira kao **skupa i komplikovana procedura**, iako se **često i nema dovoljno informacija o stvarnom stanju stvari** kad je reč o pojedinostima u procesu osnivanja i registrovanja.

U ovom trenutku 38% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem ni ne razmišljaju o tome da, same ili s drugima, pokrenu novi posao, uključujući samozapošljavanje ili prodaju bilo koje robe ili usluge; 52% razmišlja o toj mogućnosti; a 10% već radi na tome.

Kada je u pitanju procedura osnivanja, ocjene su takođe uglavnom negativne. Većina potencijalnih preduzetnica (84%) smatra da bi im dugo trebalo da se sakupi potreban novac za registraciju preduzeća, te da bi im u tu svrhu bilo potrebno mnogo dokumenata do kojih će teško doći (74%). Sam proces registracije se u 80% slučajeva ocjenjuje kao suviše komplikovan, a istovremeno većina potencijalnih preduzetnica, njih 72% priznaje da nemaju dovoljno informacija o samoj proceduri registracije preduzeća i da nemaju dovoljno informacija o mogućnostima za otvaranje privatnog preduzeća.

### ***Podsticajne mjere***

Kao što je bilo očekivano, žene učesnice ovog istraživanja koje imaju ideju da započnu sopstveni biznis ili su već preduzele neke korake u tom pravcu, značajno češće su informisane o postojećim vidovima podrške preduzetništvu od žena koje ne žele, u ovom trenutku, da postanu preduzetnice. Naravno, ne možemo tvrditi da je nivo njihove informisanosti uticao na to da dobiju ideju da postanu preduzetnice

jer postoji realna mogućnost da su se zbog svoje preduzetničke ideje trudile da saznaju više o postojećim programima podrške.

Ipak ne može se reći da su u dovoljnoj mjeri upoznate sa postojećim vidovima finansijske ili nefinansijske podrške preduzetništvu.

Svi testirani nefinansijski (biznis inkubatori, savjetovanje, mentoring...) a **naročito finansijski vidovi podrške potencijalnim ženama preduzeticama izuzetno važni**, i čak su u velikoj mjeri spremne da **umjesto svoje ideje realizuju neku drugu za koju bi dobile, prije svega, finansijsku potporu**.

Veća dostupnost nefinansijskih vidova pomoći, biznis inkubatori, ali prije svega finansijska pomoć, značajno bi doprinijeli ženskom preduzetništvu. Čak svaka četvrta učesnica ovog istraživanja smatra da bi dostupnost ovih potpora uvećala šanse da se i one opredjele za preduzetničku karijeru.

Eventualno formiranje biznis inkubatora u gradu u kom žive nešto češće bi pozitivno uticalo na nezaposlene žene koje su na evidenciji Zavoda za zapošljavanje i na zaposlene žene nego što je to slučaj sa nezaposlenim ženama koje su van evidencije ZZZ. Takođe postojanje biznis inkubatora značajno pozitivnije bi uticalo na žene koje imaju biznis ideju nego na žene koje ne žele da se bave preduzetništvom. Naime, 81% žena koje već imaju biznis ideju kaže da bi ih postojanje biznis inkubatora dodatno podstaklo da započnu svoju biznis ideju, a sa njima dijeli mišljenje i 40% učesnica u ovom istraživanju koje u ovom trenutku ne razmišljaju o tome da pokrenu vlastiti posao. Gledano po regionima, može se zaključiti da biznis inkubatori djeluju nešto više motivišuće na žene u centralnom regionu i primorju u odnosu na one koje žive na sjeveru zemlje.

Dostupnost finansijske pomoći najveći uticaj imalo bi na nezaposlene žene koje se nalaze na evidenciji Zavoda za zapošljavanje, zatim na zaposlene žene pa tek na kraju na nezaposlene žene koje se nalaze van evidencije ZZZ. 87% potencijalnih preduzetnica (žena koje već imaju svoju biznis ideju) navodi da bi dostupnost nekog od testiranih vidova finansijske pomoći uvećalo šanse da se bave preduzetništvom.

### ***Tržišna zasićenost i inovativnost***

**Zasićenje tržišta glavni je problem za potencijalne preduzetnice**, a uključuje otežan pristup tržištu veće dodatne vrijednosti i nedostatak inovacija. Velik broj potencijalnih preduzetnica namjerava da uđe na tržište manje dodatne vrijednosti, na koje je lakše ući uslijed slabijih ograničenja.

Međutim, ti su sektori zasićeni i u njima su smanjene mogućnosti za rast. **Bez uvođenja inovacija kroz razvoj novih proizvoda** i pristupa tržištu veće dodatne vrijednosti, **potencijali za uspjeh preduzetnica su mali**.

**Potencijalne preduzetnice najčešće planiraju da se u budućnosti bave trgovinom ili nekom uslužnom djelatnošću. Za trgovinu se odlučuje čak 2/5 žena, dok se 1/5 odlučuje za društveno komunalne i lične usluge.**

Tek ¼ budućih preduzetnica vjeruje da postoji potražnja na tržištu za proizvode ili usluge koje će one nuditi i navode da je to faktor koji je uticao na njihov izbor. S druge strane, čak ¾ njih smatra da njihova ideja nije nova na tržištu, već da postoji od ranije, dok samo 6% veruje da je u potpunosti nova. Čak i kada smatraju da je njihov biznis inovativan u pitanju su preduzeća koja već postoje poput agencija za nekretnine, parfimerija, obdaništa, palačinkarnica, frizerskih salona, agencija za knjigovodstvo.

Potencijalne preduzetnice planiraju da **posluju isključivo u neposrednoj okolini**. Orijentisane su na **domaće, lokalno tržište**. Preduzeća koja imaju u planu ne zahtevaju velika ulaganja, ali istovremeno ne mogu donijeti ni veliki profit niti se značajno razvijati u budućnosti. **Takođe postoji i vrlo očigledna nekongruentnost u oceni inovativnosti i konkurencije na tržištu.**

### *Aspiracije i ciljevi*

Ne samo da u preduzetništvo ulaze sa skromnim biznis planom, već **potencijalne preduzetnice nemaju ambiciju da posao značajno prošire u budućnosti**. Uglavnom planiraju da rade same i da eventualno u budućnosti za njih radi još po neki radnik. Kako bi što manje rizikovale prije svega u finansijskom smislu, jedan deo njih planira da u početku čak **radi i na crno** sve dok se posao ne pokaže uspešnim. shodno tome i očekivanja od profitabilnosti su skromna: od preduzeća se očekuje da porodici obezbjedi normalan život bez trzavica ili da jednostavno zadovolji potrebe kućnog budžeta.

**Preduzetništvo za gotovo sve potencijalne preduzetnice znači otvaranje mikro preduzeća (do 10 zaposlenih), a za 2/5 njih individualno obavljanje delatnosti bez angažovanja drugih radnika, barem u početku.**

**Ukoliko sve bude išlo po planu ova mikro preduzeća će se u budućnosti barem donekle proširiti kada je u pitanju broj radnika.** 59 % žena namerava da nakon 3 godine poveća broj radnika, dok će 41% ostati na istom broju kao u početku. Planirani broj radnika na početku i nakon 3 godine poslovanja je još jedan pokazatelj da žene preduzetnice **nemaju ambiciozne planove.**

Podaci govore u prilog tome da su gotovo svi biznis planovi kreirani po principu „**minimalno ulaganje i što manji početni troškovi**“ **usled straha od neuspjeha**. Ako se uzme u obzir i da su proizvodi i usluge koje se nude već prisutne na tržištu i da postoji značajna konkurencija, **nije moguće očekivati značajan profit u budućnosti.**

### *Obuke*

**Obavještenost nezaposlenih žena i onih koje nijesu zadovoljne svojim trenutnom poslom, o seminarima za otpočinjanje biznisa ili organizovanim prekvalifikacijama ne može se okarakterisati kao dovoljno dobra.** Ipak, postoji značajan prostor za unapređenje, budući da je za programe ovog tipa čulo 63% žena iz ove populacije, dok je gotovo 1/3 njih neobavještena.

**Ne samo da nezaposlene žene i one koje žele da promjene posao, a ne planiraju da započnu sopstveni biznis ne iskazuju u značajnom procentu zainteresovanost za edukacije o preduzetništvu i programe prekvalifikacije, već to ne čine ni potencijalne preduzetnice.** Da se uključi u ovakav tip programa zainteresovano je svega 43% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem. Čak 67% žena koje ne namjeravaju da pokrenu sopstveno preduzeće i 40% potencijalnih preduzetnica nemaju želju da se na ovaj način dodatno obuče. U većoj meri su zainteresovane pripadnice mlađe populacije (18-29 godina), stanovnice primorja i žene koje se nalaze na evidenciji Zavoda za zapošljavanje.

**Ne predstavlja prepreku dodatnoj edukaciji samo nedovoljna zainteresovanost, već i to što ne bi sve žene obuhvaćene ovim istraživanjem mogle da izdvoje vrijeme za obuku.** Kada bi im se ponudila opcija da u ovom trenutku pohađaju petodnevnu obuku koja se odnosi na temu razvoja preduzetništva koja bi pružala konkretna i korisna znanja za započinjanje biznisa 43% žena bi bilo u mogućnosti da je pohađaju.

Programi za dodatnu edukaciju u oblasti preduzetništva se u većem procentu evaluiraju kao korisni nego što postoji interesovanje za njih. Naime, 77% žena obuhvaćenih ovim istraživanjem ocjenjuje da je ovakva edukacija korisna kako bi došle do posla ili osnovale sopstvenu firmu.

Prilikom evaluacije sadržaja obuke kroz koju su prošle žene su uglavnom davale uopštene odgovore o praksi i informacijama kao najkorisnijim aspektima, dok manje korisne nijesu umjele da navedu ili su pak tvrdile da takvih aspekata nije ni bilo.

Opšta ocjena obuka ukazuje da iako nijesu bile mnogobrojne među ženama obuhvaćenim ovim istraživanjem ove obuke su bile korisne. Čak 76% žena koje su prošle neku obuku ocjenjuje taj trening kao koristan ili veoma koristan.

## 8.2 PREPORUKE

Žene u Crnoj Gori su izložene različitim barijerama koje rezultiraju **horizontalnom i vertikalnom segregacijom zanimanja** na osnovu pola, a koje su nastale prije svega pod uticajem **stereotipa u izboru obrazovanja i zanimanja, tradicionalnih rodni uloga žena, predrasuda, ali i nižim profesionalnim aspiracijama od muškaraca.**

Rodna nejednakost se ogleda u naslijeđenim prioritetima u izboru zanimanja. Još uvijek preovlađuje podjela na „muška“ i „ženska“ zanimanja, tako da su žene najčešće zaposlene na poslovima koji traže strpljenje i pažnju (tehničarke, učiteljice, nastavnice ili poslovi koji se odnose na pružanje zdravstvenih ili socijalnih usluga).

One se tradicionalno usmeravaju na poslove koji nijesu visokopozicionirani kada je u pitanju razvoj karijere, jer prestižni poslovi uglavnom zahtjevaju rad van uobičajenog radnog vremena, česta putovanja i duže odsustvovanje od kuće, što predstavlja prepreku za održavanje balansa između porodične i radne uloge. Nasleđena inferiornost žena se nastavlja u novim tranzicionim uslovima u Crnoj Gori, u situaciji kada ekonomska efikasnost novih trendova zapošljavanja postavlja zahtjeve koje je teško ispunjavati uz nasleđene stereotipe o mjestu žene u porodici.

Zbog svega ovoga izostaje prisustvo žena na rukovodećim mjestima i drugim prestižnim poslovima koji donose veće zarade i društvenu moć, kao i spremnost da pokrenu sopstveni biznis i da se bave preduzetništvom. Dalje, **preko obrazovnog sistema, odnosno izbora zanimanja pod uticajem stereotipa, rodna segregacija se prenosi na tržište rada, pa samim tim i na žensko preduzetništvo koje ostaje u krugu manje profitabilnih i tržišno zasićenih djelatnosti.**

I ovo istraživanje pokazalo je vezu između tradicionalnih stavova o ulozi žene i zaposlenosti žena, izazove i barijere sa kojima se susreću žene koje odluče da promjene model, nedostatak razumijevanja od strane insitucija koje bi trebalo da podrže žensko preduzetništvo (nedostatak prilagođenih obuka, informacija i paketa podrške), kao i snažnu povezanost između odabira posla, poslovnih ambicija i tradicionalne rodne uloge.

S druge strane, takođe je uočljivo da preduzetništvo snažno utiče na promene rodni uloga žena i muškaraca, pa partneri preduzetnica ili preuzimaju veću odgovornost u privatnoj sferi života, ili dolazi do razvoda braka/partnerstva zbog neostvarene podrške. I jedna i druga situacija je izazovna za žene i zahtjeva dodatnu energiju za promjene u privatnom životu, sa kojima se muškarcima preduzetnicima po pravilu ne sreću.

**Stoga svaka strategija podsticanja ženskog preduzetništva mora nužno imati rodnu perspektivu tj. podrazumijeva razvijanje državnih strategija koje će se efikasno suočiti s problemima uslovljenim tradicionalnim ulogama žena u društvu.**

Velike prepreke i poteškoće u dostupnosti finansijskih sredstava, tržišne zasićenosti i nedostatka inovacija ali i obuke, sa kojima se suočavaju žene preduzetnice takođe moraju biti tretirane sa ovog aspekta.

S obzirom na navedene probleme, neophodno je kreirati pakete mjera koji će biti usmjereni na sljedeće oblasti:

- Povećanje informisanost koja uzima u obzir rodne uloge i prilagođena je mogućnostima žena
- Rodno senzibilisanje svih ključnih aktera za razvoj ženskog preduzetništva
- Rodna analiza javnih politika
- Obuka i obrazovanje odraslih
- Finansiranje, prilagođeno potrebama preduzetnica i potencijalnih preduzetnica
- Savjetovanje i mentoring
- Umrežavanje
- Razvoj regionalne i međunarodne saradnje
- Statističko praćenje i istraživanje

### ***Povećanje informisanosti i rodno senzibilisanje***

Neophodno je promovisati iskustva „običnih“ žena koje su uspjele u pokretanju posla i na taj način kreirati pozitivne modele, tako što bi se u svim programima namjenjenim promovisanju preduzetništva **navodili primjere uspješnih preduzetnica**. Osim toga neophodno je podizati svijest u javnosti o ženama u biznisu kao pozitivnom modelu.

Sistem informisanja potencijalnih preduzetnica treba da bude prilagođen „ženskim životima“, tj. da informacije budu dostupne na mjestima koje često posjećuju žene i da informacije budu plasirane na njima razumljiv način.

Takođe, potrebno je pokrenuti javne rasprave i kampanje za bolje razumijevanje barijera koje postoje kod započinjanja biznisa, a imaju veze sa polom.

Organizirati promotivne kampanje radi promjene tradicionalne percepcije o ulozi i položaju žena u društvu.

### ***Rodno senzibilisanje svih ključnih aktera za razvoj ženskog preduzetništva***

Za kreiranje i sprovođenje rodno senzibilnih javnih politika potrebne su rodno senzitivne oči, tj. uzimanje rodne perspektive u obzir (gender mainstreaming) prilikom kreiranja javnih politika. Zato je neophodno kreirati niz obuka (treninga, prezentacija, okruglih stolova i sl.) za ključne aktere - donosiocice odluka u ministarstvima, eksperte u ovoj oblasti, sindikate, inspekcije rada, Privredne komore, Unije poslodavaca, Zavoda za zapošljavanje, NVO i sl.).

Kako preduzetnice imaju poseban izazov u kombinovanju poslovnih obaveza sa obavezama u porodici, a mnogi poslovni savjetnici nijesu upoznati sa teškoćama preduzetnica koje u poslovanje uključuju i sadržaje izvan striktnog poslovnog plana, neophodno je potencijalne mentore i savjetnike koji će raditi s preduzeticama pripremati i rodno senzibilisati kako bi mogli realno sagledati izazove sa kojim se preduzetnice nose.

Osim toga, tranzicione mjere moraju biti primjenjene od strane države. Ove mjere obuhvataju i infrastrukturu za njegu i čuvanje dece i podsticaje muškarcima da više participiraju u poslovima vezanim za domaćinstvo i čuvanje djece. Ukoliko muškarci ne budu obuhvaćeni odgovarajućim setom mjera kojima bi se uticalo na balansiranje privatnih obaveza između muškaraca i žena, preduzetnice će se sve češće suočavati sa izazovima usklađivanja poslovnih i privatnih obaveza.

Nedostaje i odgovarajuća podrška dobro organizovanih socijalnih usluga (dječije ustanove, pomoć u kući, dnevni centri, servisi za pomoć starim osobama). Stereotipnim predstavama o rodnim ulogama dobrim djelom doprinosi i androcentrični model vaspitanja i konzervativni odnos školskih programa, školskih udžbenika i instruktivnih materijala.

### ***Rodna analiza javnih politika***

Sledeći korak u kreiranju adekvatnih politika bila bi **rodna analiza** svih javnih politika koje trenutno država sprovodi, prije svega onih iz oblasti **ekonomskog razvoja**<sup>18</sup>, i **obrazovanja** (rodna segregacija u odabiru zanimanja vodi visokoj rodnoj segregaciji radne snage).

U tom smislu treba insistirati da sve buduće politike uzimaju u obzir razlike u pozicijama žena i muškaraca, odnosno da sve ove politike sadrže rodno senzibilne ciljeve i akcije.

Osim toga, važno je analizirati kakve su rezultate dale primjene postojećih mjera i politika u ovim oblastima.

U izradi nove Strategije za mala i srednja preduzeća (MSP), predvideti direktne programe podrške ženskom preduzetništvu.

### ***Obuka i obrazovanje odraslih***

Organizovati trening programe koji se fokusiraju na vrstu posla koje preduzetnice planiraju pokrenuti. Treninzi bi trebali biti osmišljeni u skladu s lokalnim potrebama i održavati se lokalno jer većini žena nije zgodno putovati na treninge. U sklopu treninga organizovati gostovanja uspješnih preduzetnica kao pozitivnih modela.

---

<sup>18</sup> Pod javnim politikama u ovom kontekstu podrazumijeva se i zakonodavni okvir, kao i sve nacionalne strategije i akcioni planovi koji trenutno postoje u zemlji u određenoj oblasti

Razmotriti organizovanje grupnih radionica koje bi omogućile potencijalnim preduzeticama da razrađuju svoje biznis ideje kroz primjere, vježbe i provjere radeći u grupama, žene mogu lakše utvrditi probleme, učiti jedne od drugih. Takođe, iskustva drugih zemalja govore da žene, radeći zajedno u grupi, razvijaju puno **ambicioznije planove za rast**, nego što bi to činile same.

### **Finansiranje**

Promjene u ovoj oblasti mogu se postići u zajedničkom organizovanju eksperata, predstavnika banaka, vlasti i ženskih nevladinih organizacija, kako bi se sprovele pozitivne akcije kojima se preporučuje: podsticanje ženskog preduzetništva, uvođenje kreditnih linija za žene, određivanje kvota u okviru postojećih kredita za žensko preduzetništvo, osnivanje garancijskih fondova, pokretanje biznis inkubatora i donošenje vladinog programa za podršku razvoju ženskog preduzetništva na nivou države.

Osigurati da se sredstva iz državnih institucija, koje su finansirane iz budžeta ili kojim upravlja Vlada, a koje podržavaju preduzetništvo i ekonomski razvoj, u određenom procentu opredjele sredstva ka finansiranju programa koji imaju za cilj podršku preduzetništvu žena.

Pokrenuti inicijativu za osnivanje Garancijskog fonda za žene preduzetnice u Crnoj Gori, koji bi omogućio pružanje garancija za početnice u biznisu koje nemaju druga sredstva obezbjeđenja. Razvoj posebnih garancijskih fondova omogućio bi potrebnu sigurnost koja bi olakšala dobijanje zajmova od banaka.

Omogućiti finansiranje projekata ženskog poduzetništva u prioritetnim sektorima ekonomije. Upravo ova mjera može poslužiti kao jedna od ključnih, s obzirom da se njenom primjenom može podstaći uključivanje preduzetnica u razvoj preduzeća u prioritetnim sektorima i podstaći konkurentnost i izlazak žena na tržišta koja nijesu zasićena.

Razmotriti mogućnost kreditiranja preduzetnica pod povoljnijim uslovima na sjeveru zbog velikih migracija ženskog stanovništva iz tog regiona ka Podgorici i primorju.

Pokrenuti programe finansiranja start up biznisa **putem grantova odnosno bespovratnih sredstava** koji bi se dodeljivali na osnovu biznis plana. Ovo bi naročito bilo značajno za biznise uslužnog tipa i tamo gde potencijalni korisnik ne može da obezbjedi garancije za vraćanje kredita u vidu hipoteke i zaloge na opremi. Ovo je posebno značajno za žene, kao osobe, koje su češće bez imovine na svoje ime.

Kombinovanje programa koji nude pakete obuka, savjetodavnih usluga i finansijske podrške može imati sinergetski učinak s obzirom da su potencijalne preduzetnice u nedovoljnoj mjeri zainteresovane za dodatne obuke, a finansijska podrška koju bi dobile može u velikoj mjeri podstaći pohađanje obuka ako bi bile dio istog paketa.

### ***Savjetovanje i mentoring***

Organizovati razmjenu iskustava između već uspješnih preduzetnica i potencijalnih preduzetnica, uvođenjem mentorstva, javnim prezentacijama vlastitih iskustva uspješnih preduzetnica.

Osigurati potencijalnim preduzeticama besplatne ili subvencionirane konsultantske usluge stranih ili domaćih savjetnika.

Promovisati integrativni pristup pri pružanju podrške razvoju preduzetništva osiguravajući pri tom da svi programi finansiranja biznisa za početnice uključuju obaveznu edukaciju kao i savjetodavnu podršku nakon što počnu da se koriste sredstva. Sveobuhvatni program podrške preduzetništvu trebalo bi da nastoji da uključi sljedeće komponente: informacije i savjetovanja, finansiranje, trening i mentoring i umrežavanje.

S obzirom da se pokazalo da žene imaju manje slobodnog vremena od muških kolega potrebno je razmotriti pružanje savjetodavnih usluge po principu "sve pod jednim krovom" za žene preduzetnice. U skladu s potrebama žena preduzetnica, potrebno je objediniti sve savjetodavne usluge koje se pružaju od strane niza institucija.

Inicirati programe "mentorstva", naročito od strane iskusnijih žena preduzetnica.

### ***Umrežavanje***

Umrežavanje je veoma važno i kao metoda prikupljanja podataka. Žene često imaju ograničeniji pristup informacijama, a ako prvi put započinju poslovanje nemaju još niti razvijenu mrežu poslovnih kontakata. Osiguravanje uslova za kontakte i komunikaciju može značajno olakšati i ubrzati razvoj poslovanja.

Podsticati i podržati umrežavanje postojećih mreža, institucija i drugih nosioca i njihovih aktivnosti, na primjer Asocijacija poslovnih žena i UDG...

Umrežavanje državnog, privatnog i trećeg sektora sa ciljem decentralizacije nadležnosti i sinergije programa.

Poboljšati kvalitet pružene obuke kao i savetodavnih usluga koje se pružaju korisnicima programa. Neophodno je ostvariti saradnju sa privatnim sektorom i NVO koji se bave edukacijom za preduzetništvo. Na ovaj način treba da se pruži podrška ženskim NVO da ostvare institucionalnu saradnju sa državom u ostvarenju podrške ženskom preduzetništvu.

Podržati aktivnosti na stvaranju klastera preduzeća u vlasništvu žena. Ove aktivnosti nužno je podržati jer okrupnjavanje usitnjenih kapaciteta kroz informativno, poslovno i tehnološko umrežavanje bitno pridonosi konkurentnosti, podstiče inovativnost, olakšava pristup međunarodnom tržištu, podstiče rast, novo zapošljavanje i dr.

***Razvoj regionalne i međunarodne saradnje***

Organizovati trening kroz studijske posjete uspješnim firmama (inostrana iskustva potvrdila su korist od posjeta uspješnim firmama, pogotovo onima u inostranstvu).

Koristi iskustva zemalja u okruženju kroz utvrđivanje uticaja specifičnih mjera za razvoj preduzetništva koje su u tim zemljama realizovane.

***Statističko praćenje i istraživanje***

Unaprediti statistiku i sistem praćenja svih programa za podsticanje preduzetništva koje finansira država i po polu.

Pouzdana podaci o ženskom preduzetništvu ključni su za podizanje svijesti o ekonomskoj i socijalnoj ulozi žena preduzetnica u društvu. Kvalitetna statistika nužna je pri izradi raznih analiza koje će poslužiti kao podloga pri kreiranju odgovarajuće politike kojom bi se podsticao razvoj ženskog preduzetništva. Neophodna je, takođe, za praćenje i ocjenjivanje rezultata te politike. Može se slobodno reći da je nepostojanje kvalitetne statistike o ženskom poduzetništvu prepreka kreiranju, sprovođenju, praćenju i vrjednovanju kvalitetne politike podsticanja razvoja ženskog preduzetništva.

Na samom kraju potrebno je razmotriti mogućnost razvoja "ženskih" inkubatora u koji bi bili namjenjeni isključivo ženama preduzeticama. Osim toga, umrežavanjem sa jedinicama lokalnih samouprava, Ministarstvom odbrane moguće je mapirati vojne objekte (bivše kasarne, domove vojske) koji nijesu u svojoj primarnoj funkciji, a koji se mogu ustupiti lokalnim samoupravama da bi se u tom prostoru formirali biznis inkubatori u kojima bi kroz afirmativnu akciju preduzeticama bio namjenjen značajan procenat.

## IX OSNOVNE METODOLOŠKE NAPOMENE

### 9.1. Pregled metodologije

#### F-2-F anketa

- Sa 3 grupe žena koje su definisane kao vulnerabilne grupe:
  - žene koje čekaju na posao i koje su evidentirane u Zavodu za zapošljavanje Crne Gore
  - takozvane “nevidljive žene”, koje su nezaposlene, ali nijesu evidentirane u Zavodu za zapošljavanje Crne Gore
  - zaposlene žene koje su nezadovoljne svojim radnim statusom i žele da postanu preduzetnice.
- Najvažniji cilj je mjerenje spremnosti da se započne sopstveni biznis, i da se dođe do informacija o njihovim potrebama i potencijalnim barijerama
- Ukupno 348 F2F intervjua. Kvotni uzorak.

#### Dubinski intervjui

- Sa ženama preduzetnicima (10) i sa potencijalnim preduzetnicama (3)
- Najvažniji cilj je da se ispita proces donošenja odluka kod započinjanja sopstvenog biznisa, kao i da se naglase najvažniji faktori i barijere.
- Ukupno 13 intervjua. Pokrivene su različite oblasti poslovanja i različiti regioni.

#### DESK istraživanje

- Analiza postojećih podataka, zakonodavni aspekt, strategije koje su važne za glavnu temu
- Najvažniji ciljevi su da se proceni zakonodavni i strateški okvir za razvoj ženskog preduzetništva, kao i da se razmotre, uporede i prikažu rezultati različitih ocjena, prikaza, programa, i sl. na temu ženskog preduzetništva

## 9.2. Metodologija licem-u-lice

### PREGOVOR METODOLOGIJI

Lokacija	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crna Gora</li> </ul>
Metod prikupljanja podataka	<ul style="list-style-type: none"> <li>• F-2-F intervjui u domaćinstvu ispitanika</li> </ul>
Populacija uzorka	<ul style="list-style-type: none"> <li>• žene koje čekaju na posao i koje su evidentirane u Zavodu za zapošljavanje Crne Gore</li> <li>• takozvane “nevidljive žene”, koje su nezaposlene, ali nijesu evidentirane u Zavodu za zapošljavanje Crne Gore</li> <li>• zaposlene žene koje su nezadovoljne svojim radnim statusom</li> </ul>
Procedura uzorkovanja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kombinacija različitih metoda, uključujući "Snow Ball" metod, pre-regrutovanje i pomoć relevantnih organizacija</li> </ul>
Tip uzorka	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neslučajni kvotni uzorak</li> </ul>
Kvote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisane po starosti, obrazovanju i mjestu stanovanja</li> </ul>
Zacrtna veličina uzorka	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 348 ispitanica, 126 u prvoj grupi, 102 u drugoj i 120 upitnika u trećoj grupi</li> </ul>
Upitnik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Približno trajanje upitnika je 30-35 minuta</li> </ul>

## OBJAŠNJENJE ODABRANE METODOLOGIJE

Kvantitativno istraživanje licem-u-lice u domaćinstvu ispitanice odabrano je kao metod istraživanja potencijala, stavova, razmišljanja, ideja i determinanti ulaska u preduzetništvo kako bi se na egzaktan način utvrdile razlike između ciljnih grupa definisanih u postavci istraživanja.

**Kvantitativni pristup** odabran je kako bi se omogućilo **egzaktno poređenje definisanih ciljnih grupa i mjerenje (kvantifikacija) razlika** koje među njima postoje, a koje bi mogle biti u vezi sa motivacijom, donošenjem odluke o ulasku u preduzetništvo i preduzetim akcijama.

Dalje, **anketiranje licem-u-lice** odabrano je prije telefonske ankete iz najmanje tri razloga: dužina upitnika od 30-35 minuta nije pogodna za telefonsko anketiranje, upitnik je tako koncipiran da ima puno otvorenih pitanja i izvjestan broj pitanja za koje je neophodno pokazivati kartice, što svakako bolje funkcioniše tokom anketiranja licem-u-lice i, na kraju, zbog činjenice da je kontakt između anketara i ispitanika prilikom anketiranja licem-u-lice čvršći i sa više uzajamnog povjerenja, što rezultira iskrenijim i validnijim odgovorima ispitanika, naročito kod pitanja koja zadiru u privatnost ili su šakljiva iz drugih razloga.

Odluka da se istraživanje sprovede na **neslučajnom kvotnom uzorku**<sup>19</sup> vođena je težnjom da se bolje razumiju sasvim određene, unapred definisane ciljne grupe koje su prepoznate kao potencijal za ulazak u žensko preduzetništvo. **Konkretne ispitanice odabirane su po principima prigodnog uzorka**<sup>20</sup> i **uzorka formiranog po principu grudve snijega**<sup>21</sup>, odnosno do njih se dolazilo po preporuci i kasnijem skriningu, kako bi se provjerilo da li odgovaraju postavljenim kriterijumima i da li su pravi reprezentivi ciljnih grupa koje su u fokusu ovog istraživanja. Ovaj način selekcije ispitanica u potpunosti odgovara postavljenom cilju – utvrđivanju specifičnosti i razlika tri ciljne grupe i povezanosti tih karakteristika sa ulaskom u preduzetništvo; drugim riječima, istraživanje nema ambiciju da mjeri potencijal za preduzetništvo u opštoj populaciji i stoga nema potrebu za reprezentativnim, slučajnim uzorkom, već namjeru da se na

<sup>19</sup> Kvotni uzorak spada u grupu neslučajnih uzoraka i podrazumijeva određivanje broja ispitanika po grupama u uzorku prije početka istraživanja. Dakle, istraživač će uzeti u obzir sve, za dato istraživanje relevantne, grupe u populaciji i za svaku od njih definisati broj ispitanika u uzorku (tzv. kvote). Određivanje broja ispitanika u svakoj grupi može biti zasnovano na dostupnim populacionim podacima, može biti vođeno činjenicom da se želi dobiti najmanja prihvatljiva pouzdanost podataka unutar svake grupe uz minimalne troškove ili može biti zasnovano na nekim drugim principima, pa čak i sasvim neosnovano.

<sup>20</sup> Prigodni uzorak spada u grupu neslučajnih uzoraka i formira se od bilo kojih članova ciljne populacije, bez postojanja jasne procedure izbora entiteta koji će ući u uzorak. Dakle, na istraživaču je da odluči koga će od članova populacije uključiti u uzorak, a najčešće su to članovi populacije do kojih je najlakše doći. Prigodni uzorak prevashodno se koristi kod istraživanja fenomena u odnosu na koji je populacija homogena ili u eksplorativnim studijama, te istraživanjima koja moraju biti brzo izvedena, po cijenu dobijanja samo grubih ocjena fenomena (tj. na uštrb preciznosti ocjena).

<sup>21</sup> Uzorak formiran po principu grudve snijega (engl. *Snowball Method*) je jedan vid prigodnog uzorka, koji se najčešće upotrebljava prilikom istraživanja fenomena na malim i teško dostupnim populacijama. Ideja je da se, po principu lavine ili lanca, pokrene proces prikupljanja podataka, tako što će početni skup ispitanika odabran po odgovarajućim kriterijumima (najčešće prigodan uzorak), angažovati svoje rođake, prijatelje, poznanike koji odgovaraju postavljenim kriterijumima, a ovi će, dalje, „regrutovati“ članove svoje socijalne mreže. Implicitna pretpostavka, sadržana u modelu uzorka formiranog po principu grudve snega jeste da osobe koje pripadaju populaciji koja se istražuje u svojoj socijalnoj mreži imaju još neku osobu iz iste populacije, budući da se ljudi povezuju po stavovima, vrijednostima, interesovanjima, profesiji.

poduzorcima definisanim prevashodno preko tri grupe potencijalnih preduzetnica utvrde razlike, a za to je važno da ispitanice po svim relevantnim varijablama odgovaraju tim trima grupama.

Kao dodatak klasičnim anketama rađenim sa potencijalnim preduzeticama, sa jednom ženom iz svake od grupa urađen je dubinski intervju, kako bi se kvantitativni podaci dopunili informacijama do kojih se anketom ne može doći, a koje se odnose na emocije, stavove, motive, proces donošenja odluke.

## STRUKTURA UZORKA

Iako je nacrtom istraživačkog projekta predviđeno da anketom licem-u-lice bude obuhvaćeno 300 žena potencijalnih preduzetnica (u svakoj od tri target grupe po 100 ispitanica), nakon završetka rada na terenu prikupljeno je ukupno 348 validnih upitnika.

Uzorak je kvotni, pri čemu su kvote definisane na osnovu tri kriterijuma koja su međusobno kombinovana i četvrtog nezavisnog kriterijuma - regiona:

- Grupe potencijalnih preduzetnica kojima ispitanice pripadaju, sa tri kategorije – žene na evidenciji Zavoda za zapošljavanje, tzv. nevidljive žene (nezaposlene žene koje nijesu na evidenciji ZZZ) i žene zaposlene u državnim preduzećima i javnim službama koje su nezadovoljne svojim poslom. Pretpostavka koja leži u osnovi ovakve kategorizacije je da među ženama iz ove tri grupe treba tražiti potencijalne preduzetnice, te dalje utvrditi kako razmišljaju potencijalne preuzetnice iz svake od tri predložene kategorije, koji su im stavovi i ko, na kraju, ima najveći potencijal da realizuje preduzetničku ideju.
- Tipa naselja u kojem ispitanice žive, sa dvije kategorije – urbana i ruralna područja. Ova varijabla je uključena u plan uzorka iz dva razloga – prvo, zbog hipoteze da tip naselja može uticati na rađanje i mogućnosti realizacije preuzetničke ideje i drugo, zbog činjenice da su ranije organizovane obuke o započinjanju biznisa za žene sa sela, te da je te žene trebalo uključiti u istraživanje kako bi se vidjelo da li je trening imao efekta.
- Postojanja biznis ideje, sa dvije kategorije – ispitanica ima ili nema ideju za započinjanje vlastitog biznisa. Ovakva podjela ispitanica omogućila je utvrđivanje razlika između žena koje imaju i koje nemaju biznis ideju, te proveru hipoteza o važnim faktorima koji utiču na rađanje ideje i donošenje odluke o ulasku u preduzetništvo.

- Region, sa 3 kategorije – Centar, u koji su uključeni gradovi Podgorica, Danilovgrad i Cetinje, Sjever, u koji su uključeni Bijelo Polje, Nikšić, Berane i Pljevlja i Primorje, sa gradovima Herceg Novi, Kotor, Budva, Bar i Ulcinj.

Prilikom raspodjela kvota vodilo se računa o tome da u svakom segmentu ciljne grupe bude dovoljan broj ispitanica za vršenje statističke analize. Nakon završetka procesa prikupljanja podataka, utvrđeno je da je isplaniran uzorak i realizovan, odnosno da su zadate kvote u potpunosti ispunjene. Struktura uzorka prikazana je u sljedećoj tabeli:

	Populacija											
	Na evidenciji ZZZ				Nevidljive žene				Administracija			
Biznis ideja	Da		Ne		Da		Ne		Da		Ne	
Tip naselja	Grad	Selo	Grad	Selo	Grad		Grad		Grad	Selo	Grad	Selo
Broj upitnika	64	29	17	16	31	20	32	19	49	23	29	19
Total	126				102				120			
Grand Total	348											

Izbor ispitanika vršen je kombinovanjem metode ‘grudve snijega’ (engl. Snowball Method) i metoda za kreiranje tzv. prigodnih uzoraka. Drugim riječima, u uzorak su uvrštene žene za koje je unapred utvrđeno da odgovaraju kriterijumima zadatim prilikom definisanja ciljne grupe i uzoračkih kvota, a do njih se dolazilo na razne načine: preko evidencije ZZZ, uz pomoć organizacija i institucija koje se bave ženskim preduzetništvom i preko anketarske mreže.

To praktično znači da uzorak nije formiran po principima slučajnog uzorkovanja i da nije reprezentativan za populaciju potencijalnih preuzetnica, ali su zato ispitanice **pravi reprezentanti** ciljnih grupa za koje smo zainteresovani u ovom istraživanju (budući da su birane po unapred definisanim kriterijumima). Pri tom se vodilo računa o tome da se unutar definisanih kategorija uzorka postigne određena varijabilnost, odnosno da u njima budu prisutne žene različitog obrazovnog statusa, iz različitih regiona u Crnoj Gori, različitih gradova, iz različitog socijalnog i kulturnog konteksta.

Struktura uzorka preduzetnica po regionima u Crnoj Gori prikazana je u sljedećoj tabeli:

	Region		
	Centralni region	Sjever	Primorje
Broj upitnika	140	80	80

## UPITNIK

Kao što je objašnjeno u zahtevu za ponudu, trajanje instrumenta se procenjuje na oko 30-35 minuta.

Pitanja su pokrila sledeće teme:

- Stavovi o preduzetništvu (odgovaraju sve ispitanice)
- Stavovi o rodnim ulogama (odgovaraju sve ispitanice)
- Prethodno iskustvo (odgovaraju sve ispitanice)
- Motiv (odgovaraju samo ispitanice koje razmatraju ideju o pokretanju sopstvenog posla)
- Preduzete aktivnosti (odgovaraju samo ispitanice koje razmatraju ideju o pokretanju sopstvenog posla)
- Tržišna (ne)zasićenost i inovativnost (odgovaraju samo ispitanice koje razmatraju ideju o pokretanju sopstvenog posla)
- Aspiracije i ciljevi (odgovaraju samo ispitanice koje razmatraju ideju o pokretanju sopstvenog posla)
- Početni izvori kapitala (odgovaraju samo ispitanice koje razmatraju ideju o pokretanju sopstvenog posla)
- Mreže (porodične i društvene) (odgovaraju samo ispitanice koje razmatraju ideju o pokretanju sopstvenog posla)
- Inhibirajući faktori (teškoće i prepreke) (odgovaraju sve ispitanice)
- Podsticajne mjere i informisanost (odgovaraju sve ispitanice)
- Evaluacija obrazovnih programa za razvoj preduzetništva (odgovaraju samo ispitanice koje su proslle obuku)
- Demografija (odgovaraju sve ispitanice)

### 9.3. Metodologija dubinskih intervjuja

## OBJAŠNJENJE ODABRANE METODOLOGIJE

Uzimajući u obzir ciljeve istraživanja kao i činjenicu da treba da proniknemo u proces odlučivanja preduzetnica, smatramo da su dubinski intervjui sa ženama koje su započele sopstveni biznis u proteklih 3 do 5 godina najbolje metodološko rešenje.

Dubinski intervjui su najefikasniji metod u slučajevima kada je neophodno dublje razumijevanje nekog fenomena, kada je potrebno otkriti stavove, mišljenja i emocije članova ciljne grupe, i baciti svjetlo na mehanizme putem kojih se odvijaju određeni procesi. U slučaju istraživanja u kojima ciljnu grupu predstavljaju žene preduzetnici, glavni cilj je što bolje razumijeti sveukupnu situaciju u kojoj one žive i rade i ispitati proces donošenja odluke prilikom započinjanja sopstvenog biznisa – šta su najvažniji faktori i/ili barijere koji utiču na odluku i kako oni utiču. Instrumenti koji se uobičajeno koriste kod (terenskih) istraživanja, koji bi mogli biti alternativa predloženoj metodologiji dubinskih intervjuja, nijesu najpogodnija tehnika prikupljanja podataka koja omogućava ne samo mjerenje i identifikaciju, već i

razumijevanje i dubinsko istraživanje mišljenja, stavova i emocija. Drugim rečima, kvalitativne metode među koje se ubrajaju i dubinski intervjui, su bolja istraživačka opcija u istraživanjima gdje je potrebno ići dalje od prostog mjerenja i određivanja frekvencija, tj. istraživanja koja zahtevaju razumijevanje i objašnjenje fenomena koji su predmet istraživanja.

Osim dubinskih intervjua, diskusije u fokus grupama predstavljaju drugi metod kvalitativnih istraživanja koji se danas često primenjuju. Međutim, uzimajući u obzir ciljnu grupu, dubinski intervjui predstavljaju bolje rješenje pošto je, u smislu organizacije, veoma teško formirati grupe sa 6-8 partnerki preduzetnica u svakoj.

Moderatori koji su radili na ovom istraživanju su među najiskusnijima u našoj agenciji.

## OPIS METODOLOGIJE

Dubinski intervjui trajali su između 30 i 45 minuta i sprovedeni su od strane iskusnog i obučenog moderatora. Trebalo bi napomenuti, s obzirom na mali uzorak uključen u kvalitativno istraživanje, da se rezultati dubinskih intervjua ne mogu smatrati *reprezentativnim* za populaciju iz koje potiče učesnik. Takođe nećemo biti u mogućnosti da generišemo statistiku iz ovog elementa rada. Za podatke se, pak, može reći da *reflektuju* stavove tog određenog dela populacije. Imajući to na umu, izražena mišljenja bi trebalo smatrati **tipičnim** samo za segment iz kog potiču. U našem izveštaju naglašeno je gdje postoje sličnosti između segmenata.

**Ukupno je urađeno 10 dubinskih intervjua sa preduzeticama, iz Podgorice, Nikšića i Herceg Novog. Intervjuisane preduzetnice bave se različitim zanimanjima. Pored 10 dubinskih intervjua sa preduzeticama, urađena su i 3 intervjua sa potencijalnim preduzeticama iz Podgorice.**

## REGRUTACIJA

Tokom procesa regrutacije, nakon preciznog definisanja kriterijuma za izbor potencijalnih učesnika u dubinskim intervjuima, tražene su osobe koje odgovaraju navedenim kriterijumima. Regrutaciju je obavio regrutacioni tim iz Podgorice, uz pomoć regrutera iz Beograda.

## PROCEDURA DUBINSKIH INTERVJUA

Tokom izvođenja dubinskih intervjua, posebna pažnja je posvećena sljedećim aspektima:

- Intervjuisanje je isključivo na dobrovoljnoj osnovi (pre početka razgovora, ispitaniku su saopštene sve informacije o garanciji sigurnosti, bezbjednosti i anonimnosti).
- Obezbeđivanje apsolutne anonimnosti ispitaniku

- Obezbjedivanje `bezbjedne` atmosfere za ispitanicu, u kojoj se oseća slobodna da govori. Ipak, moderator je obezbjedio da se ispitanica ne osjeća neugodno tokom razgovora

## INSTRUMENTI

ISM tim je pripremio vodič i smjernice za sprovođenje dubinskih intervjua, koji je odobren od strane UNDP Crna Gora.

### 9.4. Desk istraživanje

Sekundarno istraživanje (poznato i kao desk istraživanje) podrazumjeva pregled, sređivanje i/ili sintezu postojećih istraživanja, a ne primarno istraživanje. Ono takođe obuhvata analizu postojećih zakona, strategija, programa i sl.

Kada je u pitanju ovo istraživanje, postoje dva glavna cilja čija realizacija je predmet DESK istraživanja:

- Procjena zakonskog okvira za razvoj ženskog preduzetništva, kao i postojećih institucionalnih mehanizama podrške, uključujući kreditne linije, specijalne programe obrazovanja i/ili gradnje preduzetničkog kapaciteta, i iskustva institucija koje su odgovorne za te mehanizme i programe
- Pregled svih postojećih strategija, procjena/istraživanja i projekata koji se bave kompleksnošću ženskog preduzetništva (kao što je Strategija za razvoj preduzetništva, istraživanje o statusu ženskog preduzetništva, procjena potreba žena koje žive na selu, razlike u plaćanju u zavisnosti od pola, itd.)

Ipsos Strategic Marketing  
Gavrila Principa 8, Beograd  
+381 11 328 40 75  
office.serbia@ipsos.com



Tim Ipsos Strategic Marketing-a koji je realizovao ovo istraživanje:

Bogosavljević, Srđan  
Kurčubić, Predrag  
Uljarević, Marko  
Bjeloglav, Dragiša  
Delić, Ana  
Jakić, Jelena  
Jovančević, Saša  
Raičević, Vlado  
Tošković, Cvetana  
Maletin Uljarević, Biljana