

UNIVERZITET „UNION – NIKOLA TESLA“ U BEOGRADU
FAKULTET ZAGRADITELJSKI MENADŽMENT

Maja A. Vrbanac

Barijere i pokretači ženskog preduzetništva u
Srbiji

Doktorska disertacija

Beograd, 2018. Godina

UNIVERSITY "UNION - NIKOLA TESLA" IN BELGRADE
FACULTY OF CONSTRUCTION MANAGEMENT

Maja A. Vrbanac

Barriers and drivers of women entrepreneurship
in Serbia

Doctoral dissertation

Belgrade, 2018. year

Koristim ovu priliku da posebnu zahvalnost uputim rektoru Univerzita prof. dr Slavku Božiloviću. Takođe, veliku zahvalnost dugujem mom mentoru prof. dr Nebojši Zakić i komentoru prof. dr Ivanu Šijaković. Zahvaljujem se mojim dragim kolegama sa fakulteta za preduzetnički biznis.

Ovu priliku bih iskoristila da se zahvalim i svojoj porodici na neizmernoj podršci, razumevanju i ljubavi koju su uložili za naš zajednički uspeh. Svim mojim prijateljima koji su bili uz mene dugujem jedno veliko hvala.

Članovi komisije

Prof. dr Ivan Šijaković, predsednik komisije

Prof. dr Nebojša Zakić, mentor

Prof. dr Jonel Subić, viši naučni saradnik, spoljni član

APSTRAKT

U ovom radu je dat naučni opis postojećih i pretpostavljenih motivacionih faktora i barijera koje stoje pred ženama preduzetnicama, kao i opis i saznanje koji su mogući pokretači za razvoj i stalno unapređenje ženskog preduzetništva u Srbiji. Ovde je prikazano sučeljavanje motivacionih faktora žena preduzetnica i prepreke u kojima motivacioni faktori deluju, dovodeći ih u uzročno – posledični odnos. Cilj ovog istraživanja postavljen je kao utvrđivanje i empirijsko prepoznavanje grupe pokretača koji će pomoći motivisanim ženama preduzetnicama da otklone postojeće i nove barijere na putu ka razvijanju preduzetničkog poduhvata.

U ovom radu se posebno ističe značaj inovacija, kreacija i evolucije proizvoda i proizvodnje koja je prisutna u malim i srednjim preduzećima. Analiziraju se stavovi različitih autora koji govore o odnosu nauke i preduzetništva.

U teorijskom delu je korišćen analitički i sintetički metod. Dok su u empirijskom delu istraživanja korišćeni instrumenti u vidu razgovora i upitnika (anketa); klasifikacija i merenje (skaliranje); statistička analiza; analiza sadržaja dokumenata i uporedna analiza. Istraživanje je sprovedeno u Srbiji na primeru preduzeća koja su u vlasništvu žena (mala i srednja preduzeća).

Istraživanje ukazuje na nekoliko problema pred kojima se nalazi žensko preduzetništvo u Srbiji. Motivacioni faktori postoje u izvesnoj meri, ali su oni usko usmereni prema egzistencijalnim pitanjima (zaposlenje, izlazak iz zone siromaštva, stres na postojećem poslu, loši uslovi rada i niske plate). Postoje brojne barijere koje se čine skoro nepremostivim u postojećim poslovnim i privrednim uslovima u Srbiji. Posebno su izražene finansijske i infrastrukturne prepreke koje stoje pred ženama preduzetnicama. Velika je dominacija muškaraca u privatnom biznisu. Nedostatak preduzetničke edukacije.

Zaključujemo da je potrebno značajno unapređenje poslovne i preduzetničke klime, kako u Srbiji, tako i u neposrednom okruženju, koje podrazumeva promenu poslovne kulture i sistema vrednosti.

Ključne reči: motivacioni faktori, barijere, edukacija, finansijske i infrastrukturne prepreke, poslovna i preduzetnička klima.

Naučna oblast: *menadžment i biznis*

Uža naučna oblast: *preduzetništvo*

ABSTRACT

This paper presents a scientific description of the existing and assumed motivation factors and barriers to women entrepreneurs, as well as the description and knowledge that are potential drivers for the development and continuous improvement of women's entrepreneurship in Serbia.

This shows the confrontation of the motivational factors of female entrepreneurs and the obstacles in which motivation factors act, causing them to cause a causal relationship. The aim of this research was to identify and empirically recognize the group of drivers that will help motivated women entrepreneurs to eliminate existing and new barriers on the way to developing entrepreneurial ventures.

In this paper, the importance of innovation, creation and evolution of products and production is present in small and medium enterprises. The views of various authors who speak about the relationship between science and entrepreneurship are analyzed.

In the theoretical part, an analytical and synthetic method was used. While used in the empirical part of the research, used instruments in the form of interviews and questionnaires (survey); classification and measurement (scaling); statistical analysis; document content analysis and comparative analysis. The survey was conducted in Serbia on the example of women-owned enterprises (small and medium-sized enterprises).

The research points to several problems facing female entrepreneurship in Serbia. Motivational factors exist to a certain extent, but they are narrowly focused on existential issues (employment, leaving the poverty zone, stress on existing work, poor working conditions and low wages). There are numerous barriers that seem almost insurmountable in the existing business and economic conditions in Serbia. Financial and infrastructure barriers to women entrepreneurs are particularly marked. There is a big dominance of men in a private business. Lack of entrepreneurial education.

We conclude that there is a need to significantly improve the business and entrepreneurial climate, both in Serbia and in the immediate environment, which implies a change in business culture and a value system.

Key words: motivational factors, barriers, education, financial and infrastructure barriers, business and entrepreneurial climate.

Scientific area: management and business

Close scientific field: entrepreneurship

SADRŽAJ

1. UVOD.....	9
1.1 Problem istraživanja.....	9
1.2 Predmet istraživanja.....	15
1.3 Cilj istraživanja.....	15
1.4 Hipotetički okvir.....	15
1.5 Metodološki pristup.....	15
2. ZNAČAJ PREDUZETNIŠTVA ZA PRIVREDNI RAZVOJ.....	16
2.1 Značaj i uloga žena u privredi.....	20
2.2 Značaj i uloga žena preduzetnica i njihovih preduzeća u privredi.....	24
3. ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO KAO SPECIFIČNA PREDUZETNIČKA AKTIVNOST.....	28
3.1 Stanje i perspektive ženskog preduzetništva u svetu.....	32
3.1.1 Položaj žena preduzetnica u razvijenim zemljama.....	35
3.1.2 Položaj žena preduzetnica u zemljama Istočne Evrope (bivšim socijalističkim zemljama).....	40
3.2 Pojava ženskog preduzetništva na prostorima ex-Jugoslavije.....	44
3.3 Žensko preduzetništvo u Srbiji.....	49
3.3.1 Položaj žena preduzetnica u Srbiji.....	51
3.3.2 Analiza i osvrt na probleme žena preduzetnica u Srbiji.....	53
4. MOTIVACIONI FAKTORI ZA PREDUZETNIŠTVO.....	58
4.1 Motivacija, teorije motivacije i motivacioni faktori koji pokreću žene preduzetnice.....	63
4.2 Teorije motivacije.....	64
4.3 Teorije motivacije i preduzetništvo.....	67
4.4 Preduzetnička motivacija i motivacioni faktori.....	69
4.5 Push i pull motivacioni faktori i žensko preduzetništvo.....	71
5. BARIJERE SA KOJIMA SE SUOČAVAJU ŽENE PREDUZETNICE.....	77
5.1 Pristup barijerama ženskom preduzetništvu zasnovan na osobinama.....	78
5.2 Barijere ženskom preduzetništvu koje se odnose na okruženje.....	79
5.3 Barijere ženskom preduzetništvu povezane sa kvalitetom preduzetništva.....	83
5.4 Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnici.....	86

6. FAKTORI KOJI POKREĆU I STIMULIŠU ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO.....	89
6.1 Razvoj samopouzdanja.....	91
6.2 Balans radnog života.....	92
6.3 Finansijska podrška.....	93
6.4 Društveni i ekonomski pokretači.....	95
6.5 Edukacija.....	98
6.6 Informaciona i mentorska podrška.....	100
6.7 Socijalni kapital i umrežavanje.....	101
6.8 Promocija.....	103
7. ISTRAŽIVANJE.....	107
7.1 Istraživačka pitanja.....	107
7.2 Opis uzorka.....	107
7.3 Kategorizacija uzorka i osobina istraživanja.....	108
7.4 Rezultati istraživanja.....	110
8. ANALIZA I DISKUSIJA.....	147
9. IMPLIKACIJE I PREPORUKE.....	150
10. ZAKLJUČAK.....	154
11. LITERATURA.....	157
12. SPISAK TABELA.....	174
13. SPISAK GRAFIKONA.....	176
14. PRILOG UPITNIK.....	177
15. BIOGRAFIJA AUTORA.....	182
IZJAVE.....	183

UVOD

1.1 Problem istraživanja

Preduzetništvo je pokretačka snaga ekonomskog razvoja. Prema stepenu razvoja preduzetništva može se meriti privredna, uspešnost i održivost svakog društva. Preduzetništvo je oblik stalnog traganja za prilikama koje se nalaze van sredstava i resursa koje trenutno kontrolišemo (Stevenson i Jarillo-Mossi, 1990). Ovaj stav se može odnositi na pojedince, grupe ali i na celo društvo. Pojedinaac treba da prepozna priliku za svoju aktivnost a zatim da traga za resursima i putevima realizacije svoje poslovne zamisli u uslovima i društvenom okruženju u kome se u tom trenutku nalazi. Ekonomska održivost neke države ili sredine zasniva se na postizanju ekonomskog rasta iz godine u godinu (Audretsch, 2007). Preduzetništvo zavisi od mnogih faktora uključujući karakteristike preduzetnika i ekonomskog okruženja. Jedno istraživanje koje je obuhvatilo četrdeset zemalja pokazuje da preduzetništvo napreduje u zemljama gde su resursi mobilniji; preduzetništvo je jače kada uspešni članovi zajednice reinvestiraju višak kapitala u projekte drugih članova zajednice; preduzetništvo je uspešnije u zajednicama gde jedni članovi cene i podržavaju druge članove; preduzetništvo je uspešnije u onim zajednicama koje odgovoraju pozitivno na poslovne promene (Williamson, 1985.).

Saglasno američkom ekonomisti, nobelovcu, Robert Sollow preduzetnik je ključni akter ekonomskog blagostanja društva (prema Ferguson, 2013). Termin preduzetnik prvi je uveo francusko-irski ekonomista Richard Cantillon koji je živeo u periodu 1680-1734. Cantillon (1700) opisuje preduzetnika kao racionalnog donosioca odluka koji se uključuje u tržišnu razmenu na vlastiti rizik posredujući između ponude i tražnje u nastojanju da ostvari profit (prema Kilby, 1971; Praag, 1999). Francuski ekonomista Jean Baptist Say (živeo u periodu 1767-1832) dalje proširuje preduzetničku funkciju, ističući da preduzetnik konvertuje ekonomske resurse iz sektora sa niskom produktivnošću u sektore sa višom produktivnošću i boljim ishodima (prema Dees et al., 1998). Knight (1921) vidi preduzetnika kao vlasnika firme i nosioca rizika/neizvesnosti; preduzetnici, da bi bili ostvarili profit, treba da imaju sposobnost da predviđaju budućnost i volju da se nose sa neizvesnošću (prema Brooke, 2010). Saglasno Schumpeter (1934) preduzetnik je pojedinac koji ima volju i sposobnosti da konvertuje novu ideju ili invenciju u uspešnu inovaciju. Rezultat

preduzetničke inovativne aktivnosti su nove kombinacije pod kojim Schumpeter podrazumeva nove proizvode, novu tehnologiju, nova tržišta, nove izvore snabdevanja ili nove oblike organizacije. Prema Kirzner preduzetnik je neko ko prepoznaje (do tada nepercepiranu) priliku za dobitak (prema Lewin, 2013), i koristi različite načine za eksploataciju prilike da proizvede izlaz veće tržišne vrednosti čime ostvaruje profit. Na ovaj način profit predstavlja nagradu za pravilno prepoznavanje i eksploataisanje preduzetničkih prilika.

Savremene teorije preduzetništva se generalno usredsređuju na prepoznavanje prilika i odlučivanju da se one eksploatišu (Acs, 2009). Prema jednoj savremenoj definiciji (Carton et al., 2000) preduzetnik je pojedinac (ili tim) koji identifikuje priliku, prikuplja neophodne resurse, stvara organizaciju i krajnje je odgovoran za njene performanse. Prema O'Hara (2011) ključni elementi koji se ističu u preduzetništvu su: sposobnost da se identifikuje i eksploatiše prilika; ljudski kreativni napor u razvoju biznisa ili izgradnje vrednosti; spremnost za preuzimanje rizika; i kompetencije da se organizuju neophodni resursi radi odgovora na priliku. Preduzetnici pokreću nove poslovne poduhvate i oni su često osnivači i vlasnici preduzeća, a pošto najčešće upravljaju preduzećem koje su osnovali, oni preuzimaju i menadžersku funkciju (Paunović, 2014). Vremenom kako se biznis raste i razvija kritično važan postaje razvoj znanja i veština iz menadžmenta (Cooney, 2012).

Međutim uprkos ovom rapidnom rastu ženskog preduzetništva polni jaz u preduzetništvu ostaje značajan. U Evropskoj uniji broj žena preduzetnika 2012 iznosi 31% u odnosu na ukupnu populaciju preduzetnika, pri čemu su Litvanija i Letonija najbolje rangirane sa 40% svaka, a najniže su rangirane Malta i u Irska sa 18% i 20% respektivno (European Commission, 2014). Iako stopa ženskog preduzetništva raste, sistematska niža stopa ženskog učešća u preduzetništvu u odnosu na preduzetnike muškarce ukazuje na postojanje značajnih razlika, odnosno da se žene još uvek suočavaju sa značajnim barijerama u započinjanju i izvršavanju njihovih biznisa (Startiene i Remeikiene, 2008). U Srbiji je, saglasno GEM istraživanjima za 2007 godinu (Allen et al., 2007) među ženama starosti 18-64 godine je 7,9% žena preduzetnika dok je među muškarcima iste starosne dobi 19,9% preduzetnika, što govori o visokom rodnom jazu (12,2%).

U disertaciji od nekih definicija i određenja ženskog preduzetništva, zatim ćemo utvrditi njegove elemente, strukturu, dimenzije, domete i oblike. Jedna definicija ženskog preduzetništva kaže da u kategoriju žena preduzetnica ubrajamo žene koje su

vlasnice više od 50% preduzeća (ne gledajući na koji način su dobile vlasništvo), koje su uključene aktivno u poslovanje preduzeća kao menadžerke i koje kreiraju radna mesta za sebe i druge zaposlene (Popović-Pantić, S. 2014.). U opisu ženskog preduzetništva, važno je reći da su žene preduzetnice samo žene koje učestvuju u ukupnim preduzetničkim aktivnostima koje rizikuju povezivanje resursa na jedinstven način kako bi iskoristile priliku identifikovanu u svom neposrednom okruženju za proizvodnju robe ili pružanje usluga, a ponekad njihove inovacije menjaju oblik i pravac ukupne industrije ili jednog sektora.

Do početka XXI veka u razvijenim zemljama žene preduzetnice su ušle u mnoge industrije i sektore. Mnoge od ranijih prepreka poslovnom uspehu žena su uklonjene, ali su neke i dalje ostale. Postavljeni su mnogi istraživački projekti, a istraživači su ispitivali ekonomski i društveni uticaj ženskog preduzetništva. Proučavao se uticaj žena vlasnica malih i srednjih preduzeća na poslovnu aktivnost drugih žena. Broj istraživačkih studija je porastao od sedamdesetih godina prošlog veka, kada su stručnjaci i kreatori politike prvi put usmerili pažnju na žene preduzetnice. Pitanja koja su se još postavljala u ovim istraživanjima bila su sledeća: kakav je status žena preduzetnica u njihovoj sredini? U kojim ekonomskim sektorima žene pronalaze svoj posao? Koje su karakteristike žena preduzetnica i njihovih preduzeća? Šta motiviše žene da se angažuju u oblasti preduzetništva? Koji faktori utiču na strateški rast preduzeća u vlasništvu žena? (Gundry, et al., 2002a, 2002b). Ipak, i dalje ostaje mnogo pitanja koje treba istražiti u budućnosti. Kako je NFWBO objavio, žene započinju poslovanje brže nego njihove muške kolege. U Sjedinjenim Državama i Kanadi broj preduzeća koja su u vlasništvu žena porastao je dvostruko više od nacionalne stope stope rasta preduzetništva (NFWBO, 1999). Takođe, NFWBO je izvestio da je 1996. godine 13 posto vlasnika koji su započeli biznis u Sjedinjenim Državama bilo ženskog pola. Ukupno u toj godini bilo je blizu 1,1 miliona firmi koje su u vlasništvu žena, koje zapošljavaju blizu 1,7 miliona ljudi i generišu više od 184,2 milijarde dolara prodaje. Jasno je da je broj preduzeća u vlasništvu žena dramatično porastao i kako pokazuju rezultati studija NFWBO, ekonomski uticaj žena u vlasništvu preduzeća je sve značajniji.

Žene preduzetnice mogu se naći u svakom ekonomskom sektoru u SAD i Kanadi. Industrija na vrhu rasta za firme u vlasništvu žena u periodu od 1987. do 1999. godine. Prostor ženskog preduzetništva bile su građevinarstvo, trgovina na veliko, transport, komunikacije i agrobiznis (NFWBO, 2001b). Tradicionalno, žene

preduzetnice su se češće našle u maloprodajnim i uslužnim preduzećima, ali do kraja devedesetih žene su u većem broju ulazile u netradicionalne poslovne sektore, kao što su računovodstvo, projektni biro, radne agencije, hoteli, restorani i barovi. U jednoj studiji istraživači su otkrili da je nivo prodaje i percepcija performansi veći kod žena u netradicionalnim industrijama, iako su žene u tradicionalnim industrijama gledale na viši nivo finansijske podrške (Gundry, et al, 2001.). Široka klasifikacija vlasnika ženskih preduzeća uključuje žene koje pronalaze, nasleđuju ili zatiču posao, zatim žene koje započinju poslovanje sa supružnicima ili poslovnim partnerima i nalaze se u prvom planu ili deluju iza scene, kao i žene koje grade brzo rastuće firme, kao i one čiji su poslovi sporedni ili usporeni (Starr i Judkin, 1996). Rano istraživanje žena preduzetnica ukazalo je na značajne razlike između žena i muških preduzetnika. Međutim, skorašnje studije pokazale su da postoji daleko više sličnosti nego razlike između žena i muškaraca preduzetnika u smislu psiholoških i demografskih karakteristika (Bliss, Garratt, 2001).

Neka tradicionalna društva prihvataju stav da u poslovnoj sferi dominiraju muškarci, posebno u broju radne snage. Žene često rade u lošim ekonomskim uslovima, više je nezaposlenih žena, čak i u ruralnim područjima, u razvijenijim zemljama, preduzeća koja u prošlosti nisu bila dostupna ženama sada su pristupačnija zbog promene stavova i veće dostupnosti kapitala. Uobičajeno je mišljenje da žene nisu preduzetne kao i muškarci, ali taj pojam nije u praksi potvrđen. Jedna studija u Kini pokazala je da je polni jaz u preduzetništvu možda pokušaj zatvaranja tog prostora i njegova monopolizacija od strane muškaraca (Harris i Gibson, 2008). Međutim, treba imati u vidu da ipak postoje razlike između žena i muškaraca preduzetnika. U nekim kulturama su žene preduzetnici sklonije riziku, dok su to muškarci u nekim drugim kulturnim sredinama (Fletschner, Anderson i Cullen, 2010).

U nekim sredinama postoje "grupe za samopomoć", koje su proučavale način povećanja efikasnosti preduzeća koja su u vlasništvu žena. Utvrdili su da ta preduzeća povećavaju uzajamno poverenje, duh štednje, grupnu kohezivnost, između ostalih atributa. "Grupe za samopomoć" su empirijski utvrdile da žene preduzetnice povećavaju svoj društveno-ekonomski status u ruralnoj Indiji (Amutha, 2011). Utvrđeno je da su "grupe za samopomoć" posebno važne u razvijanju komunikacijskih veština za siromašne žene u Indiji. Poboljšanje komunikacijskih veština odnosilo se na bolji pristup bankama, postizanje uspešnih aktivnosti mikro-preduzetnika i podizanje samopouzdanja žena preduzetnica (Pangannavar, 2012).

Neki teoretičari primećuju da žene preduzetnici poseduju dvostruko izazovne karakteristike: prvo, one su pre svega žene, drugo, oni su preduzetnici(e). Međutim, kao i njihove glavne kolege, žene preduzetnici poseduju karakteristike kao što su prilagodljivost, inovativnost, kreativnost, snaga i unutrašnji lokus kontrole (Annenkova, 2001), sposobnost razmišljanja, brzog odlučivanja, upornosti menadžerskih veština, odgovornosti i kreditnog rizika (Mayouk, 2001). Žene vlasnici preduzeća doprinose razvoju globalnog tržišta. Žene preduzetnici su sposobnost izgradnje i održavanja dugoročnih odnosa i mreža, efikasno komuniciranje, efikasno organizovanje, fiskalnu disciplinu, upoznavanje sa potrebama svog okruženja i promovisanje osetljivosti na kulturne razlike. Ženska preduzeća se kvalitativno razlikuju preduzeća koja su u vlasništvu muškaraca. Studije pokazuju da žene vlasnici stvaraju sopstvenu poslovnu kulturu. Ženska preduzeća imaju tendenciju da se usredsrede na pružanje usluga koje odgovaraju tradicionalno nezadovoljnim potrebama (Olotu, 2009.). Žene menadžeri slobodno traže informacije, razmenjuju ideje sa drugima i omogućavaju kristalizaciju informacija pre donošenja konačne odluke. Žene preduzetnice pokazuju ogromnu spremnost da traže poslovne veštine i obrazovanje kako bi nadoknadile slabosti (Nelson, et al, 2009).

Prepreke sa kojima se žene suočavaju u međunarodnom poslovanju uključuju ograničeno međunarodno poslovno iskustvo, neadekvatno poslovno obrazovanje i nedostatak pristupa međunarodnim poslovnim mrežama. Izazovi koji su zajednički za sva preduzeća obuhvataju osiguranje finansiranja, razvoj marketinških i upravljačkih veština i osmišljavanje odgovarajućih poslovnih strategija za uspeh u globalizovanom društvenom i ekonomskom okruženju. Ostale prepreke za žene su društveni, kulturni i verski stavovi kako sredina u kojima žene preduzetnice deluju, tako i saradnika i steikholdera sa kojima kontaktiraju.

Ovaj rad namerava da istraži uzroke sadašnjeg stanja ženskog preduzetništva u Srbiji, kao i puteve, načine, oblike i strategiju za njegovo unapređenje. U radu polazimo od utvrđivanja motiva, namera, želja i odlučnosti preduzetnica da pokrenu svoj vlastiti biznis, ali pratimo i stanje preduzetničke volje, znanja i uspešnosti kod onih žena koje su otpočele svoj preduzetnički biznis i vode ga uspešno ili manje uspešno.

U radu polazimo od uočavanja, utvrđivanja, razmatranja i opisa *barijera* koje stoje pred ženama preduzetnicima i tražimo njihove stavove, mišljenja, utiske i preporuke vezano za barijere u pokretanju, razvoju i održanju preduzetničkog biznisa. Naša je pretpostavka da su osnovne barijere razvoju ženskog preduzetništva vezane za

finansijska sredstva, nedostatak samopouzdanja, preduzetničko znanje i iskustvo, socijalni kapital, marketing, kulturne stereotipe i uticaj okruženja.

Nakon utvrđivanja barijera koje sprečavaju razvoj ženskog preduzetništva u Srbiji, sledi utvrđivanje *pokretača* čijom primenom se postepeno može očekivati otklananje barijera i ukazati na mogućnosti i pravce ubrzanja razvoja ženskog preduzetništva u Srbiji. Polazimo od pretpostvake da pokretači razvoja ženskog preduzetništva mogu biti motivacija, razvoj samopouzdanja, razvoj samopouzdanja, obrazovanje, finansijska podrška, informaciona podrška, promocija, unapređenje regulative i poreskog sistema. Upoređivanje barijera i pokretača ženskog preduzetništva daće odgovor na hipoteze koje ćemo postaviti o stanju, mogućnosti i prespektivama ženskog preduzetništva u Srbiji.

1.2 Predmet istraživanja

Predmet istraživanja rada postavljen je kao pitanje: *Koje su to barijere za razvoj ženskog preduzetništva i koji su pokretači koji će otklanjati postojeće barijere, te kontinuirano razvijati i unapređivati žensko preduzetništvo u Srbiji?*

Postavljeni predmet istraživanja smo operacionalizovali kroz postavljanje grupe pitanja koja nam omogućavaju da potpunije sagledamo njegove dimenzije.

- a) Koliko je problem ženskog preduzetništva istražen u savremenoj svetskoj literaturi?
- b) Koliko je problem ženskog preduzetništva istraživan u literaturi objavljenoj u Srbiji?
- c) Kakva je poslovna i preduzetnička klima u Srbiji i da li pogoduje razvoju ženskog preduzetništva?
- d) Kako žene preduzetnice percipiraju barijere koje ometaju razvoj njihovog biznisa?
- e) Da li su i koliko žene koje se spremaju da budu preduzetnice svesne barijera koje stoje na putu razvoja vlastitog biznisa?
- f) Koliko empirijska istraživanja ženskog preduzetništva pružaju elemenata da se razvije strategija o podsticaju ženskog preduzetništva u Srbiji?

1.3 Cilj istraživanja

Cilj istraživanja, pre svega naučni, jeste naučni opis stanja ženskog preduzetništva u svetu i u neposrednom okruženju, potom utvrđivanje motivacionih faktora, detektovanje barijera koje sprečavaju i/ili otežavaju njegov razvoj u Srbiji. Cilj rada je i otkriće, analiza i prezentovanje pokretača ženskog preduzetništva, koji će omogućiti širenje ženskog preduzetništva i njegov veći uticaj u ukupnoj poslovnoj strukturi u Srbiji.

Praktični (pragmatski) cilj istraživanja jeste prezentovanje rezultata istraživanja koje može poslužiti za stvaranje okvira za izradu strategije razvoja ženskog preduzetništva u Srbiji. Takođe, naš rad može biti izvor podataka, ideja, stavova i podsticaja za dalje istraživanje savremenih pitanja i problema ženskog preduzetništva.

1.4 Hipotetički okvir

U radu se polazi od osnovne hipoteze koja glasi da *započinjanje i razvoj ženskog preduzetništva u Srbiji nailaze na brojne barijere koje su širokog spektra od finansijskih do kulturnih prepreka*. Dodatna hipoteza iz našeg hipotetičkog okvira glasi *moгу se pronaći, uočiti, istaći i proveriti brojni pokretači započinjanja i razvoja ženskog preduzetništva u Srbiji*.

1.5 Metodološki pristup

Ovaj rad zasniva se u teorijskom delu na osnovnim istraživačkim metodama, kao što su analiza i sinteza, sa njihovim metodološkim instrumentima, apstrakcijom, specijalizacijom, klasifikacijom, dedukcijom, sintezom, generalizacijom, konkretizacijom i indukcijom. U empirijsko-istraživačkom delu rada koristili smo statistički metod, zatim analizu sadržaja, klasifikaciju i merenje, kao i istraživački instrument anketni upitnik koji je obrađen u SPSS programu.

2. ZNAČAJ PREDUZETNIŠTVA ZA PRIVREDNI RAZVOJ

Da bi se definisala uloga i značaj preduzetništva u savremenom svetu, moguće je izabrati više različitih pristupa i načina. Neosporno je da preduzetništvo moramo posmatati i kao naučnu disciplinu i kao praksu. To znači da samo preduzetništvo zahteva određena znanja iz različitih oblasti. Glavni razlog što preduzetništvu pridaju posebnu pažnju i istraživači i štampa je rastuće priznanje suštinskog ekonomskog i društvenog doprinosa preduzetništva i male privrede. To se posebno odnosi na doprinos preduzetništva u oblastima ekonomskog rasta, inovacija, mogućnosti zapošljavanja i alternativama karijera žena i pripadnika manjina. (Paunović, 2012)

Preduzetništvo vodi u kreiranje novih poslova koji pomažu ekonomski rast a preduzetnici su uveli mnogo novih proizvoda i usluga koji su promenili naš život. Automobili Henrija Forda, šivaće mašine Isaka Singera, briači na način Kinga Žileta, asinhroni motori i naizmenične struje Nikole Tesle, indukcion kalem Mihajla Pupina, restorani brze hrane Mek Donaldsa, kompjuterski programi Bila Gejtsa samo su neki od primera. Statistike govore da novi poduhvati proizvode nesrazmerno mnogo novih radnih mesta u poređenju sa većim, utvrđenijim firmama.

Kao primer mogu se uzeti Sjedinjene Američke Države. Pojava prave preduzetničke ekonomije. U SAD tokom sedamdesetih i osamdesetih godina XX veka smatra se kao najznačajniji i najviše obećavajući događaj u nedavnoj američkoj ekonomskoj i socijalnoj istoriji. U tom periodu se desio veliki zaokret od "menadžerske" (upravljачke) ka "preduzetničkoj" ekonomiji i došlo je do velikog porasta broja radnih mesta (oko 24 miliona). A sva ta radna mesta stvorena su u malim i srednjim organizacijama. To ukazuje na činjenicu da je sa pojavom preduzetničke ekonomije, u stvari, počela glavna tehnološka transformacija u privredi, koja više nije američki presedan već se javlja u istim ili sličnim pojavnim oblicima u celom svetu. Postoje dva pravca u kojima se razvija savremeno preduzetništvo:

- Eksterno – okrenuto je tržišnoj konkurenciji preduzetnika koji su samostalni i malih preduzeća i kao takvo predstavlja spoj svojine, rizika i upravljanja jednog lica ili cele preduzetničke grupe,
- Interno – korporacijsko, koje je zasnovano na otvaranju novih malih preduzeća u kompanijama koje se moraju restrukturirati zbog upadanja u krizu.

Zajedničko svim kompanijama koje su doprinele ekonomskom rastu je da su one, skoro bez izuzetka, primeri "novih tehnologija", novih primena znanja u domenu ljudskog rada. Samo ta "tehnologija" nije elektronika ili genetika ili novi materijali. "Nova tehnologija" je preduzetnički menadžment koga je generisao bihevioristički okvir situiranja preduzetništva. Pojava izuzetno velikog učešća žena u stvaranju novih radnih mesta i samozapošljavanju obeležile su kasne 70-e i 80-e godine XX vijeka. (Draker, 1996.)

Istraživanja su pokazala, a statistika potvrdila da mali biznis nije izgubio svoju dinamiku u razvoju. Danas, u svetu ima oko 300 miliona preduzeća. (Mitchelmore, Rowley, 2013) Od toga učešće malih firmi je preko 70%, što znači da malih preduzeća ima preko 210 miliona. (Vossenber, 2013) Samo u Evropskoj uniji, godišnje se registruje 1,2 miliona novih preduzeća. To je izuzetno veliki potencijal koji se sve više proširuje. Oko 23 miliona ljudi u Sjedinjenim Američkim Državama vodi sopstveni biznis. Od 1990. Do 2005. u Americi je otvoreno 13,5 miliona novih radnih mjesta. Oko 92% posto svih preduzeća u Evropskoj uniji su mikro preduzeća sa prosekom od dva zaposlena po preduzeću. U Nemačkoj se svake godine otvara oko 90 000 novih firmi. U Finskoj, gde gotovo i nema nezaposlenosti, 96% ukupnog broja preduzeća čine organizacije malog biznisa i zahvaljujući njima nema nezaposlenih. Prema nekim statistikama 45% ljudi u Evropskoj uniji i 61% u SAD želi voditi svoj biznis. Pitanje je kuda se pomera aktivnost malih preduzeća? Pomera se prema uslugama, odnosno intelektualnim poslovima: 60% zapošljavaju intelektualne usluge, 14% proizvodnja, 4% poljoprivreda, a ostatak otpada na sve ostale privredne grane. (Vukmirović, et al, 2005.) Da bi se mogla pratiti stvarna situacija stanja preduzetništva potrebno je imati dovoljno pouzdane podatke u zemlji, a koji se mogu komparirati sa sličnim sredinama. U 2010. godini istraživanje je provedeno u 59 zemalja iz svih delova sveta, te izvršena za procena preduzetničkih stavova, aktivnosti i težnji, kao i uslova koji utiču na stanje preduzetništva. (Fallis, 2013) Rezultati GEM istraživanja se koriste kao glavni input prilikom kreiranja vladinih programa namenjenih malim i srednjim preduzećima (finansijaka podrška, regulatorni okvir, edukacija). GEM rezultati se takođe koriste i prilikom definisanja specijalnih programa usmerenih na jačanje preduzetničkih stavova i aktivnosti među posebnim grupama stanovništva kao što su mladi ljudi, žene i manjine. Važno je navesti da GEM klasifikuje i dodatno upoređuje preduzetničke aktivnosti širom sveta,

te u okviru i između pojedinih geografskih regija, a dodatno se procenjuju grupe zemalja sličnih razvojnih nivoa. GEM klasifikuje zemlje učesnice oslanjajući se na tipologiju korišćenu od strane Svetskog ekonomskog foruma, na zemlje čiji je privredni razvoj zasnovan na prirodnim resursima, zemlje čiji je privredni razvoj zasnovan na efikasnosti i zemlje čiji je privredni razvoj zasnovan na inovacijama.

Kako se ekonomija razvija, produktivnost se povećava što za posledicu ima i povećanje dohotka po glavi stanovnika. To je često praćeno i migracijom radne snage između različitih sektora, na primer radna snaga može preći u proizvodni ili uslužni sektor. U ranim fazama razvoja zemalja uočen je veći postotak preduzetnika iz nužnosti. Tada potražnja za zaposlenjem u visokoproduktivnim sektorima nadilazi postojeću ponudu, te veliki broj ljudi mora stvoriti vlastite izvore prihoda. Sa daljim razvojem dolazi do većeg rasta produktivnih sektora, što povećava broj novih radnih mesta, ali vodi i do postepenog smanjenja preduzetništva iz nužnosti. Istovremeno, poboljšanje blagostanja i infrastrukture stimuliše biznise zasnovane na prilici, menjajući prirodu preduzetničke aktivnosti. Ovakvi preduzetnički poduhvati se više povezuju sa težnjama ka višem rastu, inovacijama i internacionalizaciji poslovanja, ali se ipak oslanjaju na ekonomske i finansijske institucije stvorene tokom ranijih faza razvoja. Sve dok su ove institucije sposobne da opsluže i podrže preduzetničku aktivnost zasnovanu na prilici, inovativne preduzetničke firme mogu postati značajni pokretači ekonomskog rasta i stvaranja blagostanja. Ovo navodi na potrebu stalnog praćenja situacije na terenu i trendova, ali i sofisticiranog obrazovanja kadrova u institucijama koje pružaju podršku preduzetnicima. (Umihanić, et al, 2011.)

Uloga preduzetništva u privrednom razvoju je mnogo veća od jednostavnog povećanja dohotka po glavi stanovnika – ona obuhvata pokretanje i uspostavljanje promene u strukturi poslovanja i čitavom društvu. Promena dovodi do rasta i povećanja proizvodnje, pa se uvećano bogatstvo deli na veći broj učesnika. Smatra se da je ključ u inovaciji – ne samo kroz razvoj novih proizvoda i usluga, već i kao podsticaj interesovanja investitora za nove poduhvate. Nove investicije deluju i na ponudu i na tražnju: novostvoreni kapital proširuje kapacitet rasta (ponuda), dok nova potrošnja koja iz toga potiče koristi nove kapacitete i proizvodnju (tražnja).

Uprkos značaju investicija i inovacija za privredni razvoj, proces evolucije proizvoda još uvek nije dovoljno razjašnjen. U ovom procesu se inovacija razvija i komercijalizuje na osnovu preduzetničke aktivnosti, čime se podstiče privredni rast.

Proces evolucije proizvoda počinje od osnovnih naučnih i tehnoloških znanja – kao što su termodinamika, mehanika fluida ili elektronika, a na kraju donosi proizvode ili usluge, koji su dostupni na tržištu. Ključna tačka evolucije proizvoda je presek znanja i uočene potrebe, iz koje počinje faza razvoja proizvoda. Ova tačka se naziva iterativna sinteza, ali u velikom broju slučajeva ne dovodi do inovacije koja se može dobro plasirati na tržištu. Iz tog razloga, preduzetnik mora uložiti velike napore u ovu fazu. Glavni problem transfera tehnologije nastaje upravo u ovoj tački – usklađivanju tehnologije sa ciljnim tržištem. Postoje različiti nivoi jedinstvenosti inovacije. Većina inovacija koje se pojave na tržištu su obične inovacije, koje imaju nizak stepen jedinstvenosti proizvoda ili tehnologije. Tehnološke inovacije i najnovije inovacije su najređe, pri čemu tehnologija smanjuje broj stvarnih inovacija. Bez obzira na nivo jedinstvenosti novog proizvoda ili tehnologije, svaka inovacija, a naročito tehnološke i najnovije inovacije, evoluiraju prema tržištu na osnovu jednog od sledećih mehanizama: državne inicijative, korporativnog preduzetništva ili nezavisnog preduzetništva.

Država može biti kanal preko koga će se na tržištu lansirati efekti sinteze društvene potrebe i nove tehnologije. Postupak prenosa tehnologije razvijene u laboratorijama u nove komercijalne proizvode naziva se tehnološki transfer i mnogi istraživački napori teže upravo tome. Nasuprot ovome, veoma mali broj pronalazaka nastalih u istraživanjima naučnog karaktera koje finansiraju države stiže na tržište. Najčešće su rezultati naučnog istraživanja nedovoljno primenljivi u komercijalne svrhe, a i kada jesu, neophodne su značajne izmene da bi ih tržište prihvatilo. Iako budžeti država raspoložu dovoljnom količinom sredstava za uspešan transfer tehnologije na tržište, najčešće ne poseduje potrebne poslovne veštine – prevažodno u oblasti marketinga i distribucije. Osim toga, državna birokratija i preterana regulacija često usporavaju otvaranje novih preduzeća.

Korporativno preduzetništvo, kao preduzetnički napor unutar postojećeg preduzeća, može biti most između nauke i tržišta. Postojeća preduzeća poseduju finansijska sredstva, poslovne veštine, a često i marketing i distributivne sisteme koji su potrebni za uspešno lansiranje. Međutim, rigidni birokratski sistemi, sa fokusom na kratkoročnom profitu, kočće kreativnost i sprečavaju razvoj novih proizvoda. Preduzeća koje prepoznaju ove ograničavajuće faktore i potrebu za kreativnošću i inovacijom mogu na internom nivou stvoriti preduzetnički duh. Na današnjem tržištu

ekstremne konkurencije, potreba za novim proizvodima i preduzetničkim duhom dostiže takav nivo da sve više kompanija teži da razvije preduzetničko korporativno okruženje.

Treći način kojim se gradi most između nauke i tržišta je nezavisno preduzetništvo, kao što je otvaranje novog preduzeća. Mnogi preduzetnici se suočavaju sa problemima u ovoj fazi zbog mogućeg nedostatka finansijskih sredstava, menadžerskih veština, marketing sposobnosti ili svega nabrojanog. Njihovi izumi mogu biti nerealistični, pa zahtevaju značajne izmene da bi ih tržište prihvatilo. Osim toga, preduzetnici često ne znaju kako da se povežu sa bitnim subjektima – bankama, dobavljačima, klijentima, investitorima, distributerima i marketinškim agencijama.

Uprkos poteškoćama, preduzetništvo je danas najefikasnija metoda premošćavanja jaza između nauke i tržišta, otvaranja novih preduzeća i snabdevanja tržišta novim proizvodima i uslugama. Preduzetničke aktivnosti imaju veliki uticaj na privredu određene države kroz formiranje ekonomske baze i otvaranje novih radnih mesta. Na većini razvijenih svetskih tržišta je upravo preduzetništvo generator novih proizvoda i novih radnih mesta. Imajući u vidu značaj i pozitivan uticaj preduzetništva na privredu i zapošljavanje, može se reći da je sistem podrške preduzetništvu u većini (uključujući Srbiju) i dalje na znatno nižem nivou od onog koji ono zaslužuje.

2.1 Značaj i uloga žena u privredi

Osnovni principi po kojima se i danas posluje oblikovani su u doba renesanse. Tehničko-tehnološka revolucija koja je u to vreme preuredila način proizvodnje iz temelja je poljuljala i, u narednim vekovima, destruirala feudalna društva u kojima je bogatstvo bilo zasnovano na zemljišnom posedu. Trgovina je favorizovala jeftine proizvode, a do smanjenja troškova se moglo doći jedino masovnijom proizvodnjom. Rešenje je ležalo u manufakturama, koje su bile smeštene u gradovima na raskršćima trgovačkih puteva, odnosno u pokretljivom sloju preduzetnika koji su nabavljali sirovine na veliko, najmili kvalifikovane majstore da u njihovim objektima rade za nadnicu i prodavali proizvode za svoj račun. Manufakture su do kasnog baroka delovale paralelno sa zanatskim radionicama, starijim oblikom organizacije rada u kojem kvalifikovani majstor, zanatlija, nabavlja sirovine za potrebe svoje radnje, obavlja sve faze proizvodnje uz pomoć šegrta i kalfi i prodaje svoj proizvod najčešće poznatom kupcu, naručiocu posla. Takva organizacija posla je odredila strukturu

porodice i uloge predviđene za muškarca, supruga i oca, koji obezbeđuje sredstva za život, uvećava bogatstvo porodice i stvara renome u lokalnoj zajednici, odnosno žene, koja organizuje domaćinstvo, stara se o deci i doprinosi renomeu svojim izgledom i ponašanjem.

Naravno, relativno je mali broj stanovnika pripadao toj, buržoaskoj klasi u zametku, ali je taj broj vremenom rastao, zamenio feudalno plemstvo na mestu društvene elite i oblikovao model ponašanja kojem su težili i niži društveni slojevi. U tim, pak, nižim slojevima, koje su činili uglavnom najamni radnici, sitni trgovci, prodavci na malo i ugostitelji, porodica je bila takođe ustrojena po modelu oca hranitelja i majke domaćice. Na taj način se u odnosima između polova relativno malo promenilo od feudalnog doba, u kojem je otac porodice bio naoružani zaštitinik, a majka pre svega roditelj i domaćica. Iz tog razloga su i sve velike religije podržavale različite i upravo takve uloge polova i time održavale i podržavale tu podelu poslova iz generacije u generaciju. Zanemareno je, pritom, da su žene u tim privrednim sistemima, kako u feudalnom, tako i u liberalno kapitalističkom, obavljale veliki obim rada, koji nije bio plaćan, pa tako nije bio vidljiv, nije iskazivan u obračunima, podrazumevao se sam po sebi, i to do te mere, da ni istorijska, sociološka i ekonomska istraživanja do kraja 20. veka nisu uočila da je rad žena značajno doprinosio bogatstvu svake društvene grupacije. U bogatijim i elitnim porodicama taj rad je zapravo bio menadžment domaćinstva i podrazumevao je izbor i upravljanje poslugom, u okviru toga i izbor i upravljanje radom dojlja i tutora koji su se starali o deci mlađeg i starijeg uzrasta, kao i lično obučavanje ženske dece u tim, "ženskim" poslovima, zatim organizaciju gajenja i nabavke namirnica za ishranu, nabavku tekstila za odeću i pokućstvo, prepravljanje i opravku odeće, obuće i kućnog tekstila, uopšte, postojećeg inventara, uključujući i kućne alate, posuđe i pribor.

Žene iz siromašnijih porodica su za svoje ukućane obavljale sve poslove posluge: gajenje i/ili nabavku namirnica, pripremu hrane i kuvanje, tkanje, šivenje i prepravku odeće, pranje i čišćenje, održavanje. Počinjale su da rade od mladih godina, uz svoje majke, a često su preuzimale na sebe i poslove van kuće, najčešće prodaju na pijacama, pranje i šivenje po porudžbini, i to ako bi porodica bila bez muškog potomstva. Krajem adolescencije su imale pred sobom mogućnost udaje, pri čemu bi ulazile u ulogu svojih majki, ili bi tražile službu u bogatijim porodicama, postajale sluškinje i radile za stan, hranu i minimalna novčana sredstva, nedovoljna da ih

obezbede u eventualnoj bolesti i u neizbežnoj starosti. Brakovi između osoba koje su služile u istom domaćinstvu nisu bili retki, naprotiv, sklapani su čim bi se našle osobe približnih godina starosti, ali njihovo potomstvo nije moglo da iskorači iz tog društvenog sloja, jer su i muškarci u službi bili odgovarajuće slabo plaćeni, budući da su smeštaj i ishrana uzimani u obzir pri određivanju plate.

Seosko stanovništvo se dosta razlikovalo u prirodi poslova, načinu prihodovanja i života uopšte, kada su muškarci u pitanju. Što se, pak, žena tiče, njihova uloga nije bila bitno različita od uloge žena u nižim slojevima gradskih sredina. Osim obavljanja svih poslova oko dece, žene su na selu same gajile bilje i životinje koje daje najveći broj namirnica i sirovine za izradu tekstila, po pravilu su same proizvodile i pređu za tkanje, tkale materijale za pokućstvo i šile svu odeću za sebe i ukućane, a svakodnevno pripremale sve obroke i starale se o higijeni.

19. vek je doneo niz promena, među kojima je deklarativno proglašavanje muškaraca i žena jednakima, sadržano u Napoleonovom kodeksu, koji je bio ishodište niza evropskih zakona, ali ne i uzor koji se morao slediti. Konkretno, pravo nasleđivanja i druga građanska prava davana su u okviru zakonodavstva nacionalnih država u skladu sa tradicijom. U velikoj većini evropskih zemalja su, ipak, do kraja veka usvojena zakonska rešenja kojima se ženama daju osnovna građanska prava, ali to nije značilo da su na ostalim nivoima odnosi uređivani po načelima ravnopravnosti. Naprotiv, ostavljen je širok prostor u kojem su privatni vlasnici mogli da urede odnose po ličnom nahođenju, tako da je do kraja veka opšte mesto bilo da su žene slabije plaćane za isti posao, nego muškarci. Realno manja fizička snage žena je na tom tehnološkom nivou predstavljala hendikep, ali žene po pravilu nisu primane na poslove koji zahtevaju mnogo snage, kao što su utovar i istovar robe i sl. Uostalom, argument manje telesne snage logično nije primenjiv na veštine, tako da nije trebalo da bude korišćen za snižavanje nadnica u tkanju i šivenju. Niže nadnice za iste poslove u svim delatnostima su pravdane tezom da su žene intelektualno inferiorne, preterano emotivne, iracionalne, nestabilne i nepredvidive, kao i da su više zainteresovane za materinstvo i porodicu nego za posao. Ovo predubeđenje je bilo posebno duboko usađeno u viktorskoj Britaniji i, sa njenom teritorijom i uticajem, proširilo se na veći deo sveta. Mnogo bitnija promena u 19. veku je industrijalizacija, odnosno primena izuma i osvajanje novih tehnologija u proizvodnji većine roba, što je dovelo do drastičnog ubrzavanja urbanizacije. Prelazak stanovništva iz sela u grad se odvijao

dinamičnije, a površina i gustina naseljenosti gradova postala veća nego ikad. To je dovelo do sve složenijeg socijalnog raslojavanja stanovništva, kao i do nastajanja i razvoja niza uslužnih delatnosti vezanih za gradski život, uvećavanja državnog aparata, birokratije i administracije, javnih poslova i ustanova. Prateći muževi, žene su sa porodicama dolazile u gradove i u njima ostajale, šta god da bi se sa njihovim supružnicima događalo. Mogle su da se zaposle kao najamni radnici ili da samostalno nude svoje usluge, koje su se kretale najčešće u domenu tradicionalno "ženskih poslova" (pranje veša, peglanje, krojenje i šivenje). Značaj ove činjenice leži u tome, što je tako ostvaren osnovni preduslov za masovno zapošljavanje žena u industriji za vreme Prvog svetskog rata, posle kojeg se točak istorije nije mogao vratiti natrag. Žene su tada po prvi put bile u prilici da rade van tradicionalno "ženskih" zanimanja i, što je još važnije, da budu na mestima predradnika i šefova, čime je u praksi duboko poljuljan mit o ženskoj nesposobnosti za rukovođenje.

Prve decenije 20. veka su tako dale novu energiju pokretima za ravnopravnost žena, sifražetkinjama i feministkinjama, koje su se konačno izborile za univerzalno pravo glasa, odnosno pravo da biraju i budu birane na političke funkcije, pravo na jednake novčane naknade za jednake poslove i pravo nasleđivanja, odnosno posedovanja osnovnih sredstava za rad. Ipak, u to vreme politički angažman su mogle sebi da priušte samo žene iz najimućnijih porodica, a učešće u organima vlasti nije bilo prihvatano. Jednakost nadnica za isti posao je pokazala drastično niži nivo obrazovanja žena, odnosno izbacila na površinu nejednako pravo pristupa visokoškolskim institucijama. Što se tiče prava nasleđivanja i posedovanja, industrijska revolucija je do tog trenutka dovela do drastičnog bogaćenja pojedinaca i raslojavanja društva po imetku i prihodima, da žene sa svojom novostečenom imovinom nisu predstavljale značajnu konkurenciju muškarcima.

Drugi svetski rat je potvrdio ulogu žena kao izvora radne snage, ali se i posle njega većina žena vratila kući, oslobađajući radna mesta ratnim veteranima. Do promene kvaliteta života su opet dovela naučna i tehnološka dostignuća, koja su posredstvom masovne proizvodnje postala dostupna širokom sloju ljudi, u prvom redu u privredno razvijenim zemljama, odnosno u zemljama koje su bile najmanje pogođene ratnim razaranjima ili se od njih najbrže oporavljala. Masovna primena kontraceptivnih sredstava u drugoj polovini 20. veka je više uticala na promenu strukture porodice i uloga muškarca i žene u njoj, nego dramatična ratna zbivanja, promena geopolitičke

raspodele moći i rast životnog standarda i društvenog bogatstva. Žene su dobile mogućnost da planiraju vreme koje će posvetiti karijeri i materinstvu, što je uticalo pre svega na nivo obrazovanja koji su ostvarivale, ali i na očekivanja u vezi sa poslovnim i javnim životom. Izvojevana pobeda, međutim, nije zatvorila liniju fronta, već ju je pomerila na oblast ravnopravnosti polova, odnosno rodnu ravnopravnost, koja nije ostvarena do danas.

Naime, osvajanje prava nije oslobodilo žene dotadašnjih obaveza, tako da su one, osim tradicionalno ženskih poslova u domaćinstvu, zapravo, dobile pravo na još posla. Činjenica je da i danas najveći broj poslova u kući obavljaju žene, nezavisno od toga da li su u radnom odnosu. U teoriji se ova pojava naziva „dvostrukim teretom” zaposlenih žena. Rad u kući se i u savremenom svetu smatra marginalnim oblikom rada: žene – domaćice ni danas ne uživaju neka prava i privilegije zaposlenih, ignoriše se nepovoljan uticaj takvog statusa njihovu mogućnost zaposlenja, ekonomsku nezavisnost i građanska prava, rad koji obavljaju se naziva „radom iz ljubavi”, a zapravo je kombinacija svakodnevnih kućnih poslova, složenog „emotivnog rada” sa decom i čuvanja i nege starih. „U ovoj podeli, žene su ostajale u prostoru privatnog, a muškarci u sferi javnog života. Percepcija žene oblikovana njenom ulogom u privatnoj sferi kontinuirano marginalizuje ženu kada je u pitanju sticanje i ostvarivanje njenih građanskih prava.” (Jovanović, 2003)

2.2 Značaj i uloga žena preduzetnica i njihovih preduzeća u privredi

Prema kriterijumu vremena reč predizetnik možemo da pratimo od XVIII veka i rada Ričarda Kantinjona (Richard Cantillon) „Rasprava o naravi trgovine“, u kojem i zemljišne zakupce prikazao kao preduzetnike, manufakturiste, graditelje, lekare, itd. koje povezuje rizici poslovanja kojima su izloženi u svojim naporima da samostalnom delatnošću ostvare dobit. Američki autor Timons (Timmons, 2005) je takođe uočio da „Umešan preduzetnik može da oblikuje i kreira povoljnu priliku dok je ostali i ne vide, odnosno vide je prerano ili prekasno“. Od tada se način poslovanja na više načina menjao, ali je sloj preduzetnika opstajao, tako da se u 21. veku preduzetnici definišu kao: 1. osobe koje organizuju i upravljaju poslovnim poduhvatom, preuzimajući rizik u cilju ostvarivanja profita (Webster’s Dictionary, 2006); 2. osobe koje pokušavaju da profitiraju rizikom i inicijativom (Oxford English Dictionary,

2006); 3. osobe koje uspostavljaju nov entitet za ponudu novog ili postojećeg proizvoda/usluge na novom ili postojećem tržištu, bilo da se radi o profitnom ili neprofitnom poduhvatu; 4. osobe koje se služe inovacijom da koriste ili stvaraju pogodnost za ostvarenje profita na tržištu, što čine premeštanjem ekonomskih resursa iz oblasti niže produktivnosti u oblast više produktivnosti i višeg dobitka, prihvatajući pri tome visok stepen rizika i neizvesnosti (Burns, 2001); 5. osobe koje preuzimaju inicijativu, pokazuju odgovornost, upravljaju rizikom i imaju istrajnost da vide stvari okončanim. Pri tome, motivisane su za postizanje cilja, ostvaruju vlasništvo, samostalno donose odluke, kreativno i fleksibilno razmišljaju, svesni rizika i upravljajući njime (Johnson, 2001); 6. osobe koje vide priliku na tržištu, prikupljaju resurse, i kreiraju i razvijaju poslovni poduhvat u cilju ostvarenja zahteva tržišta (Nieman, et al, 2003); 7 osobe koje prepoznaju ili otkrivaju priliku da kreiraju nešto novo (proizvod, uslugu, tržište, način proizvodnje, sirovinu ili način organizovanja postojećih tehnologija) i zatim koriste različite načine za eksploataciju te prilike (Gaglio, 2004). Definicija koju je oblikovao OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) ističe da se pod preduzetništvom podrazumevaju poslodavci i radnici koji rade za sopstveni račun, kao i da je preduzetništvo delatnost preduzetnika koji za cilj imaju rađanje novih tržišta i ostvarivanje dobiti.

Odnos između preduzetništva i nezaposlenosti suštinski određuje položaj neke osobe na tržištu rada. Istraživanja uzajamnih odnosa preduzetništva i nezaposlenosti su pokazala da i u teoriji i u praksi postoje efekti "guranja" (nezaposlenost ohrabruje da se osnuje preduzeće) i "povlačenja" (privatna preduzeća smanjuju nezaposlenost). Demografski faktori koji se najčešće koriste u empirijskom proučavanju su obrazovanje, životna dob, pol, bračni status, brak, nezaposlenost/radno iskustvo, pripadnost nacionalnoj manjini, iseljenje, rasa, između kojih tri faktora (trajanje nezaposlenosti, obrazovanje, životna dob) utiču na poslovanje i pozitivno i negativno. Pozitivan uticaj ima okolnost da je partner, odnosno supružnik – preduzetnik, kao i eventualno iseljenje, radno iskustvo, pripadanje nacionalnoj manjini, dok je negativan uticaj na poslovanje sadržan u postojanju rodničkih razlika. Bračni status utiče na volju da se pokrene preduzeće i kod muškaraca i kod žena.

Proračuni odnosa demografskih i poslovnih karakteristika su pokazali da postoji snažna veza između broja ustanovljenih kompanija, odnosno broja firmi koje posluju, i trajanja nezaposlenosti (1-2 meseca, 3-5 meseci), odnosno broja nezaposlenih

muškaraca i žena sa visokim obrazovanjem ili profesionalnom obukom. To dokazuje da kratkoročna nezaposlenost i više obrazovanje kod oba pola ima pozitivne efekte na otvaranje radnih mesta, što može da umanja nezaposlenost. Snažna veza postoji između broja novoosnovanih preduzeća i trajanja nezaposlenosti (1-2 meseca) i obrazovanje nezaposlenih osoba oba pola je pokazala da demografski faktori u velikoj meri doprinose efektu "guranja". (Jahanshahi, et al, 2010.)

S druge strane, istraživanja odnosa preduzetništva i nezaposlenosti (Duflo, 2012) u nizu zemalja, kao što su Portugalija, Španija i Velika Britanija, su pokazala da analiza ekonomskih parametara nije dovoljna da objasni ove odnose, već da je neophodno prikazati i niz drugih faktora: kulturološke, demografske, političke, psihološke, tehnološke i sl. Radovi koji su obuhvatili demografske karakteristike: pol, starost, obrazovanje, nacionalnu i etničku pripadnost, rasu, bračni status došli su do zanimljivih zaključaka, u prvom redu da pojedinačni demografski faktori (konkretno, obrazovanje, starost i trajanje nezaposlenosti) u nekim slučajevima pozitivno, a u nekima negativno utiču na preduzetništvo, odnosno samozapošljavanje. Uočeno je da se u svim kulturama za preduzetništvo lakše odlučuju osobe čiji su roditelji ili supružnici takođe preduzetnici, zatim emigranti, pripadnici etničkih manjina i osobe koje imaju duže radno iskustvo, kao i da se u svim kulturama žene teže odlučuju za preduzetništvo nego muškarci. Zaključeno je da na motivisanost bilo koje socijalne grupe za ulazak u preduzetništvo presudno utiču kulturološke karakteristike okruženja, tradicija, raznolikost privrednih delatnosti i političke odluke kojima se preduzetništvo podržava.

U ukupnoj privredi preduzetnici predstavljaju izdvojen segment najčešće malih i srednjih preduzeća u vlasništvu jednog ili više fizičkih lica, koji samostalno obavljaju svoju delatnost. U skladu sa time, žene preduzetnici se mogu definisati kao pojedinci ili grupe žena koje pokreću, organizuju i vode poslovne poduhvate. „Definicija vlade Indije glasi da su žene preduzetnici one žene, koje poseduju i kontrolišu najmanje 51% kapitala preduzeća u kojem se na najmanje 51% radnih mesta nalaze žene.“ (Jahanshahi, et al., 2010) Kao i muški preduzetnici, žene u preduzetništvu obavljaju različite poslove. One treba da ispituju perspektive započinjanja novog posla, da snose rizike, uvode novine, koordiniraju administraciju i kontrolu preduzeća i da obezbede efikasno rukovodstvo u svim aspektima poslovanja. Osim toga, žene u preduzetništvu su morale da se suoče sa nizom teškoća i da prevaziđu brojne barijere kako bi bile

uspešne u svojoj delatnosti. Morale su da se izbore sa diskriminacijom i podnesu skepticizam društva, kao i da ulože više napora da ostvare poslovni kredibilitet nego što to moraju muškarci.

Žene preduzetnici čine samo trećinu ukupnog broja preduzetnika. U odnosu na to, što polovinu stanovništva čine žene, jasno je da postoji jaz između polova. Prema podacima do 2000. godine, (Buttner, E.H. and Moore, D.P., 2000) u Japanu su 23 % privatnih firmi osnovale žene, u SAD su žene u vlasništvu 38 % od ukupno 8 miliona firmi, koje zapošljavaju 27,5 miliona ljudi i stvaraju u \$ 3.6 triliona godišnje prodaje, u Velikoj Britaniji žene čine četvrtinu privatnog sektora, u Nemačkoj su žene osnovale više od 1/3 svih novih poslova od 1990 –2000. godine, odnosno otvorile preko 1 milion radnih mesta, u Mađarskoj su žene u istom periodu osnovale više od 40 % svih novih poslova, u EU 1/3 novih poslova započinju žene, Kineskinje su u periodu od 1978 – 2000. godine imale više od 25 % preduzeća, dok su Ruskinje posedovale 64 % preduzeća sa više od deset zaposlenih a u Poljskoj žene su u posedu 38 % svih preduzeća, a u Meksiku je 32 % poslova u vlasništvu žena pokrenuto u periodu od 2000 – 2000. godine. (Vukmirović, 2005.)

Žene preduzetnici poseduju ogroman potencijal koji se ne ogleda samo u mogućnostima koje bi se stvorile postizanjem rodne ravnopravnosti, već i zato što unose različitost u inovativne procese. Više žena će same po sebi doprineti raznovrsnosti perspektiva. Rešenja za tržišne nejednakosti ne nude samo preduzetnici muškarci, muškim načinom razmišljanja. Rešenja koje nude žene preduzetnici i njihove inovacije mogu biti različite od onih, do kojih su došli muškarci, tako da se preduzetništvo žena može posmatrati i kao deo diversifikacije. Dobar primer se odnosi na inovacije koje pokreću korisnici, kod kojih su potrebe potrošača ključni pokretač. Kod tog tipa inovacija posrednik treba da prilagodi svoje potrebe potrebama potrošača. Rešenja koja u tako složenim uzajamnim odnosima nude žene moraju biti različita od onih, koje bi ponudili muškarci.

U zemljama u razvoju žene preduzetnici su uglavnom angažovane u oblasti usluga: u turizmu, ICT-u, zdravstvu, nezi i staranju i slično, što su u isto vreme i sektori koji imaju veliki potencijal. Zajedno sa inovacijama koje proističu iz lične kreativnosti i novog načina razmišljanja, uključivanja potrošača i rodnih razlika, potencijal promovisanja žena preduzetnika je očigledan.

U globalnom kontekstu, žene unose posvećenosti i integritet u poslovanje, zato što im je stalo do ekonomskog jačanja, razvoja preduzeća i inovacija. Žene preduzetnici teže profesionalnoj i ličnoj podršci putem poslovnog povezivanja, tako da je globalizacija podstakla žene da postanu vlasnici preduzeća. „Ekonomska snaga i uticaj preduzeća u posedu žena raste i očigledno menja svetsku privredu, iako je taj trend zapravo tek na svom početku, jer je broj preduzeća u posedu žena u konstantnom porastu svuda u svetu. Na primer, žene proizvode više od 80% životnih namirnica u Podsaharskoj Africi, 50-60% u Aziji, 26% na Karibima, 34% na Bliskom Istoku i u Severnoj Africi i preko 30% u Latinskoj Americi. Žene preduzetnici su aktivne na svim nivoima – lokalnom, regionalnom i globalnom.”(Pines, et al, 2010)

3. ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO KAO SPECIFIČNA PREDUZETNIČKA AKTIVNOST

U svim nerazvijenim i tradicionalnim, patrijarhalnim sredinama evidentna je pojava da su žene u podređenom položaju, pogotovo kada je u pitanju vlasništvo nad nekretninama. Uobičajena je praksa da se prilikom nasleđivanja nepokretnosti (zemlja, kuća, zgrade) od žena očekuje da svoj deo nasleđstva pokloni bratu ili muškom članu porodice. Pri zasnivanju bračne zajednice, po pravilu, pravo vlasništva se prenosi na muškarca, čak i u slučajevima zajedničke gradnje ili kupovine kuće ili stana. Time žena ostaje uskraćena za pravo raspolaganja vlastitom imovinom, odnosno prava na pokretanje sopstvenog biznisa, ukoliko ima potrebu za tim, pošto uglavnom nema dovoljno materijalnih sredstava, a ni mogućnosti podizanja hipotekarnih kredita kao povoljnije varijante obezbeđivanja finansijskih sredstava. Ukoliko je žena materijalno zavisna o drugom ili nema vlastite izvore prihoda, velika je verovatnoća da će biti na margini društvenih zbivanja i bez mogućnosti aktivne socijalizacije.

Međutim, stvaranjem pretpostavki za ekonomsku nezavisnost kroz realizaciju preduzetničke ideje ili na drugi način, žena dolazi u poziciju aktivnog sudelovanja u mnogim sferama društvenog života. Samim tim i do ravnopravne pozicije u društvu, a društvo dobija šansu da značajno iskoristi sve potencijale ženske populacije. Poseban problem predstavlja i u većini shvatanje da brigu o deci i starijim članovima porodice isključivo treba da vodi žena.

Preduzetnice o poslu razmišljaju svestranije i realnije rasuđuju od svojih kolega preduzetnika, sklone su uvažavanju tuđeg mišljenja i saveta saradnika. Bolje razumeju ljude oko sebe, ne samo kupce ili korisnike, nego saradnike i zaposlene, jer su ih spremne slušati. Preduzetnice brže koriste savremena rešenja poput decentralizovane i fleksibilne organizacije, timskog rada i grupnog odlučivanja te sudelovanja zaposlenih u odlučivanju. Pre tridesetak godina jedva je pet posto žena bilo među magistrima nauka, a danas žene čine između četrdeset i pedeset posto polaznika specijalizovanih postdiplomskih poslovnih programa. Prema nekim statistikama smatra se da žene u Evropi pokreću ili su pokrenule svaki četvrti novi posao. Mnoge žene poseduju kreativnost, potrebna stručna znanja i veštine nužne za pokretanje novih poslova, ali često, za razliku od muških preduzetnika, nemaju ravnopravan pristup zajmovima, obrazovanju i informacijama, bez čega nema uspešnog vođenja poslova. Kao i njihove kolege preduzetnici, žene preduzetnice su visokoobrazovane, sklone preuzimanju rizika i imaju razvijen preduzetnički duh.

Psihološka istraživanja pokazala su da postoji „niz malih razlika“ i da žene u načelu poseduju neke komparativne prednosti u odnosu na muškarce što je vidljivo iz sledeće tabele:

Tabela 1. Ženske i muške menadžerske osobine (Izvor: Inić, Branimir, 2007.)

„Ženske menadžerske osobine“	„Muške menadžerske osobine“
- Sklonost konkretnom	- Apstraktno mišljenje
- Sklonost podeli moći i informacija	- Vođenje putem naređenja i kontrole
- Podsticanje participacije i saradnje	- Oslanjanje na moć položaja
- Izbjegavanje rizika	- Sklonost riziku
- Mala sklonost površnim efektima	- Mala rezistentnost na površne utiske
- Orjentisanost na međusobne odnose	- Orijetisanost na akciju
- Mrežna „porodična“ struktura	- Hijerarhijska, „vojna“ organizaciona struktura
- Razumevanje za tuđe ponašanje i probleme	- Ignorisanje tuđih ličnih problema i briga
- Spremnost priznanja ličnih grešaka	- Težnja ka skrivanju ličnih grešaka
- Težnja harmoničnim odnosima sa okolinom	- Spremnost za konflikte i sukobe
- Emotivna izdržljivost i rezistentnost na frustracije	- Sklonost eksploziji ili „pucanju“ u krizama
- Veća samokontrola	- Manja samokontrola
- Manja brzopletost	- Veća brzopletost
- Stabilnost u stavovima	- Sklonost menjanja stavova
	- Razmena usluga kao izvor motivacije
	- Analitičko i racionalno rešavanje problema

Na žensko preduzetništvo utiču indirektni i direktni faktori:

- Ekonomska situacija
- Pravna regulativa
- Socijalni i kulturni faktori

Za osnivanje ženskog biznisa javljaju se različiti motivi:

- Mogućnost da pokažu svoje znanje i veštine;
- Takođe, žele da imaju fleksibilno radno vreme;
- Žele da imaju kontrolu nad svojim poslom i životom;
- Nije im pruženo dovoljno šansi na prethodnom poslu;
- Mogućnost za veće prihode;
- Žele da osećaju pripadnost u društvu;
- Žele da pokažu da vrede, kako okolini tako i partneru, jer u

mnogim zemljama se smatra da se preduzetništvom bave samo muškarci i da je to njihova aktivnost.

-

Od stepena razvijenosti određene zemlje te pozicije žene u društvu, zavisi i prioritet odnosno dominantnost jednog motiva nad drugim. Prema nekim istraživanjima u svetu, karakteristike preduzetnica u odnosu na preduzetnike su sledeće:

- preduzetnici uglavnom imaju više godina iskustva od preduzetnica,
- većina preduzetnica ima radno iskustvo pre pokretanja posla,
- većina preduzetnica je u braku i ima decu,
- veliki broj preduzetnica pokreće poslove sa svojim muževima,
- veliki broj preduzetnica potiče iz preduzetničkih porodica,
- biznisi koje pokreću žene uglavnom imaju manje zaposlenih od muškaraca,
- preduzetnice uglavnom pokreću uslužne biznise,
- preduzetnice više brinu o društvenim i ekološkim obavezama od preduzetnika.

3.1 Stanje i perspektive ženskog preduzetništva u svetu

Ujedinjene Nacije su uradila neka istraživanja 1995. godine (Inić, 2000) koja su pokazala da su se u poslednjih deset godina istakle dve promene zaslužne za postizanje pozitivnog okruženja za razvoj ženskog preduzetništva:

- donošenje zakonske i pravne izjednačenosti žena i muškaraca,
- mogućnost jednakog obrazovanja žena i muškaraca, kao i njihovih obuka.

Raspored moći u menadžerskim strukturama velikih korporacija izrazito je naklonjen muškarcima. Muški otpor prema ženama jači je u Europi nego u Americi. Ankete u Italiji i Velikoj Britaniji pokazale su da gotovo polovina muškaraca odbija pomisao da i žene mogu obavljati poslove menadžera. Statistička analiza populacije menadžera u SAD i Zapadnoj Europi pokazala je da žene čine samo 3% direktora velikih kompanija i zauzimaju oko 12% srednjih i nižih menadžerskih pozicija, iako ih je u ukupnoj radnoj snazi više od 45%. U svetu postoje tri zemlje u kojima žene čine više od polovine zaposlenih. To je Švedska (47,7% zaposlenih su žene), Kanada (47,2%) i SAD (45,8% zaposlenih su žene). (World Bank, 2017) Drugu krajnost čine zemlje Srednjeg Istoka kod kojih je udeo žena u radnoj snazi između Jemen 7,9% i Ujedinjeni Arapski Emirati 12,4%. (World Bank, 2017) , Na žalost, jedan od još uvek jakih razloga skromne zastupljenosti žena u menadžmentu je njihovo lično prihvatanje „ženskih uloga“ i iz toga proistekla nezainteresovanost za rukovodeći položaj ili poslovnu karijeru. (Inić, 2007.)

Razlozi relativne malobrojnosti žena menadžera mogu se podeliti u nekoliko grupa problema. Pored ranije manje zastupljenosti u školovanju za menadžere, od drugih problema ističu se:

- kulturni stereotipi,
- pravna ograničenja,
- raspored moći,
- nezainteresovanost.
-

U većini kultura postoji čvrsta podela na muške i ženske uloge. Prema takvim kulturnim stereotipima koji posebno dominiraju u arapskim zemljama, Latinskom Amerikom i manje razvijenim regijama sveta, menadžeri mogu biti samo muškarci.

Od žena se očekuje da budu podređene i zavisne, da se ne ističu i da služe muškarcima. Čak i u razvijenim demokratskim društvima, gde žene formalno uživaju ravnopravnost, ovakvi kulturni stereotipi nisu sasvim iskorenjeni. Različita pravna ograničenja koja su žene stavljala u drugorazredni položaj tek su nedavno uklonjena iz zakonodavstva najrazvijenijih zemalja, a kod nerazvijenih su još i te kako prisutna (na primer, Švajcarkinje nisu imale pravo glasa sve do 1971., Francuska još nema propis koji bi štutio ženu od maltretiranja na poslu, a u SAD žene za isti posao često dobijaju manju platu od muškaraca). (Inić, 2007.)

U prvoj deceniji XXI veka situacija se znatno izmenila. Između jedne četvrtine i jedne trećine svih biznisa u svetu danas vode žene sa stopom rasta i do dva puta, u odnosu na nacionalni prosek u USA. Žene su vlasnice oko 30% svih biznisa u svetu. Preduzetnice u razvijenim zemljama danas predstavljaju bitnu pokretačku silu u svim sektorima ekonomije, bilo da se meri brojem novih poslova, brojem zaposlenih ili obimom ostvarenih profita kako je to prikazano u sledećim tabelama.

Tabela 2. Preduzeća u vlasništvu žena u svetu u % (Izvor: Vukmirović, 2005)

Država	Godina	% preduzeća u vlasništvu žena
Holandija	1992	8
Meksiko	1990	9
Japan	1991	13
Nemačka	1993	15
Kanada	1995	17
Australija	1994	18
SAD	1996	20

Tabela 3. Pokrenuti novi poslovi ili u vlasništvu žena, od 2000. do 2005.godine(Izvor: Vukmirović, 2005)

Država	% započelih ili biznisa u vlasništvu žena
Japan	23
Rusija	64
Kina	25
Nemačka	34
Mađarska	40
Poljska	38
Meksiko	32
SAD	38
Velika Britanija	25
EU	33

Žensko preduzetništvo sve je češća tema brojnih konferencija, seminara, naučnih skupova, programa vlada i političara u celom svetu. Podaci o broju žena preduzetnica se razlikuju u zavisnosti od zemlje. u Americi još uvek mnogo više ima preduzetnika muškaraca) 18,45% muškarci od ukupnog broja muške rodne populacije (18-64 giodine) a svega 10,73% žene od ukupne ženske radne populacije (18-64) (Allen et al., 2007)

U Kanadi se između 1981. i 2001. godine broj preduzetnica povećao za 28%, u poređenju sa porastom broja muških preduzetnika od 38%.U Velikoj Britaniji, gde je stanje ženskog preduzetništva prema naznakama većine analitičara prilično loše, 6,5% svih radno sposobnih žena zaposlene su u vlastitim preduzećima. Udeo žena u preduzetništvu iznosi 26%, a to je brojka koja se ne menja još od 1990. godine. U zemljama Evropske unije 70% preduzetnica vode mikro i mala preduzeća u kojima je pet ili manje zaposlenih. (Duflo, 2012)U tranzicijskim zemljama srednje i istočne Evrope ekonomski položaj žena uglavnom je pogoršan zahvaljujući smanjenju javnog sektora, povećanoj stopi nezaposlenosti, većoj nesigurnosti zaposlenja i lošem stanju društvenog sistema socijalne zaštite.

Većina zemalja u tranziciji ne pridaje još dovoljnu pažnju ženskom preduzetništvu. Politike pojedinih manje razvijenih zemalja, te okruženje i kultura koja u njima preovladava i dalje destimulišu razvoj ženskog preduzetništva. Tradicionalna shvatanja po kojima je muškarac “stub porodice”, polna diskriminacija, te objektivne barijere kod osnivanja novih poslova dodatno su uticali na negativan trend kod samozapošljavanja žena. U većini zemalja u tranziciji prelazak na tržišnu ekonomiju najteži je bio za žene. Smanjenje izdvajanja za socijalnu i porodičnu pomoć u periodu tranzicije u većini zemalja stavilo je još veći teret na žene kroz brigu o porodičnom životu i karijere. U velikom broju slučajeva žene su morale da biraju: karijera ili porodica, ili su se opredeljivale za poslove sa nepunim radnim vremenom koji su obično i slabije plaćeni. Ovakvom situacijom bile su najčešće pogođene samohrane majke, velike porodice i starije žene bez porodice.

Posmatrajući težak položaj žena na tržištu radne snage uticali su različiti faktori u zemljama u tranziciji. Na konkursima su se više zapošljavali muškarci, dok se za žene smatralo da su opterećene obavezama u kuci, kao majke, supruge i domaćice i da kao takve smatrano je ne zadovoljavaju stalnost u poslu. Pored toga, nezaposlene žene u proseku imaju veći stepen obrazovanja nego nezaposleni muškarci.

Ovakva situacija zahteva radikalne promene u uspostavljanju odgovarajućih politika koje bi regulisale prava polova i umanjile diskriminaciju u pristupu informacijama, kapitalu i znanju.

3.1.1 Položaj žena preduzetnica u razvijenim zemljama

Istraživanje položaja žena preduzetnika je započeto u razvijenim zemljama zapada, zato što je u njima prvo uočen problem da žene u preduzetništvu nisu zastupane jednako kao muškarci. Razlozi za tu pojavu su, naravno, u razvoju preduzetništva u prošlosti. Preduzetništvo je razvijeno od 16. veka kao poslovna inicijativa gradskog stanovništva u proizvodnji robe široke potrošnje i u oblasti usluga pre svega trgovine na malo, u to vreme, je trgovina na malo bila zapravo usluga dopremanja robe iz udaljenih krajeva (prehrambenih proizvoda iz sela u gradove, čaja, kafe, začina iz drugih zemalja u zemlje zapadne Evrope, doprema sirovina za industriju iz drugih zemalja, vune, pamuka, svile za tekstilnu industriju).

Sloj preduzetnika se razvio kao grupacija zasnovana na angažovanju cele porodice u porodičnom biznisu. Uloga žena u toj društvenoj strukturi je bila, pre svega, da obezbedi potomstvo, koje će biti uključeno u porodični biznis, a potom i da radi u porodičnom biznisu kao organizator poslova vezanih, pre svega, za smeštaj i ishranu zaposlenih pomoćnika. Zbog toga, je rad žena iz trgovačkih i zanatskih porodica bio prikriiven i nevidljiv. One za svoj rad nisu dobijale platu, niti su potpisivale ugovore koje je sklapala firma. Taj model porodice se održao do prve polovine 20. veka. Što je neka porodica bila imućnija i što je ljudska civilizacija bila tehnološki naprednija, to je manje bilo potrebe da žene rade. Zbog toga, u 20. veku i u razvijenim zapadnim zemljama postoji predubedenje, da su žene zaposlene ili da rade za zaradu ukoliko njihovi muževi ne zarađuju dovoljno ili ukoliko su prinuđene iz nekog drugog razloga. Osim toga, do 20. veka je kapitalizam u zapadnim zemljama doveo do stvaranja ogromnih multinacionalnih kompanija, na čijem čelu su muškarci, zato što su oni u nizu prethodnih generacija bili vlasnici, predsednici upravnih odbora i direktori najvećih firmi. Savremena porodica u razvijenim zapadnim zemljama je danas bitno drugačije strukture, nego što je bilo to u prošlosti, jer ne obuhvata više od dve generacije, roditelja i njihovu decu do njihovog osamostaljivanja. Položaj žena kao majke u takvoj strukturi porodice je bitno drugačiji. Većina žena napušta radni odnos da bi se posvetila materinstvu i posle osamostaljivanja dece nema ni obaveze ni poseban status u porodici. Kontrola rađanja koje se masivno primenjuje u ovim zemljama, omogućava planiranje porodice sa relativno malim brojem potomaka i ograničava period materinstva na nekih 20-ak godina života. U takvim okolnostima žene se u principu opredeljuju za to da budu ili supruge i majke koje će živeti kao izdržavane osobe i baviti se hobijima (kada isprate decu na put) ili da budu zaposlene žene profesionalci ili preduzetnici posvećene poslovnoj karijeri u kojoj će uklopiti brak i materinstvo, ili od njega odustati.

Promene u globalnoj ekonomiji su dovele do toga da je potrebno angažovati veći broj osoba srednjeg imovnog stanja u privatan posao odnosno da se privredni rast niza nacionalnih ekonomija može postići samo zapošljavanjem ljudi srednjeg materijalnog sloja. Zbog toga se doživljava kao problem to što žene iz tog dela stanovništva nisu jednako zastupane kao muškarci.

Žene su oduvek igrale ključnu ulogu u preduzetništvu, često u nevidljivim ulogama pružanja podrške. U svakom slučaju, ozbiljno interesovanje za žene vlasnike

preduzeća se javilo 1980-ih. Iako se niz lokalnih i regionalnih inicijativa za pružanje određenih vidova podrške ženama javio tokom 1980-ih i 1990-ih, nije bilo koordinirane nacionalne strategije sa ciljem da se ohrabri ulazak žene u preduzetništvo. Uprkos značajnim društvenim i kulturnim promenama u razvijenim zemljama, u kojima žene poseduju preko 25% svih preduzeća, proporcionalan rast broja žena koje ulaze u preduzetništvo u poslednjim decenijama je bio manji nego u zemljama Dalekog Istoka.

Iako je odnos između preduzetništva i privrednog rasta složen, možemo uzeti primer Velike Britanije kao negativan, obzirom da među zemljama Evropske Unije Velika Britanija ima niz pokazatelja veoma slabog uključivanja žena u preduzetništvo. Istraživanja preduzetništva žena su u Velikoj Britaniji otpočela sredinom 1980-ih, posle SAD-a. Većina radova su bili deskriptivne analize karakteristika i motivacije žena u poslovanju i njihova iskustva u preduzetništvu, naročito u otpočinjanju poslovanja. Sistematsko prikupljanje podataka vezanih za rodnu pripadnost je ključ za utvrđivanje pouzdane osnove proučavanja preduzetništva žena. Ni do danas nema dovoljno informacija o poslovanju preduzeća u vlasništvu žena u Velikoj Britaniji, jer ključni izvori za statistiku poslovanja ne prate pol vlasnika preduzeća, niti etničku pripadnost, pa su statistički podaci nezadovoljavajući i često kontradiktorni. Poseban problem su podaci o dodatnim delatnostima, od kojih preko 70% vode žene. U mnogim oblastima oni ne ispunjavaju uslove za programe podrške i početno finansiranje, tako da ne ulaze u izvore statističkih podataka. Istraživanja o faktorima ljudskog kapitala u preduzetništvu pokazuju da je većina žena preduzetnika starosti preko 35 godina .

Izveštaj Global Entrepreneurship Monitor-a za Veliku Britaniju 2001. godine je, na primer, izneo podatak da je verovatnoća da muškarac postane preduzetnik 2,5 puta veća nego da preduzetnik postane žena. Analiza tržišta rada nudi objašnjenje ove pojave: žene su najčešće zaposlene u oblastima usluga i maloprodaje, kao i u poslovima rukovođenja na srednjem nivou i u administraciji, dok ih u višem menadžmentu i upravnim odborima ima veoma malo. Istraživanje Univerziteta u Kranfildu (Cranfield University, 2001) iz ranih 2000-tih pokazalo je da žene u Velikoj Britaniji čine samo 7,2% članova upravnih odbora preduzeća, pri čemu 39% tih preduzeća nema ni jednu ženu u upravnom odboru. Žene zato zaostaju za muškarcima u visini zarada, obuci, kvalifikacijama i unapređenjima, tako da prosečna žena

preduzetnik ima manje iskustva u rukovođenju i pristupa poslovnim mrežama i finansijama. Osim toga, istraživanja pokazuju da postoje razlike između muškaraca i žena u motivima za pokretanje sopstvenog biznisa. Pregled radne snage Nacionalnog zavoda za statistiku za 2000. godinu je pokazao da, iako je najčešći razlog za pokretanje preduzeća među muškarcima i ženama podjednako želja za nezavisnošću, samo 2% muškaraca je navelo porodične obaveze kao razlog prelaska u preduzetništvo, za razliku od čak 21% žena. Ovo istraživanje je takođe pokazalo da je ravnoteža između posla i privatnog života jedan od najvećih aktuelnih problema žena u Velikoj Britaniji.

Opšte je prihvaćeno da mnoge žene nailaze na veće i često drugačije prepreke nego njihove muške kolege prilikom ulaska u preduzetništvo. Rodne razlike koje utiču na proces otpočinjanja preduzetničkih aktivnosti i mogućnosti privrednog rasta preduzeća kojima upravljaju žene su složene, ali ključni faktori obuhvataju: nivo i kvalitet potrebnih saveta, obuke i podrške, naročito kada su žene bile nezaposlene ili nedovoljno iskusne u poslovanju; dužinu trajanja početnog perioda (u mnogim slučajevima početni period prevazilazi 12–18 meseci); segmentaciju i tržišta rada i preduzetničkog sektora; porodične obaveze više utiču na žene nego na muškarce; obezbeđivanje odgovarajućeg finansiranja; teškoće tokom prelaska iz statusa nezaposlene osobe u status preduzetnika i nizak nivo samopouzdanja i samopoštovanja.

U Sjedinjenim Državama je situacija po pitanju statističkih podataka dobra, jer je učinjen napor da se do odgovarajućih podataka dođe. Ključne činjenice o firmama u vlasništvu žena u Sjedinjenim Državama prema istraživanjima Centra za istraživanje preduzetništva žena (Center for Women's Business Research, 2007) su sledeće:

- Preduzeća u vlasništvu žena ima 6 200 000, što čini 28% privatnih firmi.
- Od 1997 – 2002. godine broj preduzeća u vlasništvu žena je rastao dvostruko brže nego broj svih drugih preduzeća.
- Rast preduzeća u vlasništvu žena pripadnica etničkih manjina je dvostruko veći od stope rasta ostalih preduzeća u vlasništvu žena i četverostruko veći od stope rasta svih preduzeća u SAD.
- Iako usluge i maloprodaja čini najveći deo ovog segmenta preduzetništva, građevinarstvo, usluge u poljoprivredi i transport su u vidnom porastu.

- Pristup kapitalu je znatno poboljšana, ali je istraživanje iz 1999. godine pokazalo da je i dalje manje od 9% kapitala uloženog u poslovanje u vlasništvu žena.

- Žene koriste internet u poslovanju jednako kao i muškarci.

Žene registruju oko 30% novih preduzeća u Švedskoj i Nemačkoj, nešto manje u Francuskoj i Italiji. Španija ima jednu od najviših stopa rasta preduzetništva žena, gde samozapošljavanje pruža ženama fleksibilnost i mogućnosti koje im inače nisu dostupne u tradicionalnoj privredi kojom dominiraju muškarci. Ipak, podaci o preduzećima u vlasništvu žena nisu potpuni i precizni u nizu zemalja, među kojima su Velika Britanija i Grčka.

U Nemačkoj su žene osnovale trećinu novih preduzeća od 1990. godine i otvorile preko milion radnih mesta, a danas u Nemačkoj ima preko miliona preduzeća u vlasništvu žena. Preduzeća koja poseduju i kojima upravljaju žene imaju obrt od 232 milijarde eura, što čini 18% ukupnog obrta preduzeća u državi, odnosno 6% ukupnog obrta i zapošljavaju 2 miliona ljudi, po statistikama za 2003. godinu. U Francuskoj su žene na čelu četvrtine ukupnog broja preduzeća. U Švedskoj su žene registrovale 28% istinski novih preduzeća i imaju u stalnom radnom odnosu u proseku 0,6 zaposlenih, dok muškarci zapošljavaju 1,7 osoba u punom radnom vremenu. U Velikoj Britaniji ima približno 1.013.000 samozaposlenih žena (7,6% svih zaposlenih žena) i 2.706.000 samozaposlenih muškaraca (17,4% svih zaposlenih muškaraca). Rezultati istraživanja pokazuju da firme u potpunom ili većinskom vlasništvu žena čine 12,3% – 16,5% preduzetništva Velike Britanije. Pošto je udeo žena u firmama čiji su suvlasnici žena i muškarac, suvlasničke firme uvećavaju udeo preduzeća u vlasništvu žena na 34,1% – 41,2%. (Fallis, 2013)

U Irskoj ima 15 – 18% poslovno aktivnih žena preduzetnika.

U Sjedinjenim Državama žene poseduju 38% odnosno 8 miliona firmi, zapošljavaju 27,5 miliona ljudi, odnosno svakog petog zaposlenog i ostvaruju 36 milijardi dolara godišnje. (Legault i Chasserio, 2003)

U Kanadi ima preko 821.000 žena preduzetnika koje zarade 18.109 milijardi kanadskih dolara godišnje. Između 1981. i 2001. godine broj žena preduzetnika se povećao za 208%, u poređenju sa 38% za koliko se povećao broj muškaraca preduzetnika. S druge strane, prosečni godišnji promet preduzeća u vlasništvu žena je znatno niži. Tokom 2000. godine mala i srednja preduzeća u vlasništvu žena su ostvarivala prosečan godišnji promet od 311.289 kanadskih dolara, u poređenju sa

654.294 kanadskih dolara u firmama u vlasništvu muškaraca. (Legault i Chasserio, 2003)

3.1.2 Položaj žena preduzetnica u zemljama Istočne Evrope (bivšim socijalističkim zemljama)

Među zemljama Istočne Evrope, Rusija se ističe kao zemlja drugačijeg istorijskog razvoja od ostalih. Dok su ostale zemlje Istočne Evrope – Bugarska, Rumunija, Mađarska, Češka, Slovačka, Poljska između dva Svetska rata period kapitalističkog društvenog uređenja sa razvijenim preduzetništvom, Rusija je od 1920. godine bila ustrojena kao socijalistička država. Bitna je razlika je i u tome, što je pre toga Rusija veoma dugo bila feudalna država, čak do 1864. godine, kada je državnim dekretom i nizom zakonodavnih intervencija sa državnog vrha, ukinut niz zakona na osnovu kojih su zemljoposednici uživali posebna prava. Može se zato reći da je u Rusiji preduzetnički duh razvijan veoma kratko, kod veoma malog broja ljudi i da je preduzetnička poslovna kultura počela da se razvija posle promena iz 1980-ih. Posle raspada Sovjetskog Saveza 1991. godine Rusija je počela tranziciju ka tržišnoj ekonomiji. Tokom ranih 1990-ih je broj malih preduzeća brzo rastao, a preduzetništvo pokrivalo najveći deo potreba u trgovini na malo i uslugama. Uprkos velikom tržištu, ruski preduzetnici su nailazili na niz teškoća. Pre svega, zakonodavstvo nije moglo preko noći da razradi sistem zakona i propisa koji utvrđuje povoljno pravno okruženje poslovanja, tako da zakoni vezani za ugovorna prava i privredni kriminal nisu dovoljno precizni, a njihovo sprovođenje blagovremeno. Mamutska administracija prilikom osnivanja preduzeća je zbog korupcije u birokratiji često onemogućavala pojedince da uopšte otpočnu poslovanje. Poreski sistem je utvrđen tako, da se odvojeno finansiraju državni budžet i lokalna samouprava, pa su porezi drastično različiti od jedne do druge oblasti. Uprkos tome, po statistikama iz 2002 – 2003. godine srednja preduzeća, sa do 250 zaposlenih su činila 94% svih preduzeća i zapošljavale 49% ljudi. Privredni rast privatnih preduzeća u prethodnom periodu, od 1998 – 2001. godine je bio 25%, a mala preduzeća su zapošljavala oko 25% svih zaposlenih u Rusiji, 17 miliona ljudi. Direktno strane investicije su u tom periodu bile veoma velike, tako da su mala preduzeća beležila privredni rast od čak 49%. U periodu između 2003. i 2008. godine preduzetništvo se restrukturiralo – mnoga preduzeća su zatvorena, ali njihov ukupni broj i dalje raste stopom od 6% godišnje.

Što se tiče položaja žena, u periodu real-socijalizma je u delo sproveden princip jednakih novčanih naknada da isti posao, ali je od početka tranzicije taj princip izneveren, pošto zakoni nisu mogli biti preko noći izmenjeni tako, da jednako štite prava svih društvenih grupa. „Visoka stopa nezaposlenosti koja je nastala urušavanjem starog privrednog sistema i divlje tržište rada su doveli do toga, da su nadnice žena bile za 30 – 60% niže nego nadnice muškaraca na istim poslovima. Uporedo sa time, stopa nezaposlenosti žena je bila znatno veća, nego kod muškaraca. Zbog toga se veliki broj žena u Rusiji okrenuo preduzetništvu, tako da je početkom 2000-ih broj različitih privatnih inicijativa žena bio preko 3 miliona, što čini trećinu samozaposlenih u Rusiji. „Većinu preduzeća u vlasništvu žena čine mikropreduzeća, 64% firmi koje zapošljavaju 10 i više ljudi poseduju žene.“ U međuvremenu (poslednjih 15 godina) se situacija u Rusiji znatno izmenila i znatno je porastao životni standard u Rusiji koji je veći od prilično zemalja EU. Tako da i kriminalni krugovi više nemaju takav uticaj.

Za razliku od Rusije, ostale bivše socijalističke zemlje su u prperiodu između dva Svetska rata imale razvijene kapitalističke društvene odnose i duh preduzetništva, a naročito Mađarska, Češka i Slovačka, koje su pre Prvog svetskog rata bile delovi Austrougarske, i to njeni privredno razvijeniji delovi. Poljska, Rumunija i Bugarska su osnovane kao nezavisne države posle Prvog svetskog rata, pa su njihove privrede bile na znatno nižem nivou industrijalizacije, ali je preduzetništvo bilo sagledavano kao važan činilac napretka i kao takvo podržavano.

Tokom druge polovine 20. veka sve ove zemlje su imale plansku privredu, zasnovanu na državnoj svojini, kojom su upravljali menadžeri-partijski funkcioneri. Uslov za dolazak na menadžersku poziciju je, osim fakultetskog obrazovanja, bio i ulazak u komunističku partiju, tako da su se poslovne odluke donosile praktično na partijskim sastancima, a lična inicijativa menadžera je bila ograničena na realizaciju direktive, bez donošenja političkih odluka, bilo u oblasti poslovne politike preduzeća, politike zapošljavanja, nagrađivanja ili organizacije rada. Menadžerima je, praktično, uvek naređivano šta da rade, kada to da urade, a zvanična ideologija je u velikoj meri određivala i kako to što treba da se uradi ima da bude obavljeno. Rad i „radni narod“, zaposleni na najnižem nivou odlučivanja, uzdizani su na pijedestal, tako da je radnik teško mogao biti otpušten zbog nepoštovanja radne discipline, ali je nepoštovanje partijske discipline ostavljalo bez radnog mesta i najkvalitetnije osobe. U takvoj društvenoj strukturi, u kojoj je „zvanična verzija“ bila da su sve društvene grupe po pravima izjednačene, a svakodnevna realnost da se sve bitne odluke donose u zatvorenim, partijskim krugovima, položaj žena je takođe bio ambivalentan. S jedne

strane, princip jednakih nagrada za isti rad je strogo poštovan, ali se u partijskom vrhu moglo videti zanemarljivo malo žena. Zapravo, što je nivo odlučivanja bio viši, žena je bilo manje. Zanimljivo je pitanje zašto je to bilo tako, a odgovori verovatno leže u istorijskom nasleđu koje sadrži. Patrijarhalne feudalne seoske tradicije u kojoj muški članovi garantuju biološki opstanak porodice i nepostojanje značajne tradicije preduzetništva u obliku zanatskih i trgovačkih porodica koje su prosperirale zahvaljujući sposobnosti domaćica-majstorica da organizuju porodični život oko poslovnog i da upravljaju poslovanjem u odsustvu svojih muževa. Kako je po završetku Drugog svetskog rata Sovjetski Savez zauzeo vodeći položaj u Istočnom bloku, mentalitet sovjetske komunističke partije je oblikovao standarde komunističkih partija drugih država, tako da je slična slika izgrađena u komunističkim rukovodstvima Poljske, Čehoslovačke, Mađarske, Rumunije, Bugarske i Istočne Nemačke. Privreda Istočnog bloka je bila ustrojena između velikih industrijskih i trgovačkih preduzeća u vlasništvu države i zemljoradničkih zadruga formiranih od sitnog poseda ustanovljenog posle revolucije ili poljoprivrednih kombinata osnovanih na nacionalizovanom zemljištu koje nije dodeljeno seljacima bezemljašima. U takvim preduzećima je radilo više stotina ljudi, a na njihovom čelu po pravilu se nalazio muškarac, srednji ili visoki partijski funkcioner, koji je upravljao pomoću srednjeg i nižeg menadžmenta, inženjera, ekonomista, tehničara i stručnjaka drugih profila. Podela poslova na „ženske“ i „muške“ u kojoj je upravljanje strogo „muški“ posao, održala se u zemljama Istočnog bloka uprkos deklarativnom odbacivanju verske ideologije i kapitalističke tradicije koja je u početnim fazama industrijalizacije profitirala na nižim dnevnicama žena i dece. Takva situacija predstavlja problem zato što je tokom privatizacije u svim bivšim socijalističkim zemljama veliki broj menadžera iz vremena socijalizma bio u prilici da zanemarljivim ulaganjem otkupi, „privatizuje“, odnosno prisvoji preduzeće kojim je upravljao kao direktor. U Sovjetskom Savezu, na primer, nije bilo licitacije, niti zakonski uređene prodaje državnih postrojenja. Sama ta činjenica daje novo značenje reči preduzetnik, odnosno ukazuje na to, da je mentalitet preduzetnika u bivšim socijalističkim zemljama drugačiji od onoga na Zapadu, da su znanja i veštine upravljanja drastično različite, kao i strategije u rešavanju poslovnih problema. Naravno, kada je u pitanju preduzetništvo žena, jasno je da su u bivšim socijalističkim zemljama žene preduzetnici u neravnopravnom položaju utoliko, što je velika većina njih u preduzetništvo ušla iz nužde, ostavši bez zaposlenja i sredstava za život, opterećena

pozajmicom uzetom da bi se poslovanje otpočelo, a da su muškarci većinom oni, koji poseduju srednja i velika preduzeća, do kojih su došli masovnom privatizacijom državnih preduzeća čija imovina često nije bila realno procenjena, već potcenjena negativnim bilansom poslovanja u periodu raspada planske privrede kao poslovno-finansijskog modela.

Tokom prve decenije 21. veka bivše socijalističke države su učinile napor da zakonodavnim intervencijama i državnim politikom utiču na to, da se odnosi na tržištu bolje uredi. U prvom redu, organizovani kriminal je svuda prepoznat kao velika prepreka, kako u poslovanju zdravog preduzetničkog sloja, tako i prilivu stranih investicija. Poreska politika i intervencije protiv stvaranja monopola obezbeđuju ravnotežu između velikih i malih preduzeća, a jednake mogućnosti pristupa informacijama i obuci za poslovanje daju šansu preduzetnicima oba pola da se izbore za mesto na tržištu koje zaslužuju svojom poslovnom domišljatošću i menadžerskim sposobnostima.

U Češkoj Republici su se preduzeća u vlasništvu žena izborila za 2 584 granta koje dodeljuje Ministarstvo Industrije i Trgovine, što čini 17,1% grantova tog ministarstva, odnosno finansijsku pomoć od 9 miliona eura, tj. 5,7% raspoložive finansijske pomoći. Među preduzećima registrovanim kao društva sa ograničenom odgovornošću 11% onih, koja su dobila grantove su u vlasništvu žena. U Mađarskoj su žene registrovale preko 40% ukupnog broja preduzeća od 1990. godine, a u Poljskoj su žene vlasnici 38% svih preduzeća. U Rumuniji je takođe udeo preduzeća u vlasništvu žena visok, u periodu od 2000 – 2006. godine on je iznosio oko 35,4%, dok u novoosnovanim državama u tranziciji taj udeo iznosi negde oko četvrtine svih preduzeća. Litvanija spada među novoosnovane tranzicione države koja je ostvarila značajan napredak u izgradnji institucija i kreiranju politike koji podržavaju preduzetništvo. Treba istaći i to, da bivše socijalističke države imaju razvijene akademske studije u oblasti društvenih nauka, tako da se akademska zajednica bavi praćenjem i proučavanjem preduzetništva kao oblašću u kojoj se odvijaju značajne i specifične promene.

Specifičnost pozicije žena u privredi bivših socijalističkih zemalja se ogleda u tome, što je deklarativna ravnopravnost u radnim odnosima i realna ravnopravnost u obrazovanju, kao i kult rada u duhu kojeg su vaspitavane generacije danas radno sposobnih ljudi, uticala da se žene lakše opredeljuju za preduzetništvo nego drugim

regionima u svetu. Ravnopravnost u nasleđivanju muškaraca i žena je takođe tome doprinela, ali se problemi žena ogledaju u nedostatku pristupa specifičnim privilegijama, kao što je bila privatizacija preduzeća zapalih u stečaj u prvom periodu tranzicije. Problemi koji jednako pogađaju muškarce i žene preduzetnike, kao što su poslovno okruženje koje se stalno menja usvajanjem novih propisa koji regulišu odnose na tržištu, rast protoka informacija i procesi integracije u globalno tržište čine poslovanje visoko riskantnim. Iz tih razloga određeni broj preduzetnika odustaje od poslovanja, menja delatnost ili ne napreduje u svom poslovanju pretpostavljenim tempom, jer iz poslovanja ne dobija očekivani priliv. U nekim slučajevima je prepreka nedostatak finansijske podrške početnicima u preduzetništvu, a u većini nedostatak menadžerskih znanja i veština, u prvom redu menadžment rizika i ljudskih resursa. Specifičan problem žena preduzetnika u bivšim socijalističkim zemljama je taj, što nije razvijen model žene rukovodioca, odnosno žene koja upravlja desetinama ili stotinama zaposlenih, a pritom je prihvaćena i u svojoj ulozi supruge i majke. Usklađivanje ta dva modela i u ovom regionu predstavlja problem ženama preduzetnicima, pre svega zato što kulturni model prikazuje suprugu i majku koja toplinu porodičnog doma stvara pre svega svojim prisustvom u njemu, vremenom posvećenim porodici i sitnim zadovoljstvima koje tako upriliči svojim ukućanima. U uslovima fiksnog radnog vremena, uz brojne mogućnosti dopuštenog odsustvovanja sa posla koji su vladali u vreme real-socijalizma i planske privrede, ravnoteža između uloga zaposlene žene i supruge i majke je bila uspostavljena. No, kada se od savremene poslovne žene očekuje da više vremena posveti svom preduzeću i da obaveze vezane za poslovanje zadiru u vreme koje je vezano za porodicu (popodneva i večeri, vikendi, praznici), okruženje to teško prihvata, a žene su obeshrabrene da istraju do većeg uspeha. Pri tome, na tržištu su već pozicionirana srednja i velika preduzeća nastala u prvom talasu privatizacije, tako da je teško izboriti se sa ovom vrstom nelojalne konkurencije.

3.2. Pojava ženskog preduzetništva na prostorima bivše Jugoslavije

O ženskom preduzetništvu na području bivše Jugoslavije počelo se značajnije govoriti nekoliko godina posle raspada države i okončanja ratnih sukoba. Potpisivanjem raznih dokumenata i ugovora sa međunarodnim i evropskim institucijama. preuzimanjem obaveza iz Sporazuma o stabilizaciji i saradnji i približavanju Evropskoj Uniji

intenzivirane su aktivnosti na usklađivanju zakonodavstva i institucionalnom restrukturiranju javne uprave. Sprovedenjem raznih projekata od strane međunarodnih organizacija, koje u fokusu delovanja imaju poštivanje ljudskih prava i sloboda i rodnu ravnopravnost, pojavili su se i projekti ekonomskog osnaživanja žena. Ovim projektima se, između ostalog, uticalo na pokretanje biznisa žena dodelom grantova, osnivanje nevladinih organizacija koje okupljaju žene, regionalno povezivanje preduzetnica, saradnje pojedinih regija radi korišćenja sredstava predpristupnih fondova Evropske unije i slično. Međutim, nije bilo koordinirane akcije niti sagledavanja stanja u društvu, tako da su izostali veći efekti, posebno ako se računaju uložena sredstva. Tek uspostavom na svim nivoima vlasti institucionalnih mehanizama za ostvarivanje rodne ravnopravnosti i za razvoj preduzetništva uopšte, koji su proizašli iz međunarodno preuzetih obaveza i donošenjem odgovarajućih zakona, stvaraju se pretpostavke da se u budućnosti prouče značajniji rezultati i u domenu ženskog preduzetništva.

Pokazatelj preduzetničke aktivnosti žena u Srbiji i zemljama u okruženju već se godinama drži ispod proseka evropskih zemalja. Gotovo ni jedan statistički podatak ne govori u prilog ženskoj preduzetničkoj inicijativi kao uostalom niti položaju žena na tržištu rada. Iskrivljena percepcija o vrednosti, kredibilitetu, sposobnosti, odgovornosti i znanju kojeg žena ima ili može imati, a kojoj je *minorizacija* zajednički naziv, predstavlja *nevidljivu prepreku* te je najveći kamen spoticanja razvoja ženskog preduzetništva. Osim spomenute percepcijske barijere, ženama je dodatno otežan pristup i potrebnim resursima - početnom kapitalu, preduzetničkim veštinama i znanju te slobodnom vremenu kojeg žena, opterećena obavezama u domaćinstvu, gotovo da i nema. Sve ove *kontekstualne, ekonomske i "meke" prepreke* jednako uočene u većini zemalja, mogu se prevazići razvijanjem jasne i dugoročne vizije razvoja preduzetništva koja će umanjiti (ako već ne može prevazići) jaz uključenosti u preduzetništvo između muškaraca i žena. U ostvarivanju ciljeva takve dugoročne vizije moraju biti uključeni civilni i privatni sektor kao i programska infrastruktura državnog sektora. Evropska i svetska najbolja praksa je jasno pokazala - žensko preduzetništvo je važno za ekonomski razvoj što čini da svi relevantni stakeholderi uključujući kreatore politike i nosioce državnih institucija treba da aktivno deluju u pravcu razvoja ženskog preduzetništva.

Medijskom promocijom preduzetništva, doduše još uvek nedovoljnom, polagano se menja preduzetnička klima i kultura. Problem predstavlja ignorantski odnos vlasti i nedovoljna senzibilitanost donosioca odluka, neshvatanje suštine problema neravnopravnosti polova. Žensko preduzetništvo kod donosioca odluka nije istinski shvaćeno kao razvojna šansa i mogućnost korišćenja polovine ljudskih resursa. Većina političara oba pola žensko preduzetništvo posmatra kroz prizmu „zanimacije“ ženskih nevladinih organizacija i feministkinja. Ni uspostavljeni institucionalni mehanizmi (npr. Gender centri ili Centri za ravnopravnost polova), kao ni postojeći Zavodi za statistiku, Privredne komore i drugi, ne provode u dovoljnoj meri istraživanja stanja i potreba i žena i muškaraca radi eliminacije svih oblika diskriminacije, a s ciljem kreiranja mera radi postizanja ravnopravnosti i prosperiteta društva u celini.

Osnovni problemi u zapošljavanju žena su neadekvatna kvalifikaciona struktura, diskriminacija po starosti, pritisci radi odlaganja zaključenja braka i roditeljstva, seksualne ucene i dr. Posebno je naglašen problem zapošljavanja žena preko 45 godina, domaćica, poljoprivrednica, mladih žena i žena iz višestruko diskriminiranih grupa (žene invalidi i samohrane majke).

Problemi zaposlenih žena ogledaju se u diskriminaciji u obavljanju rukovodećih i najviše plaćenih poslova, postojanje tzv. „staklenog plafona“, segregaciji zanimanja na „muška“, više plaćena i prestižnija, i „ženska“, manje plaćena i manje prestižna, masovnom ženskom radu „na crno“, visokoj koncentraciji ženske radne snage na niže plaćenim poslovima, seksualnom uznemiravanju i dr.

Sindikalno organizovanje zaostaje za promenama na tržištu, a žene nisu dovoljno uključene u procese kolektivnog pregovaranja. Nezaposlenost, niska plaćenost i nesigurnost posla utiču na njihove nepovoljne pregovaračke pozicije, kao i na odlaganje zasnivanja porodice i rađanja, što se nepovoljno odražava na populacioni razvoj. Ilustracije radi, navodimo neke podatke za Srbiju, Hrvatsku i Republiku Srpsku. (Zlatkov, 2015)

- U periodu 2004-2005. stopa nezaposlenosti žena u Srbiji porasla je sa 24.1% na 27.4%, a stopa zaposlenosti je opala sa 44.0% na 40.8%. U istom periodu stopa aktivnosti žena radnog uzrasta (15-64) je opala sa 57.2% na 56.2%, a porasla je stopa neaktivnosti sa 42.1% na 43.8%.

- Stopa dugoročne nezaposlenosti žena opala je sa 18.0% na 17.4%;
- Od ukupno zaposlenih žena, 12.2% su samozaposlene, 73.9% su zaposlene; 13.9% su pomažući članovi domaćinstva.
- Među direktorima u privredi samo 11,9% su žene; među licima na upravljačkim mestima u društvu i privredi bilo je samo 5.1% žena.
- Žene obavljaju neplaćeni domaći rad u mnogo većem obimu od muškaraca (4-5 sati dnevno). Samo 5% žena naspram 66% muškaraca starosti 20-50 godina retko ili nikad ne obavlja poslove vezane za održavanje stana.
- Među vlasnicima nepokretnosti žena je znatno manje od muškaraca (u starosti 20-50 godina 17.2% žena odnosno 48.5% muškaraca su vlasnici stambenih objekata).
- U odnosu na 1991, 2002. broj zaključenih brakova opao je za 7%, dok je broj razvedenih povećan za 24%. Prilikom razvoda, ženama se u 80% slučajeva poverava samostalno vršenje roditeljskog prava, što znatno povećava njihov rizik od siromaštva, čemu doprinosi izbegavanje roditelja (očeva) da plaćaju alimentaciju i neefikasnost sudske zaštite prava deteta na izdržavanje. (Anketa o radnoj snazi, Nacionalna služba za zapošljavanje Srbije, 2010.)
- U Republici Hrvatskoj žene čine 52% ukupne hrvatske populacije, njihov je udeo u zaposlenosti 45%, i to 52% u državnom te 39% u privatnom sektoru. Žene u preduzetništvu zastupljene su sa 30%, na rukovodećim mestima 27%, a tek ih je 19% u nadzornim odborima preduzeća. Među nezaposlenima njihov je udeo čak 59%, među zaposlenima na crno 65%, a na određeno vreme čak 86%.
- U Republici Srpskoj žene čine 53,1% radno sposobnog stanovništva dok je stopa zaposlenosti žena 27.2%, a stopa zaposlenosti muškaraca 48% (prosek 37,2%). Prema statističkim podacima za 2008, stopa nezaposlenosti je bila 20,5%, od toga 18,2% nezaposlenih muškaraca a 24,1% nezaposlenih žena. Žene u preduzetništvu zastupljene su sa 36.7%, s tim da je 52.4% žena zaposleno kod preduzetnika ili samozaposleno, a 41.9% žena zaposleno je u pravnim licima. (Republički zavod za statistiku RS 2008.)

U zemljama u tranziciji, pa tako i na prostoru bivše Jugoslavije, izražen je pad kvaliteta i kvantiteta obrazovanja, koji stvara uslove za lošiju pozicioniranost na tržištu rada svih kategorija, a time i podlogu za ekonomsku diskriminaciju:

- smanjivanje izdvajanja za obrazovanje (3% ND naspram 6% u zemljama EU), (Anuja, 2016)
- zastarelost planova i programa,
- potplaćenost nastavnog osoblja, u kome preovlađuju žene,
- pad učeničkog i studentskog standarda i pogoršanje uslova školovanja (prostor, oprema i dr.),
- smanjuje se dostupnost obrazovanju usled snažnog porasta društvenih nejednakosti.

Na nižim nivoima obrazovanja rodna nejednakost je gotovo eliminisana u većinskom stanovništvu, ali se zadržala u nekim manjinskim grupama.

Na višim nivoima obrazovanja većina zemalja ex-Jugoslavije slede evropski trend sve većeg uključivanja ženske omladine u obrazovanje. Među studentima učešće žena čak nadmašuje učešće muškaraca. Međutim, ova pojava ne može se smatrati isključivo pozitivnom, već se mora povezati sa snižavanjem kvaliteta obrazovanja, visokom nezaposlenošću i potcenjenim statusom obrazovanja i znanja na tržištu rada.

Rodna nejednakost u obrazovanju ogleda se u horizontalnoj i vertikalnoj segregaciji obrazovnih profila. I nadalje se zadržava visoka koncentracija učenica, odnosno studentkinja u oblastima koje se u patrijarhalnom okruženju smatraju primerenim ženama i odgovaraju njihovim tradicionalnim ulogama (medicina, obrazovanje, socijalno staranje i sl.). Tradicionalizam u odnosu na rodne uloge uslovljava višu tehnološku nepismenost žena, što ih dodatno marginalizuje na tržištu rada. Vertikalna segregacija među studentima još uvek postoji na nivou postdiplomskih i doktorskih studija. Ona je posebno izražena među nastavnim osobljem na Univerzitetu. Ubrzana feminizacija nižih univerzitetskih zvanja posledica je lošeg položaja univerziteta, a ne povoljnog položaja žena. (Nacionalni plan aktivnosti za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti 2007-2010, Vlada Srbije)

Zanimljivo je da je u vreme vladavine austrougarske države na prostorima ex-Jugoslavije, a ponajviše u tadašnjoj Vojvodini, najveći broj zaposlenih žena bio je u seoskim sredinama. Austrougarska država je očigledno bila mudra: bez ulaganja u

obrazovanje i obučavanje seoskih žena u jednom svom regionu započela je razvoj profitabilne industrije. Na taj način, potpuno suprotno današnjoj situaciji, najveći broj zaposlenih žena u tadašnjoj Vojvodini bio je iz seoskih sredina: 1884. godine domaćom radinošću se u Vojvodini bavilo 86.966 stanovnika. Da bi se došlo do tako imponantnog broja osnivanje su tkačke škole i širile se manufakture u više gradova u Vojvodini. Polet industrije bio je zasnovan na znanju i veštinama žena, koje su one naučile od svojih majki i u tom smislu ovaj fenomen zaslužuje pažnju i naše savremene javnosti.

I u drugim sredinama na prostoru ex-Jugoslavije do kraja devedesetih godina XX veka postojala je, od strane države organizovana, tkz. “domaća radinost”, gde su žene izradom rukotvorina doprinosile porodičnom budžetu.

3.3. Žensko preduzetništvo u Srbiji

Na osnovu rezultata Studije o preduzetništvu žena u Srbiji (Babović, 2012), 22 odsto preduzetnica zapošljava do 10 ljudi, dok se samo 4 odsto njih može pohvaliti da su vlasnice ili da upravljaju većim preduzećem. Ovakvi rezultati su još alarmantniji ako se uzme u obzir da više od polovine doktora nauka čine upravo žene. Prema ovoj Studiji, čak 80 odsto žena smatra da nije u ravnopravnom položaju u odnosu na svoje muške kolege. Posebno zabrinjava podatak, na koji je nedavno ukazala Asja Varbanova, direktorka Kancelarije UN Women in Serbia, da više od 50 odsto radno sposobnih žena ne ulazi na tržište i ekonomski je neaktivno. (Blagojević, 2012) Prema njenim rečima, žene su više prisutne na neformalnom tržištu, što nikako ne odgovara njihovom obrazovanju, s obzirom na to da 60 odsto žena ima fakultetsku diplomu. Sudeći prema ovakvim pokazateljima, žensko preduzetništvo predstavlja veliki potencijal, ali i obavezu, da se u skladu sa poboljšanjem poslovne klime, pruži šansa ovom segmentu privrede i omogući brži razvoj ženskom preduzetništvu. Iz Ministarstva finansija i privrede stižu uverenja da će ovaj segment privrede dobiti impuls kroz povoljnije kredite Fonda za razvoj, ali i nefinansijske mere, poput obuka ili u pružanju pomoći prilikom izrade biznis planova. Sudeći prema podacima koji se mogu videti u „Indeksu rodne ravnopravnosti u Srbiji“ za 2016. godinu i u publikaciji „Žene i muškarci u Republici Srbiji“ koju je Republički zavod za statistiku izdao 2014. godine, u domenu rada razlika u položaju između muškaraca i žena u Srbiji je

daleko lošija nego većini drugih evropskih zemalja. Rodni jaz je najveći u oblasti podele i kvaliteta rada, čak duplo veći od onog u Evropskoj uniji.

- Zaposlenih žena u Srbiji ima za 16 posto manje u odnosu na zaposlene muškarce (42% odnosno 58%).
- Samozaposlenih među muškarcima ima dvostruko više nego među ženama (u starosnoj dobi od 15 do 64 godine 29% muškaraca i 14% žena).
- Žene se znatno ređe javljaju na poziciji nosioca gazdinstva nego muškarci. Na nivou cele Srbije, one su zastupljene među nosiocima gazdinstva sa 17,3 % iako obavljaju u daleko većem procentu poljoprivredne aktivnosti na gazdinstvu.
- Žene su ređe zaposlene sa punim radnim vremenom u odnosu na muškarce a rade u proseku 5 godina kraće od muškaraca.

Indeks rodne ravnopravnosti u Srbiji, objavljen 2016. godine, saopštava da je mnogo veći udeo žena zaposlenih u sektorima obrazovanja, zdravstva i socijalnog rada, takozvanim „sektorima brige“ i dodaje da žene ređe rade na poslovima sa promenljivim početkom i krajem radnog vremena, što se smatra pokazateljem fleksibilnog radnog vremena. Zaključak je da to može da smanji njihovu sposobnost usklađivanja rada i porodičnog života, posebno u kontekstu neuravnotežene podele rada u domaćinstvu i brige o porodici koja se više oslanja na žene. Pored podataka koji su ušli u zvaničnu statistiku mnogo više zabrinjava nevidljivost podataka o široko rasprostranjenoj diskriminaciji žena prilikom zapošljavanja i rada. Diskriminaciji su najčešće izložene: Romkinje, žene sa invaliditetom, lezbejke, žene drugih nacionalnosti, žene u reproduktivnom dobu, žene sa maloletnom decom, starije žene, mlade žene. (Zlatkov, 2015) Prilikom zapošljavanja i u radnom odnosu žene prežive brojna seksualna uznemiravanja, ucene i zlostavljanja; prve su na listama za otuštanje a poslednje na listi kandidata i kandidatkinja za unapređenje, i dalje su manje plaćene za isti rad u odnosu na muškarce. Žene su češće odbijane na konkursima za posao sa obrazloženjem da je to „muški posao“ ili zbog svojih godina, a nisu retki slučajevi da je žena dobila otkaz nakon korišćenja porodiljskog odsustva. Diskriminacija žena prisutna je i u biznis sektoru, žene zauzimaju tek četvrtinu (25,8%) najviših pozicija odlučivanja u kompanijama, a čine nešto manje od trećine preduzetnika/ca (31,7%). Većina žena prisutnih u preduzetništvu danas su preduzetnice iz nužde (66%), većinom bez porodične tradicije u ovoj oblasti i posluju uglavnom na lokalnom

tržištu, u okviru uslužnih delatnosti. Istraživanje Republičkog zavoda za statistiku (2016) pokazuje da žene u proseku rade više od 4 sata dnevno na neplaćenim kućnim poslovima, dok u danima vikenda žene provedu više vremena u neplaćenim poslovima nego muškarci u ukupnom poslu.

3.3.1 .Položaj žena preduzetnica u Srbiji

Preduzetnice su identifikovane kao osobe koje istovremeno poseduju vlasništvo (bilo kog udela) nad preduzećima (ovde se pod pojmom preduzeća podrazumevaju sve forme obavljanja registrovane privredne delatnosti - preduzetnik, društvo sa ograničenom odgovornošću, ortačko društvo, komanditno društvo i akcionarsko društvo, (u skladu sa Zakonom o privrednim društvima 2011.) i njima upravljaju kao glavne izvršne direktorke ili članice organa upravljanja. U svom godišnjem izveštaju RZS za 2012. navodi se da je od ukupnog broj zaposlenih (1,73 miliona) 1,34 miliona bilo zaposleno u privrednim društvima, od čega su 626.000 žene. Kada su u pitanju preduzetnici, njih je bilo 385.93410 ali zajedno sa zaposlenima, od čega su 171.000 žene.

U 2012. godini je bio gotovo podjednak broj onih koji bi i koji ne bi započeli sopstveni biznis, pri čemu su muškarci pokazali veću spremnost od žena. Takođe se pokazalo da žene s visokim obrazovanjem pokazuju najveću zainteresovanost za otvaranje privatnog biznisa, pri čemu bi čak 47% najmlađih žena to učinilo ako bi imalo neke mogućnosti što potvrđuje da preduzetnička orijentacija kod mlađih generacija raste. (Zlatkov, 2015)

Na osnovu dostupnih informacija iz više izvora jasno je da ekonomski potencijal žena u Srbiji nije dovoljno iskorišćen, bilo kao vlasnica biznisa bilo kao radne snage. Komparativna istraživanja pokazuju da je 2007, među ženama starosti 18-64 godina, bilo svega 7,9% preduzetnica. Istraživanja iz 2009. navode da je bilo 14,9% samozaposlenih među ženama starosti 15-64 godina koje se vode kao zaposlene. Ovo jasno ilustruje porast broja žena preduzetnica, ali razlozi i motivi koji leže iza njihove odluke da pokrenu vlastiti biznis nisu dokumentovani u bilo kom zvaničnom dokumentu: prepoznata biznis prilika, ekonomska potreba, nasleđen porodični biznis ili nešto drugo.

Žene se takođe retko nalaze na glavnim upravljačkim pozicijama u preduzećima – u samo 22% pravnih lica žene su direktori ili glavni menadžeri, i samo 14% mesta u

upravnim odborima zauzimaju žene. Stoga ne iznenađuje činjenica da 1/3 postojećih preduzeća može da se kategoriše kao ženska preduzeća. Pri osnivanju svog vlastitog biznisa žene češće biraju preduzetničku radnju nego privredno društvo. Takođe, žene su više sklone da budu jedine vlasnice preduzeća nego muškarci. S druge strane, procenat zatvorenih preduzeća je veći kod žena nego kod muškaraca i to naročito tokom prvih pet godina od pokretanja – 47% onih preduzeća čije su vlasnice i kojima upravljaju žene naspram 38% onih koji su u vlasništvu i pod upravom muškaraca. Rodno zasnovane razlike su prisutne i kada se radi o sektornoj orijentaciji. Žene su više uključene u sektore trgovine i usluga, dok se muškarci više okreću sektorima transporta i građevine. Naime, 80,4% preduzetničkih radnji i privrednih društava koji su u vlasništvu žena je u sektoru usluga, dok je 70% sektora transporta i građevine u vlasništvu muškaraca. (Inić, 2010) U okviru samog sektora usluga, većina ženskih preduzeća je iz oblasti administracije, IT i finansija.

Regionalne razlike se mogu identifikovati sa nekoliko aspekata. I kod muškaraca i kod žena preduzetnika izvan Beograda je znatno manja verovatnoća da će za pravni oblik preduzeća izabrati privredno društvo nego preduzetničku radnju. Žene izvan Beograda još teže dolaze do menadžerskih pozicija u okviru preduzeća. Takođe, sektorna struktura je različita između Beograda i drugih regiona: žene preduzetnice izvan Beograda su nešto više sklone da započnu biznis u sektoru industrije, da dalje ukрупnjuju biznis u sektoru trgovine, dok su žene iz Beograda više sklone da pokrenu biznis u okviru sektora IT, konsultacija i finansija. Kada su u pitanju osobe sa invaliditetom, u oblasti zapošljavanja i radnih odnosa zabranjena je bilo kakva diskriminacija po osnovu invalidnosti i roda. Na žalost, nivo svesti je nizak i postoje predrasude prema osobama sa invaliditetom uopšte, kao neproduktivnoj populaciji koja ne može ili ne želi da radi, kao i dvostruke predrasude prema ženama sa invaliditetom.

Svi se slažu da je broj osoba sa invaliditetom u Srbiji veći od 17.000 koliko ih ima registrovanih kod NSZ, a jedan od osnovnih razloga je što veliki broj ljudi sa invaliditetom prima novčane naknade na koje bi pronalaskom posla izgubili pravo. Osim toga, svega jedan odsto osoba sa invaliditetom je fakultetski obrazovano. U propisima o zapošljavanju osoba sa invaliditetom ne postoje posebne odredbe o ženama sa invaliditetom. Isto tako, u Strategiji unapređenja položaja osoba sa invaliditetom u Republici Srbiji 2007-2015 postoje segmenti o podsticanju

samozapošljavanja i preduzetništva osoba sa invaliditetom, ali te mere i aktivnosti nemaju rodnu dimenziju, to jest ne apostrofiraju posebno žene preduzetnice. Što se tiče posebnih mera i promotivnih programa usmerenih na potrebe žena preduzetnica sa invaliditetom, praktično ne postoje – one imaju pristup opštim programima i subvencijama za zapošljavanje osoba sa invaliditetom, ali ih slabo koriste.

U kampanjama za promovisanje zapošljavanja osoba sa invaliditetom koje su sprovodile organizacije osoba sa invaliditetom nije se posvećivala posebna pažnja preduzetništvu, ali su promovisani doprinosi zaposlenih žena sa invaliditetom, npr. menadžerke za PR, uspešnih novinarki sa invaliditetom na više lokalnih TV stanica. Međutim, ne postoje bilo kakvi oblici udruživanja žena preduzetnica sa invaliditetom, a opšti je utisak da se udruženja OSI nisu posebno bavila ovom problematikom

3.3.2 Analiza i osvrt na probleme žena preduzetnica u Srbiji

Okvir u kojem se ispituju problemi sa kojima se sreću žene preduzetnici u Srbiji su procesi ekonomskih reformi u kontekstu prelaza na demokratski, društveno orjentisani društveni sistem. Ova tema je značajna zbog složene ekonomske situacije, odnosno dramatične prirode ekonomskih reformi koje su suštinske izmenile socio-ekonomski položaj i način života i rada ljudi, i muškaraca i žena. Uz to, Srbija je sa velikim zakašnjenjem ušla u tranziciju. Nakon iscrpljujućih godina krize, dugotrajne i duboko ekonomske regresije, ratova, međunarodne ekonomske izolacije i bombardovanja, došlo je do snažnog ubrzanja procesa privatizacije, restrukturiranja velikih kompanija i javnih službi, što je izazvalo porast već visokih stopa nezaposlenosti i naglo siromašenje stanovništva. Statistički podaci ukazuju da su žene na tržištu rada izložene nešto većim ograničenjima nego muškarci, što se ogleda u većim stopama nezaposlenosti kod pojedinih socio-profesionalnih grupacija, većem siromaštvu žena, naročito samohranih majki. U takvoj situaciji se preduzetništvo, odnosno otpočinjanje samostalnih poslovnih aktivnosti, smatra jednim od izrazito značajnih načina rešavanja problema zapošljavanja i zarađivanja sredstava za život putem samozapošljavanja kako muškaraca tako i žena, a i za otvaranje novih radnih mesta. (Mačkov, 2005)

Načelo rodne ravnopravnosti i nediskriminacije je jedno od temeljnih načela ljudskih prava. Ipak, rodna neravnopravnost je još uvek vrlo prisutna u mnogim vidovima

društvenog života. Na najvišem nivou državne uprave, u Narodnoj skupštini, udeo žena poslanika je bio bezmalo zanemarljiv tokom 90-tih godina 20. veka. Iako žena poslanika ima dvostruko više u posle izbora održanih 2007. godine, problem postizanja rodne ravnopravnosti tek treba da se rešava u svojim raznim pojavnim oblicima. Nakon izbora 2016 Srbija ima 84 žena poslanika od ukupno 250 parlamentaraca (34%) što je svrstava na peto mesto u Evropi. Međutim još ima mnogo prostora za poboljšanje zastupljenosti izabranih predstavnica, naročito u lokalnim sredinama. Porodično nasilje je pojava za koju postoji relativno visoka mera društvene tolerancije, jer je preovlađujuće mišljenje da su porodični odnosi privatna stvar u koju se ne treba mešati. S druge strane, teška ekonomska situacija koja je nastupila sa raspadom Jugoslavije je uticala na to, da se na socijalnom staranju štedi, tako da nisu razvijene institucije koje bi se bavile pomaganjem žrtava, u ogromnoj većini slučajeva žena sa decom. Zato mehanizmi reakcije državnih organa – policije i pravosuđa pre svega, na nasilje u porodici nisu dovoljno razvijeni niti kvalitativno, ni kvantitativno. Tokom poslednje decenije je nevladin sektor posvetio niz kampanja pokušajima da se promeni javno mnjenje u tom pravcu, kao i da se izgrade sigurne kuće, koje pružaju zaštitu žrtvama.

Osim vidljive neproporcionalne predstavljenosti na mestima na kojima se donose odluke i znatno veće stope nezaposlenosti žena, problem je i to, što Srbija još nema rodno senzitivnu službenu statistiku. Naime, u nizu parametara kojima se prate društveni trendovi nema utvrđenog udela žena, tako da nemamo ni polaznu tačku za reagovanje na potencijalno štetne pojave.

Početkom 2009. godine usvojena je Nacionalna strategija za unapređenje položaja žena i rodnu ravnopravnost koja predstavlja važan Vladin dokument na osnovu kojeg će se razvijati dalje aktivnosti u pravcu poboljšanja rodne ravnopravnosti. Tim sistemskim dokumentom se utvrđuje celovita i usklađena politika države u cilju eliminisanja diskriminacije žena, poboljšanje njihovog položaja i integrisanje principa rodne ravnopravnosti u sve oblasti delovanja institucija sistema, kao jedna od elemenata modernizacije i demokratizacije društva, u cilju bržeg, ravnomernijeg i efikasnijeg društvenog razvoja. Strategijom su obuhvaćeni oblasti koje se tiču učešća žena u kreiranju politika i u donošenju odluka u oblasti ekonomije, obrazovanja, zdravlja, nasilja nad ženama, kao i pitanja sredstava, javnog informisanja i javnog mnjenja, pošto je kroz široku i demokratsku diskusiju procenjeno da su ove oblasti

ključne za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti. Godine 2016 doneta je nova strategija: Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost za period od 2016 do 2020. Ciljevi strategije su: promenjeni rodni obrasci i unapređena kultura rodne ravnopravnosti, povećana ravnopravnost žena i muškaraca primenom politika jednakih mogućnosti, sistemsko uvođenje rodne perspektive u donošenje, sprovođenje i praćenje javnih politika.

U decembru 2009. godine donet je Zakon o ravnopravnosti polova koji određuje da su svi dužni da poštuju ravnopravno učešće žena i muškaraca u svim oblastima javnog i privatnog sektora, u skladu sa opšte prihvaćenim pravilima međunarodnog prava, potvrđenim međunarodnim ugovorima, Ustavom Republike Srbije i zakonima. (Nikolić, 2012)

Proces ženske emancipacije dobio je zamah u drugoj polovini XX veka, koji je obeležen velikim promenama u oblasti rada. Jedna od promena čiji su protagonisti žene bila je progresivna feminizacija tržišta rada. Za mnoge žene, poslednje decenije tek završenog veka bile su period značajnog otvaranja mogućnosti izbora. Ženama je 20. vek doneo poboljšanje kvaliteta života u smislu mogućnosti životnog izbora i društvenog priznanja koje ranije nisu imale, što je povezano sa mogućnošću uzdizanja njihovih specifičnosti i ostvarivanja žene u većoj meri na nivou prilika i želja nego na nivou potreba. (Hristić, 2012)

U društvenom okruženju u kojem postoji niz predrasuda vezan za mentalitet i sposobnosti žena, nije lako razviti i održati uspešno poslovanje. **Žene se prečesto suočavaju sa stereotipima okoline, odnosno teško ih prihvataju kao poslovne partnere.** U preduzetništvu postoje brojne prepreke, od kojih su neke objektivne i jednake za oba pola, a neke su rezultat upravo tih predrasuda i pogađaju samo žene. Dobra preduzetnička ideja i motivacija nisu sami po sebi garancija da će jedan preduzetnički poduhvat uspeti. Među mnogim barijerama ženskom preduzetništvu kulturne barijere su najmanje uočljive i stoga najteže za prevazilaženje. I muškarci i žene osećaju nedostatak društvenog razumevanja za privatnu ekonomsku aktivnost i poštovanje prema preduzetništvu, nedostatak tradicije u obuci društva za preduzetništvo, kao i predrasude vezane za lične osobine poslovnog čoveka. Tradicionalna podela zanimanja na muške i ženske, pak pogađa samo žene. Od žena se ne očekuje da budu uspešne u poslovanju, pogotovu ako se bave preduzetništvom u oblasti tehničkih struka – građevinarstva, mašinstva i naprednih tehnologija, kao ni u

oblasti uvoza, izvoza i veletrgovine. Problem finansiranja smatra se jednim od najozbiljnijih problema u ženskom preduzetništvu. Žene teže dolaze do početnog kapitala za osnivanje novog biznisa. Razlog može biti to što žene češće otvaraju nove poslove u sektoru usluga, odnosno otvaraju male firme za koje je potreban manji kapital, a interes banaka da finansiraju male poduhvate i jeste ograničen, jer je zarada na njima manja. Zato su krediti koje banke nude uglavnom preskupi za mali biznis. Žene su često prisiljene da se oslone na neki vid samofinansiranja, odnosno da koriste izvore finansiranja kao što su lična ušteđevina, pozajmice od porodice ili prijatelja ili najnepovoljniji, mali krediti banaka. I kod već pokrenutih preduzeća, koja posluju uspešno već neko vreme, ženama je teže da dođu do novih izvora finansiranja. Iako bi trebalo da preduzeća sa više godina uspešnog poslovanja za sobom lakše dolaze do bankarskih pozajmica, kriterijumi banaka nisu ustanovljeni na osnovama relativne uspešnosti, nego na prometu novca. To znači da preduzeća sa većim obrtom mogu da računaju na veće iznose kredita, a mala i srednja preduzeća, ma koliko bila efikasna, dobro organizovana i uspešna, u smislu brzog rasta, moraju da računaju sa manjim pozajmicama, zato što su iznosi njihovih priliva i zarade manji, nego iznosi priliva velikih preduzeća. Što se tiče neformalnih finansijskih mreža, i tu su muškarci u prednosti, jer ženama često nedostaje informacija o potencijalnim investitorima, kao i podrška i razumevanje za njihove poslovne zamisli. Naime, kada se dođe do nivoa na kojem od lične procene menadžera u većem preduzeću zavisi da li će se dati pozajmica ili uspostaviti partnerski odnos sa malim preduzećem, preduzeća na čijem čelu se nalaze žene su u nepovoljnom položaju. Osim opšteprihvaćenih predrasuda, muškarci na menadžerskim pozicijama često pogrešno procenjuju vrednost poslovanja koju može da dostigne poduhvat koji su osmislile žene, jer nemaju uvid u specifične probleme za koje žene nude rešenja u okviru svojih preduzeća. Na primer, muškarac teško da može da realno proceni potencijal poslovne ideje vezane za dnevni boravak dece, catering ili održavanje domaćinstva, jer se time ne bavi u svom svakodnevnom životu ili ne razmenjuje informacije o tome u svojim neformalnim i privatnim kontaktima.

Kao i finansiranje, i nedostatak prodajnih i marketinških veština jedan je od velikih problema sa kojima se žene preduzetnici susreću. Nedostatak ovih veština otežava pristup tržištu, kako domaćem tako i stranom, i na taj način predstavlja barijeru za razvoj poslovanja i povećanje obima prodaje. Često poslovi propadaju jer žene ne

nalaze načina da se efikasno pripreme i odgovore na izmenjene uslove na tržištu, npr. na pad tražnje i pojačanu konkurenciju. Ovaj problem je veoma usko povezan sa potrebom za postizanjem nivoa menadžerskih i profesionalnih veština žena preduzetnika. Visoko obrazovane žene u većini zemalja stiču uglavnom obrazovanje u tipično „ženskim“ zanimanjima kao npr. društvenim i socijalnim zanimanjima, medicini, a manje u „muškim“ kao što su elektrotehnika, informacione tehnologije, biznis. Zato je potrebno da žene povećaju svoje učešće i znanja u tradicionalno „muškim“ zanimanjima što zahteva dodatno investiranje u njihovo obrazovanje.

Nedostatak menadžerskih sposobnosti ili znanja za određeni posao može predstavljati veliku prepreku za žene preduzetnike. Brze promene u današnjem svetu, konkurencija i razvoj tehnologije zahtevaju ne samo posedovanje određenih sposobnosti nego i kontinuirano učenje i usavršavanje. Drugim rečima, potrebno je učiti tokom celog života da bismo išli u korak sa sadašnjošću. Mnoge žene preduzetnici su svesne te činjenice, pa nastoje da kroz razne oblike seminara i stručnih usavršavanja upotpune znanja i osvoje sposobnosti koji im nedostaju. Znanja koje su žene istakle kao korisna u vođenju sopstvenog biznisa su: profesionalno rukovođenje, marketing, kadrovsko upravljanje, finansije, pravna regulative, informacije o dostupnim kreditima, strani jezici.

U zemljama u tranziciji i razvoju otežan pristup inovacijama je takođe bitna barijera za preduzetništvo. Konkurencija na tržištu, sve veće prisustvo stranih firmi, te potreba za zadovoljavanjem viših standarda na stranim tržištima postavljaju imperativ preduzećima da inoviraju sopstvene procese i primenjuju nove tehnologije, što je neophodan uslov za rast i razvoj preduzeća. Ukoliko se ne prilagođavaju tim zahtevima, preduzeća veoma brzo gube poziciju na tržištu. Bez odgovarajućih tehničkih i tehnoloških znanja, primena kompjutera u poslovanju i pristupa internetu teško je i zamisliti poslovanje jedne firme danas.

Ova grupa problema, koja pogađa i muškarce i žene, teže pogađa žene, pre svega zato što po nivou i strukturi obrazovanja, kao i po radnom iskustvu pre ulaska u preduzetništvo, žene zauzimaju inferioran položaj u odnosu na muškarce. Tradicionalno „ženska“ zanimanja su manje profitabilna, po pravilu predviđena pretežno za državne i javne poslove, a kada stečena znanja treba prilagođavati i dopunjavati da bi bila adekvatna u tržišnoj utakmici, to predstavlja dodatno opterećenje. S druge strane, žene koje izlaze iz velikih sistema da bi ušle u

preduzetništvo, bilo svojim izborom ili pod prinudom, u proseku izlaze sa nižih menadžerskih pozicija nego muškarci u istoj situaciji. To utiče ne samo na samopouzdanje žena i njihove poslovne ambicije, nego i na poslovne kontakte koje su one imale priliku da ostvare u prethodnoj karijeri.

Tradicionalno vaspitanje žena u mnogim zemljama predstavlja značajnu kulturalnu barijeru. Da bi se odlučile na preduzetništvo, žene treba da prevaziđu predrasude i stereotipe koji vladaju u društvu, zbog čega im često nedostaje samopouzdanje i svest o sopstvenim sposobnostima. Da su u pitanju predrasude za koje ne bi trebalo da bude mesta u poslovnom svetu, pokazalo se u nizu praćenih pokazatelja, kao što su veština u uspostavljanju poslovnih kontakata i odnosa sa partnerima, menadžerske veštine, odnos sa zaposlenima, posvećenost. U tome su žene jednako uspešne kao i muškarci.

Žene u većini kultura nose teret obaveza vezanih za decu i porodicu, jer od sebe očekuju, kao što i društveno okruženje od njih očekuje, da se primarno staraju o potomstvu i porodičnom životu, a da zaposlenje i karijera budu na drugom mestu. Srbija nije po tom pitanju izuzetak. Današnje društvo je dovelo ženu u dve „smene“: jedna na poslu, druga u porodici. Stoga one nose dupli teret punog radnog vremena i kućnih dužnosti. Ova situacija je teška za žene bez obzira u kojoj se zemlji nalaze, a posebno pogađa žene u onim zemljama u razvoju i slabijem razvijenim zemljama gde pored siromaštva i nedostatka infrastrukture žene trpe i zbog uređenja društvenih odnosa koje je prilagođeno patrijarhalnim shvatanjima. (Vukmirović, 2005)

U našoj sredini obaveze žena u porodičnom životu obimne, jer je model ponašanja domaćice duboko usađen u svest. Od žene se očekuje da kuva, sprema kuću, priprema decu za školu i kontroliše kako ona obavljaju školske i vanškolske dužnosti. Bilo da su zaposlene kao najamni radnici, menadžeri ili samostalni preduzetnici, obaveze u porodici ne prestaju za njih da postoje. Uz savremene mogućnosti telekomunikacija, problemi iz kuće su uvek sa njom.

Postojeće institucije za brigu o deci nisu prilagođene novim uslovima rada. Posle promene zakona o porodiljskom odsustvu, nije došlo do promene u organizaciji rada jaslica i vrtića. Porodiljsko odsustvo i odsustvo radi nege deteta se tiču perioda pre i posle porođaja tokom kojeg žena ima pravo na plaćeno odsustvo i druga prava iz radnog odnosa, a ograničeno je na jednu godinu, odnosno 365 dana od dana odlaska na porodiljsko odsustvo (u posebnim slučajevima može trajati duplo: ako prvorotka

dobije troje ili više dece, ako drugorotka dobije blizance ili ako žena rađa treće dete). Jaslice i vrtići, međutim, organizuju upis dece jednom godišnje, kao i škole, pri čemu odbijaju da upišu decu mlađu od godinu dana, tako da uvek postoji period od više nedelja do nekoliko meseci tokom kojih dete nije zbrinuto u odgovarajućoj ustanovi. Jasle i vrtići na teritoriji Beograda, osim toga, ne podržavaju ni različito radno vreme, koje je za neka preduzeća od 9 do 17 časova, tako da mnogi roditelji imaju problem sa preuzimanjem dece do 17 časova, do kada su vrtići u obavezi da obezbede dežurnog vaspitača. Problem zbrinjavanja dece se nastavlja i u osnovnoj školi: produžen boravak u osnovnim školama do prošle godine je bio organizovan samo u 1. i 2. razredu, a tek od prošle godine je obuhvatio 3. i 4. razred, i to samo u Beogradu. Može se reći da se kao najbolje rešenje za poslovne žene pokazala pomoć roditelja, i to ne samo u čuvanju dece nego i u drugim poslovima. Ali, kako je ta pomoć determinisana raznim faktorima, ona ne može biti ni trajno ni univerzalno rešenje za usklađivanje poslovnih i porodičnih obaveza. U uslovima smanjenih ulaganja za smeštaj dece i druge vrste servisnih službi za pomoć deci i porodici, poslovna žena nema adekvatnu pomoć i podršku u ostvarivanju uloge majke. Zato se kao realno rešenje najčešće pominje plaćena pomoć u kući.

Poseban problem predstavlja činjenica da pravo na odsustvo sa rada radi nege deteta otac deteta može da koristi samo izuzetno, (po članu 94. stav 6. i članu 94a stav 4. Zakona o radu) (Službeni glasnik) u slučajevima kad majka napusti dete, umre ili je iz drugih opravdanih razloga sprečena da koristi to pravo (izdržava kaznu zatvora, teško je obolela i dr.). Iako svojom formulacijom zakon predstavlja posebno pravo zaposlene majke, on je u suprotnosti sa načelima rodne ravnopravnosti, jer nameće ženi obavezu negovanja deteta i postavlja je u porodici na poziciju partnera čiji je posao manje bitan i „može da sačeka“ dok beba prohoda. Zakon je u tom delu bio korektniji 80-tih godina 20. veka, kada je čak i propagirana mogućnost da otac koristi, recimo, drugu polovinu plaćenog odsustva radi nege deteta, kada bi majka prestala da doji dete. Ovu mogućnost su koristile porodice u kojima je prihod majke bio veći od prihoda oca, ali i tada samo u porodicama koje su bile emancipovane.

Slična situacija postoji i u vanrednim situacijama prilikom zdravstvenih problema dece. Bolnice se, naročito u Beogradu, oslanjaju na negu dece koju će obavljati majke primljene na odeljenja zajedno sa svojom decom, pošto je broj medicinskih sestara i drugog osoblja sveden na minimum. Međutim, odgovorna lica u bolnicama praktično

odbijaju da prime očeve koji bi negovali svoju decu, čak i u situacijama kada majka nije u mogućnosti da tu bude iz bilo kojih razloga.

Tradicionalni stav je da su majke vaspitači, a da očevi služe da daju pozitivan lični primer. U srpskim porodicama se očevi manje bave decom. Izraz „nije ga/je majka vaspitala“ je dobra ilustracija tog stava. Niko ne kaže „nije ga/je otac vaspitao“. Ova asimetrija je naročito vidljiva u vaspitavanju ženske dece. Od očeva se ne očekuje da imaju ikakav osim restriktivno-zaštitničkog odnosa sa ćerkama, a u svim oblastima ženske intime, od kojih je seksualnost samo jedna, očevi su distancirani, neobavešteni, patološki stidljivi i nesnalazljivi, tako da ne preuzimaju ulogu vaspitača i podrške u zdravom odrastanju ženskog deteta.

Uređenje kuće i porodičnog života je takođe oblast u kojoj se od žene i majke očekuje da organizuje i realizuje niz aktivnosti. Društveni život porodice, porodična okupljanja i slavlja, kontakti sa rodbinom i prijateljima su takođe oblast u kojoj se malo šta dešava bez angažovanja žene. Žena je i dalje domaćica „na kojoj kuća stoji“, koja treba da rešava svakodnevne tekuće probleme, dok se muževi i očevi ograničavaju na rešavanje strateških pitanja i krupnih nabavki – stana, automobila, tehničke opreme. Neke statistike pokazuju da je visoka stopa razvoda braka posledica različitih očekivanja partnera: mlade žene očekuju da se kućni poslovi dele, dok mladi muževi očekuju da žene obavljaju sve kućne poslove, kao što su to činile njihove majke.

Bračni odnosi mogu da budu poseban problem, jer tradicionalno patrijarhalno vaspitanje podrazumeva i očekivanje da muškarac zarađuje više od žene u porodici, tako da muškarci teško podnose da njihov posao bude „manje važan“ jer donosi manji prihod. Mnogi brakovi zapadaju u krize kada je žena uspešna u poslovanju, kada za svoj posao odvaja i deo slobodnog vremena, naročito kada treba da provede nekoliko vanrednih, ponekad i večernjih sati na poslovnim sastancima, putovanjima ili večerama sa klijentima. U preduzetništvu su takve situacije češće nego u zaposlenjima u okviru kompanija, tako da se može pretpostaviti da je uspešnost žena kao preduzetnika manja i zato, što izbegavaju da se nađu u takvim okolnostima, čak i kada je to štetno za poslovanje.

Tradicionalna shvatanja o ulozi polova u društvu utiču na brojne pripadnice ženskog pola i na to kako doživljavaju sebe u poslovnoj sredini. Deo problema leži u tome, što

predrasude prema uspešnim poslovnim ženama nemaju samo muškarci, već i druge žene. Uverenje da žena treba da bude skromna, ljubazna, blage i vesele prirode, da je jako nežensveno da naređuje, da se takmiči sa drugima ili da bude na poziciji moći, veoma je ograničavajuće u preduzetništvu. Za uspeh u poslovanju je neophodna dobra mera agresivnosti, upornosti i ambicije, kao i odlučnost u rukovođenju zaposlenima. Poseban problem u Srbiji predstavlja patrijarhalna matrica koja hijerarhizuje žene ne samo u odnosu prema muškarcima, već i prema drugim ženama. Od mlade žene se očekuje da poštuje i uvažava ne samo muškarce istih godina starosti i radnog iskustva, već i starije od sebe, žene isto kao i muškarce. Žena preduzetnik zato nailazi na problem kada da se njeni nalozi i naređenja u poslu ne prihvataju i realizuju tačno i odmah, jer se nesvesno smatra da su muškarac ili starija žena ti, koji treba da budu nalogodavci. Društvo nas tradicionalno uči da starija žena više zna, pa se prema njoj treba ophoditi sa poštovanjem. Osim svih drugih teškoća, žena preduzetnik teže nalazi odgovarajuće saradnike i primorana je da proverava da li i kako zaposleni realizuju njene odluke. Iz tih razloga žene preduzetnici često odustaju od poslovnih projekata, proširivanja delatnosti ili zapošljavanja novih radnika, suočene sa problemom da ne mogu da nađu osobe koje će precizno i promptno prenositi njene naloge i podržavati njen autoritet u svakodnevnom poslovanju.

Osim što se žene u Srbiji odlučuju za preduzetništvo pretežno iz nužde proistekle iz smanjenog obima poslova ili prestanka rada preduzeća, nije mali broj žena koje se odlučuju da daju otkaz zbog nesnosnih odnosa u preduzeću u kojem su zaposlene. Privatizacija je u Srbiji tekla uporedo sa raspadom država i ratom na delovima njene teritorije, tako da se u društvu nije poklanjala dovoljna pažnja izgrađivanju zakonskih i institucionalnih okvira za uređenje poslovnih odnosa unutar privatnih preduzeća. Sindikati, koji su u razvijenim kapitalističkim zemljama nastajali uporedo sa industrijalizacijom u bivšoj državi su bili formalna institucija bliža državnoj upravi i partijskim strukturama, nego radnicima čije interese je trebalo da zastupaju, tako da su se u izmenjenim privrednim odnosima pokazali kao disfunkcionalni. Tokom 90-tih godina 20. veka su zato osnovani mnogi nezavisni sindikati, relativno malobrojnog članstva i stoga nedovoljno moćni. S druge strane, u praksi nije podržavana zakonska zaštita od zlostavljanja na radnom mestu, budući da se nerealno očekivalo da će tržište rada samo regulisati ponašanje poslodavaca. U Srbiji je 2010. godine usvojen zakon : Zakon o sprečavanju zlostavljanja na radu (Službeni glasnik br. 36/2010) Poseban

zakon koji štiti zaposlene od ove specifične forme zlostavljanja na radnom mestu imaju Francuska, Norveška, Finska, Holandija, Danska, Belgija, i Švajcarska. Švedska je regulisala zaštitu od mobinga krivičnim zakonom, po kojem je mober krivično odgovoran, a žrtva može zatražiti odštetu za nanesenu „biološku štetu“. U ostalim zemljama Evrope ne postoje posebni zakoni protiv mobinga, ali postoje propisi o odšteti koja se dosuđuje osobi koja je trpela nedopušteno ponašanje na radnom mestu. Ovaj, relativno nov oblik ponašanja je prvi istraživao nemački psiholog Heinz Leymann, (Rey Marti, et al, 2015) prema kojem je „mobing psihološki teror u poslovnom životu, neprijateljska i neetična komunikacija usmerena na sistematičan način od strane jednog ili više pojedinca, uglavnom prema jednom pojedincu, koji je nemoćan da se odbrani od stalnih maltretirajućih aktivnosti. Pošto se odvija učestalo (najmanje jednom nedeljno) i dugo (najmanje 6 meseci), to maltretiranje dovodi do značajne mentalne, psihosomatske i socijalne patnje“. Mobing je daleko više od povremenih konflikata ili kancelarijskih svađa, to je po pravilu svesna namera da se saradnik na kraju prisili da napusti posao. Žrtva mobinga napušta radno mesto duboko traumirana, a kako je nezaposlenost u Srbiji velika, veoma je verovatno da će jedina mogućnost novog zaposlenja biti samozapošljavanje, odnosno osnivanje sopstvenog preduzeća. Jasno je da osoba koja je upravo prošla kroz izuzetno stresan period života nije u stanju da se smireno, promišljeno i odlučno ponaša u ponovo visoko stresnoj situaciji otpočinjanja sopstvenog biznisa. Period depresije koji prati žrtve mobinga takođe ne doprinosi uspešnosti poslovanja i donošenju pravovremenih i hrabrih poslovnih odluka.

Jedan deo žena u Srbiji se, odlučuje na ulazak u preduzetništvo zbog prednosti privatnog biznisa: da samostalno nastupaju u poslu i rukovode, ispoljavju kreativnost, da imaju slobodu odlučivanja, lični izbor saradnika, sopstvenu organizaciju radnog vremena, dobru zaradu i dinamičan posao. Prepreke i teškoće na koje one nailaze nisu nepremostive i više utiču na uspešnost preduzeća, nego na njegov opstanak. Ipak, postoji niz oblasti u kojima bi država i lokalna samouprava mogle da intervenišu odgovarajućim propisima, kako bi olakšale poslovanje žena preduzetnika i učinile da njihova preduzeća budu veća, uspešnija i, pre svega, da ostvaruju veći obrt. Kampanje koje vode nevladine organizacije nisu uvek odgovarajuće i često imaju suprotne efekte od planiranih i željenih. Ukoliko se u javnosti prečesto naglašava da ženama preduzetnicima treba obezbediti posebne olakšice i povoljnosti, to deluje kao favorizovanje jednog tipa preduzeća iz političkih razloga, a toga je u Srbiji bilo

previše u prošlosti. Rešavanje naizgled sitnih problema, kao što su organizacija rada vrtića, škola ili bolnica, garancije za podizanje kredita ili organizovanje besplatnih specijalizovanih kurseva moglo bi znatno da poboljša poslovanje preduzeća u vlasništvu žena. Ništa ne utiče više na promenu javnog mnjenja o ženama preduzetnicima nego njihov uspeh na tržištu. Isticanje modela uspešne žene preduzetnika u Srbiji kao novog modela koji spaja neke tradicionalne osobine žene sa ovog podneblja sa savremenim poslovanjem bi tako postao poželjan model za generacije žena koje dolaze.

4. MOTIVACIONI FAKTORI ZA PREDUZETNIŠTVO

4.1 Motivacija, teorije motivacije i motivacioni faktori koji pokreću žene preduzetnice

Motivacija ima dugu istoriju istraživanja u menadžmentu, biznisu i povezanim disciplinama. Mnogi istraživači su se posvetili ideji da su ljudi motivisani da koriste svoje poslove kao mehanizam za zadovoljenje svojih potreba i želja. Istraživanja motivacije su iznedrila puno različitih teorija. Motivacija je širok i kompleksan koncept i različiti istraživački pristupi i naponi mnogih autora doprineli su rasvetljavanju ove složene materije, razvoju telu znanja i praktičnim implikacijama.

Iz latinske reči *movere*, što znači pokretanje, izvedeni su ključni termini za razumevanje koncepta motivacije: motiv, motivisanje i motivacija. Websterov rečnik definiše motiv kao nešto što uzrokuje osobu da deluje. Saglasno Berelson i Steiner (1964) motiv se definiše kao unutrašnje stanje koje podstiče, aktivira i vodi ponašanje neke osobe ka ostvarenju određenog cilja. Motivi se klasifikuju kao: (1) biološki (fiziološki) i (2) sociopsihološki motivi. Biološki motivi izražavaju potrebe organizma sa biološkog aspekta (motivi za održanje jedinke, motivi za produženje vrste). Sociopsihološki motivi se odnose na psihološke društvene faktore i kako oni međusobno deluju da proizvedu motivaciju. Sociopsihološki motivi se dele u dve grupe: lični i socijalni motivi.

Motivi su esencijalno povezani sa potrebama i željama. Motivi pokreću i usmeravaju ljudske aktivnosti da bi se zadovoljile potrebe. Prisustvo potreba determiniše motive a motivi determinišu ljudsko ponašanje (Koryakovtseva i saradnici, 2016). Potrebe se mogu shvatiti kao nedostatak, ili višak, određenih materija i nužnost organizma da se nadoknade, ili se njih oslobodi, u cilju funkcionisanja i održavanja života. Generalno, potrebe se definišu kao razlika između postojećeg i željenog stanja (Liss, 1990). Saglasno Romashov, (2015) potrebe se odnose na brigu pojedinca da obezbedi za sebe neophodna sredstva i uslove egzistencije i opstanka, na nastojanje da održi balans sa životom i socijalnim okruženjem. Želje se razlikuju od potreba (Dover i Joseph, 2008). Želja je nešto što želimo za sebe, što osećamo jaču želju za nečim mi ćemo učiniti veći napor u nastojanju da to što želimo ostvarimo. Saglasno Perugini,

Bagozzi (2004) želja je stanje uma kada pojedinac ima ličnu motivaciju da izvrši akciju ili ostvari cilj. Želje nisu esencijalne i neophodne za egzistenciju; potrebe su nešto što se mora zadovoljiti dok su želje ukorenjene u ličnim psihološkim stanjima i mogu biti odložene. Takođe, dok su potrebe ograničene, želje su neograničene (Christiana, 2017) i pojedinac nikada u potpunosti neće biti zadovoljan.

Motivisanje podrazumeva podsticaje da se stimuliše željeno ponašanje. Jedna osoba podstiče drugu osobu na akciju obezbeđujući da kanal koji zadovoljava motiv bude dostupan toj drugoj osobi. U organizacionom kontekstu motivisanje je deo menadžerskog zadatka, menadžeri su ti koji motivišu radnike i stvaraju i održavaju motivišuće okruženje kako bi se rad izvršavao efektivno i efikasno. Pored kanalisanja motiva u pravcu zadovoljavanja potreba organizacije i radnika, menadžeri mogu aktivirati i latentne motive radnika i koristiti ih na način koji bi bio funkcionalan za organizaciju. Samomotivisanje označava napor pojedinca da motiviše sebe (Blatny, 2010). Pojedinci mogu postavljati sebi izazovne ciljeve i raditi naporno na njihovom ostvarenju. Sposobnost samomotivisanja je posebno važna kada se pojavljuju problemi i prepreke i dešavaju stvari suprotno onome što pojedinci žele.

U literaturi se mogu naći mnoge definicije motivacije. Definicije motivacije fokusiraju se na biheviorističke, psihološke, društveno-ekonomske i kognitivne aspekte. Prema Russel (1971) motivacija je unutrašnja sila koja pokreće akciju i određuje pravac akcije. Vroom (1964) definiše motivaciju kao proces koji usmerava izbore osoba između alternativnih formi aktivnosti. Buford i saradnici (1995) definišu motivaciju kao predispoziciju ponašanja na svrsishodan način da se ostvare specifične, nezadovoljene potrebe. Saglasno Burke (1987) nezadovoljene potrebe su izvor motivacije, zadovoljene potrebe ne mogu stvoriti tenziju i stoga ne mogu biti izvor motivacije. Mullins (1996) definiše motivaciju kao pokretačku snagu unutar pojedinca kojom pokušava da ostvari neki cilj da bi ispunio neke potrebe ili očekivanja. Saglasno Rabideau (2005) motivacija je pokretačka snaga koja je iza svih akcija neke osobe, delovanje individualnih potreba i želja ima jak uticaj na pravac ponašanja. Perkins i White (2009) definišu motivaciju kao stimulans koji deluje na, ili unutar, osobe, koji uzrokuje uzbuđenje, pravac i upornost ciljno usmerenog napora.

Konsenzus definisanja motivacije među istraživačima nije postignut. Ono što se može sintetizovati u većini definicija, je da nešto, nezadovoljena, specifična, potreba, želja, stimulans, mora da pokrene pojedince na akciju, da pojedinac mora da bude motivisan nečim što usmerava i vodi njegovo ili njeno ponašanje.

4.2 Teorije motivacije

Brojne teorije motivacije, međusobno kompetitivne i/ili komplementarne, su predloženi od strane mnogih istraživača. Vremenom su se razvile dve distinktivne grupe teorija motivacija: teorije sadržaja i teorije procesa. Teorije sadržaja objašnjavaju koje potrebe motivišu ljude na određenu aktivnost. Najpoznatiji predstavnici koji su stvarali teorije u ovoj grupi su Maslow, Alderfer, McClelland i

Hertzberg. Teorije procesa objašnjavaju kako motivacija nastaje i koje vrste procesa mogu uticati na ljudsku motivaciju. U najznačajnije predstavnike ove grupe teorija spadaju Vroom, Porter, Lawler, Adams, Locke i Latham.

Teoriju hijerarhije potreba razvija Maslow (1943) utvrđujući pet vrsta ljudskih potreba: (1) fiziološke potrebe (zadovoljavanje osnovnih bioloških nagona kao što su vazduh, hrana, voda), (2) potrebe za sigurnošću (bezbednost, posao, prihodi, sigurnost porodice, sigurnost zdravlja, zaštita imovine), (3) potrebe za pripadnošću (povezivanje, prijateljstvo, ljubav, prihvatanje u društvu), (4) potrebe za poštovanjem (poštovanje drugih, samopoštovanje, popularnost, dostignuće, priznanja) i (5) potrebe za samoostvarenjem (ostvarivanje najviših potencijala neke osobe, samoispunjenje). Potrebe se aktiviraju na hijerarhijski način, što znači da potrebe najnižeg reda moraju biti ispunjene pre nego što se aktivira prva sledeća potreba višeg reda i tako redom sve do najviših. Kada se jedna potreba zadovolji smanjuje se njen motivacioni značaj ali druga potreba brzo dolazi na njeno mesto. Teorija ne implicira zadovoljenje svih kategorija potreba što znači da neće svi ljudi biti u mogućnosti da zadovolje svoje potrebe na višim nivoima.

Brojni autori su pokušali da reformulišu Maslovljevu teoriju, a među njima najveću pažnju je primila Alderferova ERG teorija. Alderfer (1969) svodi broj vrsta potreba na tri i to: (1) potrebe egzistencije (eng. existence) koje odgovaraju prvom i drugom nivou Maslovljeve teorije potreba, (2) potrebe povezivanja (eng. relatedness) koje odgovaraju trećem i četvrtom nivou kod Maslowa i (5) potreba za rastom (eng. growth) koja odgovara petom nivou u teoriji Maslowa. Suprotno Maslovljevskoj ideji striktnog redosleda aktiviranja, u ERG teoriji nema nužnog aktiviranja vrsta potreba po nekom određenom redosledu. ERG teorija prepoznaje da se redosled važnosti tri kategorije razlikuje za svakog pojedinca. Pored toga prema ovoj teoriji ako viši nivo potreba ostaje nezadovoljen osoba se vraća na niže nivoe potreba koje će lakše da zadovolji (na primer ako nema mogućnosti za rast ljudi će se vratiti potrebama povezanosti i socijalizovati više sa svojim saradnicima).

McClelland (1961) daje teoriju stečenih potreba u kojoj opisuje tri osnovne ljudske potrebe: potreba za postignućem (ostvarenjem), potreba za pripadnošću i potreba za moći. Potreba za postignućem stavlja jak naglasak na ostvarenje ciljeva, uspeh i rezultate; potreba za pripadnošću vodi uspostavljanju i održavanju prijateljskih odnosa sa drugima; a potreba za moći odnosi se na kontrolu nad drugima i uticanje na njihovo ponašanje. Ljudi će imati različite karakteristike u zavisnosti koja od ovih potreba je vodeći motivator. Stoga McClelland predlaže da ljudi istraže svoj motivacioni profil da bi odgovarajuće prilagodili svoju poziciju i ponašanje.

Herzberg (1966) u teoriji dva faktora (higijenski i motivacioni) objašnjava da zadovoljstvo i nezadovoljstvo ljudi izazivaju dve različite grupe faktora. Ekstrinzični faktori, koje Herzberg naziva higijenski faktori, su odgovorni za prisustvo ili odsustvo nezadovoljstva i obuhvataju primanja, uslove na poslu, odnose sa menadžerima, nadzor i politiku organizacije. Oni su spoljni tj. utiču na kontekst u kojem se radi. U

drugoj kategoriji su intrinzični faktori koji su odgovorni za prisustvo ili odsustvo zadovoljstva, i njih Herzberg naziva motivacioni faktori. U ove faktore spadaju priznanje, odgovornost, lični razvoj, uspeh i napredovanje. Herzbergova teorija naglašava važnost intrinzičnih faktora koji jedini direktno poboljšavaju rad i učinak pojedinca za razliku od ekstrinzičnih faktora koji, ako ih nema dovoljno, deluju destimulativno i povećavaju nezadovoljstvo, ali ako dostignu neki viši nivo nemaju preterano značajan pozitivan uticaj.

Procesne teorije nastoje da identifikuju odnos između dinamičkih varijabli koje čine motivaciju. Među procesnim teorijama posebnu pažnju je zadobila teorija očekivanja, koju je utemeljio Vroom (1964), i kasnije razvijali Porter i Lawler (1968). Teorija Vrooma (1964) je zvanovana na tri ključne varijable: valentnost, instrumentalnost i očekivanje. Valentnost se odnosi na percepiranu vrednost nagrade za pojedinca koji je prima. Samo nagrade koje imaju pozitivnu valentnost za njihove primaocce mogu da podstaknu određeno ponašanje. Instrumentalnost označava verovanja pojedinca da će njegov rad biti nagrađen. Valentnost ishoda se izvodi iz instrumentalnosti. Postoji distinkcija između prvog nivoa ishoda koji se odnosi na performanse (učinak) i drugog nivoa ishoda koji se odnosi na potrebe (na primer primanja, nagrade, promociju, dobri odnose sa saradnicima). Kada ljudi biraju između ponašanja koja imaju neodređene ishode na njihov izbor utiče i verovatnoća da će ishod biti povoljan. Očekivanje je verovanje da će uloženi rad doneti rezultate. Kombinacija valentnosti i očekivanja determiniše motivaciju pojedinca za datu formu ponašanja što se naziva motivaciona snaga.

Porter i Lawler (1968) proširuju teoriju razmatrajući performanse kao celinu. Motivaciona snaga ne vodi direktno do performansi, već je u kombinaciji sa sposobnostima, percepcijama uloga i mogućnostima. Od svih ovih varijabli zavisi učinak, iz čega proishode nagrade, percipirana pravednost nagrade i zadovoljstvo (ili nezadovoljstvo). Ako je percepirana pravednost veća nego primljene nagrade, pojedinac će iskusiti nezadovoljstvo, i obrnuto. Teorija očekivanja je dala mnoge praktične sugestije, među njima su da poželjne performanse moraju biti takve da ih je moguće postići, da je potrebno postaviti jasan odnos između nagrada i performansi, da treba nastojati deliti nagrade koje za ljude imaju pozitivnu valetnost i dr.

Teorija pravednosti koju je osmislio Adams (1965) posmatra motivaciju iz perspektive društvenog poređenja. Saglasno tome ljudi se fokusiraju na dve varijable: izlaze – ono što dobijaju iz rada (plata, privilegije, promocija i dr.) i ulaze – ono što ulažu u rad (vreme, napor, kvalifikacije i dr.). Većina razmena uključuje brojne ulaze i izlaze. Kada postoji nejednakost racija sopstvenih ulaza i izlaza u poređenju sa racijom ulaza i izlaza drugih pojedinac doživljava osećaj neprevednosti. Postoji šest vrsta mogućeg ponašanja kao posledica nepravednosti: promene ulaza, promene izlaza, kognitivna distorzija ulaza ili izlaza, napuštanje polja, delovanje na druge ili promena objekta poređenja.

Teorija cilja je zasnovana na prvobitnom radu Locke (1968), kasnije se u razvoju ove teorije priključio Latham što je rezultovalo njihovim zajedničkim radovima (Locke i Latham, 1990; 2013). Osnovna pretpostavka ove teorije je da postoji nerazdvojiva veza između uspostavljenih ciljeva i performansi. Prihvata se važnost percepirane vrednosti, naglašena u teoriji očekivanja, koja utiče na porast emocija i želja. Ljudi nastoje da osvare ciljeve (da bi zadovoljili emocije i želje) koji su motivatori i pokreću ih na akciju. Ljudi će naporno raditi na ostvarenju ciljeva sve dok veruju da mogu da ih ostvare. Teškoća postizanja cilja i nivo posvećenosti utiče na ponašanje i performanse što dalje vodi konsekvencama i povratnoj vezi. Ovo znači da ciljevi mogu da budu teški i izazovni ali ako su ciljevi van granica sposobnosti pojedinca učinak se neće postići. Povratna informacija je neophodna da bi ljudi znali koliko su se približili svojim ciljevima.

4.3 Teorije motivacije i preduzetništvo

Motivacione teorije pružaju osnovu za razumevanje motivacije u preduzetničkom kontekstu. Teorija Maslowa može se koristiti u objašnjenju razlika u motivaciji preduzetnika uzimajući u obzir motivaciju zasnovanu na nužnosti i prilici. Preduzetnici sa težnjom da opstanu su motivisani potrebama na nižim nivoima piramide Maslowa, njihova glavna motivacija je da zarade dovoljno novca za sebe i svoje porodice. Motivacija preduzetnika orijentisanih na priliku stiže iz potreba na gornjim nivoima piramide Maslowa. Ovi preduzetnici su pokrenuti prospektima uspeha njihovog biznisa i ličnim ciljevima koje nastoje postići što ih motiviše da rizikuju i ugrabe poslovnu priliku i ulažu napore za njenu realizaciju (Reynolds i saradnici, 2002). ERG teorija Alfredera se nastavlja na teoriju Maslowa i predstavlja njenu nadogradnju i modifikaciju. Saglasno teoriji Alderfera pojedinci mogu pomerati svoju hijerarhiju potreba gore i dole u bilo kojem periodu vremena u zavisnosti od okolnosti (Scott, 2005). Ovo znači da ako više potrebe preduzetnika ne mogu biti ispunjene niže prethodno zadovoljene potrebe mogu se reaktivirati što Alderfer naziva principom frustracije-regresije.

Teorija Herzberga pokazuje da su preduzetnici motivisani ekstrinzičnim faktorima sve dok više nisu nezadovoljni. Ako preduzetnici ne bi bili više nezadovoljni, u odsustvu intrinzičnih faktora, oni bi gubili motivaciju za dalji razvoj njihovog poduhvata. Ovo znači da preduzetnici koji imaju prvenstveno finansijske motive da započnu biznis motivisani su sve dok ne budu finansijski zadovoljni. Da bi dalje održali motivaciju preduzetnici moraju biti podstaknuti intrinzičnim faktorima. Po zadovoljavanju finansijskih potreba intrinzična motivacija postaje jači pokretač za dalje uspehe.

Saglasno teoriji stečenih potreba McClelanda potrebe ljudi se uče kroz interakciju sa okruženjem odnosno u radu sa društvom. Ljudi sa većom potrebom za ostvarenjem pre prihvataju aktivnosti sa višim stepenom odgovornosti za rezultat. Pored toga ovi ljudi se angažuju u aktivnostima koje zahtevaju više nivoe rizika, veći napor i razvoj sposobnosti. Ovakve aktivnosti korespondiraju radu preduzetnika. Ovo znači da je veća verovatnoća da će ljudi sa visokom potrebom za ostvarenjem slediti

preduzetničke aktivnosti. Startovanje i razvoj kompanije zadovoljavaju i potrebu za moći preduzetnika i njegov ili njen viši društveni status i prestiž. Zavisnost zaposlenih unutar kompanije i kontrola nad njima kao i sloboda odlučivanja preduzetnika doprinose zadovoljenju potrebe za moći. Stoga pored potrebe za postignućem i potreba za moći je izražena kod preduzetnika.

Teorija očekivanja je takođe korisna u preduzetničkom kontekstu. Motivacija da se započne poduhvat je jača ako pojedinac percipira da nagrade od preduzetništva (instrumentalnost) mogu zadovoljiti potrebe koje su važne za njega ili nju (valentnost) i verovatnije će percipirati da može da ostvari uspeh u preduzetničkim zadacima (Vesalainen i Pihkala, 1999). Svakako ovo su subjektivne percepcije pošto preduzetnička motivacija može biti vrlo različita između različitih pojedinaca usled njihovih različitih percepcija. U svakom slučaju snaga neispunjenih potreba i želja preduzetnika i očekivanja pozitivnog ishoda motivišu preduzetnika za ulaganje napora u poduhvat. Kombinovano sa ovim pojedinačne sposobnosti preduzetnika vode njegove ili njene performanse. Mogućnosti u poslovnom okruženju i rizici usled neizvesnosti i neodređenosti utiču na nagrade koje su intrističke i ekstrističke. Intrističke nagrade proizilaze iz izazova i samih zadataka, neki od primera ovih nagrada su: osećaj postignuća, zadovoljstvo realizovanja složenih zadataka, osećaj ličnog rasta. Ekstrističke nagrade su materijalne po svojoj prirodi.

Teorija pravednosti Adamsa naročito je pogodna za istraživanje odnosa između preduzetnika i firmi koje ulažu kapital u preduzetničke poduhvate (smeli kapitalisti) (van Dijk i saradnici, 2014). Smeli kapital postaje sve važniji za preduzetnike vodeći direktno stvaranju novog poslovanja, i doprinoseći ekonomskom rastu, zaposlenosti i inovacijama. Efektivne relacije između preduzetnika i smelih kapitalista omogućuju odgovarajuću razmenu informacija i doprinose efektivnosti, efikasnosti i produktivnosti poduhvata. Timmons, Bygrave (1986) ističu da kooperativne relacije između smelih kapitalista i preduzetnika su važnije za uspeh poduhvata nego kapital po sebi. Saglasno teoriji Adamsa ljudski stavovi i ponašanja su značajno određeni ishodima koje oni postižu iz njihovih relacija i da li ovi ishodi su opažani kao pravedni. Evaluacija nejednakih distribucija proizvodi negativne emocije koje motivišu pojedince da menjaju njihovo ponašanje ili iskrivljuju saznanja asocirana sa percepcijom nepravednosti .

Teorija cilja koju predlažu Locke i Latham pobudila je veliko interesovanje istraživača preduzetništva. Ova teorija naglašava važnost specifičnih i izazovnih ciljeva za motivaciju. Potrebna stanja koja moraju biti zadovoljena da čine ciljeve efektivnim u pobuđivanju motivacije su: prihvatanje cilja i angažovanje za njegovo ostvarenje, specificiranje cilja, teškoća ostvarenja cilja i povratna informacija. Faktori koji primarno pomažu angažovanje su: značaj i samoefikanost. Značaj se odnosi na činioce koji čine važnim postizanje cilja, uključujući očekivane ishode. Samoefikasnost je vlastita ocena pojedinca da li ima sposobnost da izvrši akcije. Uspeh preduzetnika zavisi od određenih akcija koje proizilaze iz ciljeva preduzetnika-osnivača kompanije i strategije (Rauch i Frese, 2000). Prema Frese (2007)

preduzetnik ima cilj da osnuje firmu, mapira oblasti u kojima firma treba da operiše, planira kako da ostvari cilj, prati proces izvršavanja i dobija povratnu informaciju od kupaca i svih drugih stejkholdera. Ciljevi povlače akciju i stoga viši i izazovniji ciljevi imaju veću atraktivnost i vode višim performansama. Anticipirani rezultati se vizuelizuju i proizvode motivaciju.

Motivacija je ključna veza između namere i akcije. Dalje motivacija se deli na: konačnu i instrumentalnu motivaciju. Specifičan cilj je konačna motivacija pojedinca dok instrumentalna motivacija motiviše akcije koje doprinose postizanju cilja. Snaga motivacije zavisi od toga koliko je pojedinac aktiviran, ako je motivacija slaba namere se ne transformišu u akciju (Bird i Schjoedt, 2009). Ovo je posebno izraženo ukoliko se cilj smatra teško izvodljivim ili nije prihvaćen (neželjen). Saglasno teoriji Locke i Latham (1990) ukoliko su ciljevi preteški performanse se neće ostvariti jer će pojedinci odbaciti ciljeve kao nedostižne. Pored toga ciljevi treba da budu prihvaćeni. Klein (1991) argumentuje da će pojedinci lakše prihvatiti neki cilj ako žele da ga postignu i ako veruju da postoje razumne mogućnosti da to urade. Takođe treba da veruju da su sposobni da taj cilj ostvare.

4.4 Preduzetnička motivacija i motivacioni faktori

Preduzetnička motivacija je proces po kome preduzetnici odlučuju da li da prihvate, ili ne prihvate, preduzetničko ponašanje (Naffziger i saradnici, 1994). Preduzetničko ponašanje se posmatra kao fokalna tačka preduzimanja akcije. Postoji mnogo definicija preduzetničkog ponašanja. Preduzetničko ponašanje je prema Williams (2010) ponašanje ljudi uključenih u proces stvaranja novog poduhvata. Saglasno Bird i Schjoedt (2009) preduzetničko ponašanje je ljudsko ponašanje uključeno u identifikovanje i eksploataciju prilika kroz stvaranje i razvoj novih poduhvata kao i istraživanje i kreiranje prilika u procesu nastajanja firmi. Prema jednoj široj koncepciji preduzetničko ponašanje je kompleksan pojam koje se odnosi na sve akcije koje preduzimaju članovi neke organizacije radi otkrića, evaluacije i eksploatacije preduzetničkih prilika (Shane i Venkataraman, 2000).

Neki pojedinac ili grupa ne mogu dobiti igru ako tu igru ne igraju. U kontekstu preduzetništva ovo znači da kreiranje i kasnije uspeh poduhvata zavise od ljudske volje da se postane preduzetnik. Proces koji se odnosi na prilike je evolucionarni proces u kojem ljudi čine brojne izbore, donose mnoge odluke i sprovode akcije - identifikuju priliku, vrše evaluaciju, pribavljaju resurse, dizajniraju mehanizme eksploatacije i dr., što sve zavisi od volje ljudi da igraju tu igru. Ljudska motivacija utiče na ove odluke i akcije i razlike među ljudima u njihovim motivacijama imaju važne implikacije na preduzetnički proces.

Preduzetnička motivacija može biti povezana sa mnogim faktorima. Struktura motivacije zašto preduzetnici započinju biznis znatno varira (Wright i saradnici, 1997). Stoga su istraživači nastojali da različiti tipove motivacije i motivacione strukture grupišu u faktore da se istraže efekti različitih diferencijacija motivacije na

započinjanje i uspeh preduzetničkog poduhvata. Za izbor i klasifikaciju ovih faktora polaznu osnovu daju motivacione teorije. U literaturi međutim nije uspostavljena standardizovana klasifikacija motivacionih faktora.

Zasnovano na teorijama motivacije faktori se često dele na intrinzične i ekstrinzične. Ekstrinzični faktori se odnose na podsticaje iz okruženja dok se intrinzični faktori odnose na potrebe i želje koji su unutar same osobe. U osnovi ekstrinzične motivacije su spoljne nagrade a u osnovi intrinzične motivacije su unutrašnje potrebe (Ryan i Deci, 2000). Prema Amabile (1993) ekstrinzična motivacija dolazi od želje za rezultatima rada, ne rada po sebi. Intrinzična motivacija dolazi od pretpostavljene vrednosti rada i različita je svaku osobu. Motivacija može biti istovremeno ekstrinzična i intrinzična, mada će se taj odnos da li neka od motivacija više ili manje dominira ili su približno jednake razlikovati od osobe do osobe. Intenzitet svakog ekstrinzičnog i intrinzičnog faktora se razlikuje među ljudima. Prema Vroom (1964) pojedinac je motivisan sa više faktora ali neki faktori dominiraju u odnosu na druge. U preduzetničkom kontekstu rezultat započinjanja poslovanja može biti ekstrinzični i intrinzični. Finansijske i materijalne nagrade su ekstrinzični rezultati nekog poslovanja i zavise od učinka organizacije. Intrinzične nagrade uključuju ono što neka osoba želi poput toga da bude svoj gazda, da ima vlastitu kontrolu nad svojom sudbinom i dr.

Push i pull teorija preduzetničke motivacije je oblikovana osamdesetih (Shapiro i Sokol, 1982; Gilad i Levine, 1986). Push teorija argumentuje da su pojedinci podstaknuti da postanu preduzetnici pod uticajem negativnih spoljnih snaga (nezadovoljstvo poslom, teško nalaženja posla, nedovoljna zarada i dr.). Saglasno pull teoriji pojedinci postaju preduzetnici tražeći pozitivne ishode (nezavisnost, samoispunjenje i dr.). Push teorija se fokusira na eksterne faktore podsticaja, većinom negativne, a pull teorija se fokusira na pozitivne ishode koji motivišu pojedinca da nešto uradi (Segal i saradnici, 2005; Kirkwood, 2009).

Push i pull teorija je primila pažnju velikog broja istraživača preduzetništva. Istraživači su nastojali da ustanove dominantne push i pull faktore, pod kojim stanjima su faktori jedne kategorije izraženiji u odnosu na faktore druge kategorije, vezu sa demografskim i drugim atributima (pol, godine, društveni status i td.) i druge značajne dimenzije. Generalno istraživači nalaze da pull faktori pretežu nad push faktorima (Segal i saradnici, 2005; Shinnar i Young, 2008; Kirkwood, 2009). Međutim mnoge situacione snage, individualne diferencije i drugi činioci mogu uticati koji faktori će dominirati. Tako ishodi će se razlikovati u zavisnosti da li je povoljan privredni ambijent, doba ekonomskog buma i prosperiteta u odnosu na nepovoljan privredni ambijent, recesiju i ekonomsku krizu. Loše ekonomsko stanje povećava šanse za prevladavanje push faktora, tako porast nezaposlenosti smanjuje izgleda za nalaženje posla i očekivani povraćaji od preduzetništva ljudima mogu postati više atraktivni u odnosu na zapošljavanje (Storey, 1982; Storey i Johnson, 1987).

Reynolds i saradnici (2001) u izveštaju Globalnog monitora preduzetništva uvode motivaciju zasnovanu na nuždi i motivaciju zasnovanu na prilici. Motivacija zasnovana na nuždi potiče od push faktora a motivacija zasnovana na prilici potiče od pull faktora. Kod nekih ljudi je je dominantna motivacija zasnovana na nužnosti, kod drugih na prilici, a često su u određenom stepenu zastupljene obe kategorije motivacija. Više autora u svojim istraživanjima je ustanovilo da push i pull faktori istovremeno postoje kada pojedinci odluče da započnu poslovanje (Giacomin i saradnici, 2007; Block i Sandner, 2009).

Istraživanja su utvrdila da karakteristike ljudi kao što su nivo edukacije, iskustvo i godine utiču na vrstu motivacije. Tako u slučaju mladih ljudi izraženija je motivacija zasnovana na nužnosti dok je kod starijih iraćenija motivacija zasnovana na prilici (OECD/EU, 2012). Van Gelderen i saradnici (2006) nalaze da prethodno iskustvo povećava motivaciju zasnovanu na prilici. Obrazovanje je takođe pozitivno korelisano sa preduzetnicima čija je motivacija zasnovana na prilici (Bergmann i Stenberg, 2007; Verheul i saradnici, 2010).

U odnosu na ekonomska stanja saglasno Reynolds i saradnicima (2001) preduzetništvo zasnovano na prilici je bilo više u zemljama u kojima je manji fokus na proizvodne delatnosti, manje je vladinih regulacija i propisa, veće je prisustvo neformalnih investitora i značajan je nivo respekta za preduzetničke aktivnosti. S druge strane preduzetništvo zasnovano na nužnosti prevladavalo je u zemljama gde je privredni razvoj bio relativno nizak, ekonomija manje zavisna od međunarodne trgovine, a sistem socijalne zaštite manje razvijen. Neke druge studije nalaze da preduzetništvo zasnovano na prilici vodi znatno većim prihodima nego zasnovano na nužnosti, takođe preduzetnici čija je motivacija zasnovana na nužnosti su manje zadovoljni u odnosu na preduzetnike čija je motivacija zasnovana na prilici (Hessels i saradnici, 2008; Block i Sandner, 2009).

4.5 Push i pull motivacioni faktori i žensko preduzetništvo

Jedna od ključnih demografskih odrednica pri istraživanju preduzetništva je pol. Istraživači već više decenija nastoje da utvrde koji su motivacioni faktori bitni za žensko preduzetništvo. Još od osamdesetih istraživači nastoje da motivaciju ljudi, i posebno žena, za preduzetnički poduhvat, grupišu u push i pull motivacione faktore. Međutim različite studije nisu iznedrile standardizovan istraživački instrument koji bi olakšao istraživanja i omogućio međusobnu komparaciju.

Segal i saradnici (2005) motivaciju za preduzetništvo dele u četiri grupe faktora, slično Leszczyński (2014) u klasifikaciji push i pull motivacionih faktora identifikuje četiri grupe pokretača koji utiču na žene da postanu preduzetnice: faktori povezani sa nezavisnošću ili personalni faktori, finansijski faktori, faktori povezani sa familijom i faktori povezani sa radom i radnim okruženjem. Mnogo studija širom sveta je nastojalo da identifikuje i istraži pull i push faktore međutim još uvek nema

konsenzusa među istraživačima koji faktori imaju najveći uticaj (Poggesi i saradnici, 2015).

Pregled literature upućuje da je potreba za nezavisnošću i autonomijom jedan od glavnih pull faktora preduzetničke motivacije (Wilson i saradnici, 2004; Badulescu, 2010; Manolova i saradnici, 2011; Sloka i saradnici, 2014; Nhemachena i Murimbika, 2018; i dr.). Prema Frederick i Chitock (2006) nezavisnost je sličan motivacioni faktor za pripadnike oba pola da postanu preduzetnici, a naročito u nacionalnim kulturama gde dominira individualizam. Hughes (2006) nalazi da su nezavisnost i samoostvarenje najvažniji razlozi zašto žene startuju preduzetnički poduhvat. Potreba za samoostvarenjem istaknuta je kod više autora (Langan-Fox i Roth, 1995; Jalbert, 2000; Lewis, 2013) ili povezana sa ličnim razvojem (Kantis i saradnici, 2002; Chen i saradnici, 2006). Pored toga jedan od važnih faktora u literaturi je i kontrola sopstvene sudbine (Akehurst i saradnici, 2012; Xiao, 2017) sa varijacijama u nazivu, kontrola sopstvenog života (Lee-Goselin i Greese, 1990; Nhemachena i Murimbika, 2018), ili potpuna kontrola (Bradley i Boles, 2003).

Od novčanih pull faktora želja za sticanjem bogatstva ili visokim prihodima je glavni motivator u mnogim studijama (Solymossy, 1997; Hessels, i saradnici, 2008; Bernat i saradnici, 2008; Lewis, 2013; Sloka i saradnici, 2014; i dr.). U vezi socijalnih pull faktora u literaturi se pridaje pažnja društvenom statusu i prestižu (Lebakeng, 2008; Verheul i saradnici, 2009; Tomski, 2014). Istraživanja pokazuju da je ovaj faktor jače izražen kod muških preduzetnika u odnosu na ženske (Fielden, Davidson, 2005) i da zavisi i od nacionalne kulture (Shane i saradnici, 1991).

Uočen jaz na tržištu, identifikovanje prilike i mogućnost ponude novog proizvoda ili usluge je važan faktor koji se navodi u mnogim studijama (Kock, 2008; Jyoti i saradnici, 2011; Kirkwood, 2009; Giacomini i saradnici, 2011; Tanveer, 2013). Među faktorima koji se ističu u studijama su još i: ostvarenje sna (Jyoti i saradnici, 2011; Tanveer, 2013; Hipsher, 2009; Arasteh i saradnici, 2012; Tomski, 2014); novi izazovi (Buttner i Moore, 1997; Lebakeng, 2008; Kock, 2008) i želja da se bude vlastiti gazda (Jalbert, 2000; Bradley i Boles, 2003; Hughes, 2006; Ismail i saradnici, 2012). Može se uočiti da su neki faktori slični, povezani ili proističu iz drugih faktora. Tako želja preduzetnika da budu gazde proizilazi iz autonomije i nezavisnosti, i kontrole sopstvene sudbine.

Glavni push faktor koji se ističe u literaturi je nezaposlenost, nemanje posla uključujući nemogućnost nalaženja adekvatnog posla usled nepovoljnog stanja na tržištu rada (Hughes, 2003; Maas, Hernington, 2006; Kirkwood, 2009; Verheul i saradnici, 2010; Jyoti i saradnici, 2011). Potreba za većim prihodima koji omogućuju život van zone siromaštva, je faktor koji je često povezan sa prethodnim i koji je naveden u više studija (Dhaliwal, 2008; Chen i saradnici, 2006; Jyoti i saradnici, 2011 i dr.). Važni faktori su i nezadovoljstvo primanjima na postojećem poslu tj. niske demotivišuće plate (Due Billing, 1996; Lebakeng, 2008; Yukongdi, 2018) kao i

nezadovoljstvo postojećim poslom i stresno i negativno radno okruženje (Heilman i Chen, 2003; Hughes, 2003; Haynes i Brockman, 2009; Ismail i saradnici, 2012).

Saglasno Mallon i Kohen (2001) familija je jedan od najvažnijih faktora koji utiču na žene da se upuste u preduzetništvo. Istraživanja pokazuju da kada je reč o motivatorima povezanih sa familijom postoje značajne statističke razlike među polovima, odnosno žene su više motivisane nego muškarci usled ovih faktora (Kirkwood, 2009; Dawson i Henley, 2012). Nedovoljan dohodak familije (Buttner i Moore, 1997; Lebakeng, 2008; Ismal i saradnici, 2011; Yukongdi, 2018), i pritisak familije (Orhan i Scott, 2001; Giacomini i saradnici, 2007; Verheul i saradnici, 2010) su faktori koji su istaknuti u literaturi. Nefleksibilno radno vreme (Heilman i Chen, 2003) odnosno potreba za fleksibilnim radnim vremenom (Hughes, 2003; Lebakeng, 2008) se takođe može povezati sa familijom usled ženskih višestrukih uloga i odgovornosti u familiji.

Neki faktori mogu biti push ili pull u zavisnosti od situacije. Saglasno Dollinger (1999) pull faktori su postojeća karijera i edukacija koja daje odgovarajuće znanje. Karijera i znanje nude preduzetničke mogućnosti. Postojeće znanje i iskustvo je u studiji Murphy i saradnika (1992) rangirano kao prvorazredni pull faktor. Islam (2012) takođe uvršćuje znanje i iskustvo kao pull faktor. Međutim ovo može da bude i push faktor pošto se znanje i iskustvo žena mogu nisko vrednovati i potcenjivati u kompanijama (Gangwar, 2015), takođe push faktor može biti i neodgovarajuće iskustvo ili nedostatak iskustva (Iredale, 2005).

Saglasno Sulabo i Domingo (2008) motivacija žena za preduzetnički poduhvat može doći od uticaja drugih ljudi (članova familije, rođaka, prijatelja i dr.). Ismail i saradnici (2012) uvršćuju uticaj drugih ljudi - prijatelja i rodbine u pull faktore, takođe McGowan i saradnici (2012). Osoba čiji su prijatelji ili članovi rodbine preduzetnici može postati motivisana i ohrabrena i ugledati se na ljude koji su joj bliski da i sama započne svoj preduzetnički poduhvat. S druge strane ako je u pitanju uticaj drugih ljudi kroz socijalni pritisak (Lee i Wong, 2004) onda je u pitanju push faktor.

Na osnovu pregleda literature izdvojili smo sledeće pull i push faktore, što je dato u tabeli:

Tabela 4. Push i pull motivacioni faktori za žene preduzetnike (Izvor: Sistematizacija autora na osnovu literaure)

1. Kategorija faktora	2. Naziv faktora
3. Pull faktori	4. Potreba za autonomijom i nezavisnošću
	5. Potreba za samoostvarenjem i ličnim razvojem
	6. Što bolja kontrola sopstvene sudbine
	7. Želja za sticanjem bogatstva
	8. Ostvarenje sna
	9. Društveni status i prestiž
	10. Identifikovane prilike, ponuda proizvoda i usluga potrebnih tržištu
11. Push faktori	12. Nezaposlenost, nepovoljna stanja na tržištu rada
	13. Prihodi koji omogućuju život van zone siromaštva
	14. Niske, demotivišuće plate u firmama
	15. Stresno i negativno radno okruženje
	16. Pritisak familije
	17. Nedovoljan dodatak familije
	18. Potreba za fleksibilnim radnim vremenom
19. Push/pull faktori	20. Postojeće znanje i veštine
21.	22. Uticaj drugih ljudi i ugledanje na druge

U više studija push i pull faktora primećuje se neizbalansirani pristup, istraživači forsiraju pull faktore na uštrb push faktora odnosno ističu dominaciju pull faktora (Birley i saradnici, 1987; Scheinberg i MacMillan, 1988; Delage, 2002; i dr.). Međutim drugi istraživači se ne slažu sa takvim navodima. Tako Hughes (2003) istražujući žene preduzetnike i samozaposlene u Kanadi argumentuje da studije koje forsiraju pull faktore sadrže manjkavosti poput suženog definisanja push faktora (izostavljajući radna stanja poput stresa i nesigurnosti kao i kvaliteta posla), pojednostavljenja kompleksnost faktora i težnji za dihotomizacijom (uticaj samo pull ili samo push faktora što ne odgovara većini realnih situacija). Saglasno Granger i saradnicima(1995) umesto dihotomije bolje je sagledavati dejstvo push i pull faktora

kao kontinuum duž koje mnoge kombinacije mogućnosti i ograničenja postoje. Opredeljenje za preduzetništvo nije isključiv izbor između push i pull faktora već njihova kombinacija (Orhan i Scott, 2001).

Deo razloga u kojima različiti istraživači nalaze dominaciju pull faktora odnosi se na istraživanja muških preduzetnika. Generalno istraživači nalaze (Birley i saradnici, 1987; Dubini, 1988; Shane i saradnici, 1991 i dr.) da muškarci započinju njihov biznis primarno kao rezultat pull faktora (nezavisnost; veća kontrola nad vlastitim radom; želja za što većim sticanjem novca dr.). Međutim istraživanja ženskog preduzetništva ukazuju na značaj push faktora. Hughes (2003) u svojoj studiji naglašava da dublja interpretacija nalaza ukazuje da su push faktori (npr. nedostatak mogućnosti na postojećem poslu, negativno radno okruženje, stres i dr.) veoma važni u kontekstu odluka žena da postanu preduzetnice ili samozaposlene. Sullivan i saradnici (1997) nalaze da žene percipiraju radno okruženje u velikim organizacijama kao neprijateljsko i ova percepcija značajno utiče na nameru žene da se napusti takva organizacija i krene u preduzetništvo. Ova i slična istraživanja ukazuju da push faktori mogu biti od većeg uticaja na žene nego na muškarce.

U našem istraživanju primenjujemo balansirani pristup push i pull faktorima i usled činjenice da je u Srbiji već više od dve decenije nepovoljan privredni ambijent. Makroekonomski uslovi poslovanja u Srbiji u ovoj deceniji snažno su determinisani nasleđenom teškom situacijom devedesetih i privrednom strukturom iz predtranzicionog perioda, ekonomskom politikom posle 2000. godine i posledicama svetske ekonomske krize. U nepovoljnim ekonomskim uslovima push faktori pretežu u opredeljenju ljudi za preduzetništvo. Saglasno Minniti i saradnicima (2005) u zemljama sa niskim društvenim proizvodom preteže motivacija zasnovana na nuždi (push faktori). U analizi 43 zemlje iz Evrope, Azije i Latinske Amerike Allen i saradnici (2007) nalaze da je motivacija žena za preduzetništvo zasnovana na nužnosti (push faktori) bila naj snažnije izražena u Srbiji, ubedljivo dominirajući nad motivacijom zasnovanom na mogućnostima, nešto manje je bila izražena u Turskoj, Venecueli, Urugvaju i Hrvatskoj. U ostalim zemljama dominira motivacija zasnovana na mogućnostima sa ubedljivo najvećim rezultatom u Norveškoj i Danskoj.

U tabeli je dat racio ženskog preduzetništva zasnovanog na mogućnostima (pull faktori) i na nužnosti (push faktori) prema studiji Allen-a i saradnika (2007):

Tabela 5. Racio ženskog preduzetništva zasnovanog na mogućnostima (pull faktori) i na nužnosti (push faktori) po izabranim zemljama (izvor: Alen i saradnici, 2007)

Rang	Zemlja	Preduzetništvo zasnovano na mogućnostima/preduzetništvo zasnovano na nužnosti (žene preduzetnici)
1	Srbija	0,32
2	Turska	0,46
3	Hrvatska	0,77
7	Letonija	1,02
14	Francuska	1,52
22	Rumunija	2,63
28	Sjedinjene Američke Države	3,01
32	Slovenija	3,83
36	Grčka	5,38
41	Danska	17,69

Saglasno obimnom istraživanju Babović (2012) većina preduzetnica u Srbiji (68%) se opredeljuje pri započinjanju biznisa iz nužde (push faktori) a manje zbog prilike (pull faktori). Regionalne razlike se nisu pokazale kao značajne izuzev u ruralnim područjima, međutim obrazovanje povećava izgleda da preduzetnice započinju biznis na osnovu prilike. Tako 46% preduzetnica sa visokim obrazovanjem započinju poslovni poduhvat na osnovu prilike a sa srednjim obrazovanjem 23% i sa osnovnim 21%. Istraživanje Stošić i saradnika (2016) na uzorku od 40 ispitanica (istraživanje je uvrstilo po tri push i pull motivaciona faktora) pokazuje suprotne rezultate odnosno nešto veće učešće pull faktora. Međutim uzorak nije sadržao preduzetnice sa srednjim i osnovnim obrazovanjem. Praktično i ovo istraživanju je pokazalo da sa porastom obrazovanja preduzetnica pull faktori postaju sve izraženiji.

Poslednjih nekoliko godina privreda Srbije je počela da se oporavlja ali dinamika oporavka još nije dovoljno snažna. U uslovima privrednog oporavka za očekivati je povećanje uticaja pull faktora. Sa stanovišta i pojedinca i privrede potrebno je poboljšavati racio pull faktora odnosno postići veći uticaj pull faktora među populacijom žena preduzetnika u Srbiji pošto pojedinci, koji motivisani pull faktorima postaju preduzetnici, su često uspešniji i u biznisu i u njihovim personalnim životima u odnosu na one motivisane push faktorima (Amit i Muller, 1995).

5. BARIJERE SA KOJIMA SE SUOČAVAJU ŽENE PREDUZETNICE

Društvo dvadesetprvog veka nastoji da ostvari potpunu rodnu ravnopravnost i nediskriminaciju, što se smatra kolosalnim civilizacijskim dostignućem. Rodna ravnopravnost je tema o kojoj se često govori u javnosti, najčešće u kontekstu jednakih prava korišćenja resursa javnog sektora. O pravima žena se takođe često govori u različitim kontekstima poput socijalne i zdravstvene zaštite, zaštite od nasilja, pravo na učešće u raznim oblastima društvenog života i dr. Napredak je ostvaren u mnogim oblastima poredeći prošlost i sadašnjost.

Kada je međutim reč o biznisu situacija je nešto drugačija, odnosno napredak je sporiji od očekivanja. Statistički podaci ukazuju na činjenicu da je biznis još uvek dominantno muška aktivnost mada se jaz smanjuje. Saglasno Babović (2012) od ukupnog broja aktivnih (privatnih) privrednih društava i radnji u Srbiji preduzetništvo žena čini tek 26%, što je nisko poredeći svetska iskustva. Situacija je slična poredeći različite oblasti u Srbiji, što znači da ni urbane sredine ne prednjače. Takođe, u odnosu na neke druge aspekte rodne ravnopravnosti, manje je interesovanje za specifične probleme i barijere sa kojima se suočavaju žene preduzetnici, rukovodioci, inovatori, odnosno poslovne žene generalno. Saglasno Ernst & Young (2017) procenat učešća preduzeća koje vode žene je 30%. Prema podacima iz 2018, poverenica za zaštitu ravnopravnosti Republike Srbije Brankica Janković iznosi da žene čine 34% od ukupnog broja preduzetnika u Srbiji (Vlada Republike Srbije, 2018).

Srbija treba žene preduzetnike, one mogu biti ključne za privredni rast i razvoj zemlje, uključujući i razvoj nerazvijenih/ruralnih oblasti, doprinoseći povećanju zaposlenosti, boljem kvalitetu života i sveukupnom bogatstvu. Društvo ovo ne prepoznaje dovoljno, saglasno studiji Unije poslodavaca Srbije (2013) žensko preduzetništvo se samo sporadično prepoznaje kao nedovoljno iskorišćen potencijal, tako da još uvek nema sistematičnu i sveobuhvatnu podršku. Svakako ovde postoji ogroman prostor za poboljšavanje i društvo u narednom periodu (uključujući različite stejkholdere javnog i privatnog sektora) treba da uloži napore kako bi se žene u Srbiji u mnogo većem broju upustile u preduzetničke i inovativne aktivnosti.

U Srbiji se žene u biznisu i one koje nameravaju da pokrenu biznis suočavaju sa kompleksnim izazovima počev od nepovoljnog privrednog okruženja uzrokovanog još početkom devedestih. Preduzetnice i potencijalne preduzetnice se nose sa različitim barijerama i problemima u započinjanju i građenju njihovih preduzetničkih i inovativnih poduhvata. I pored izvesnih napora javnog i privatnog sektora, uključujući i nevladine organizacije, postoji još značajan polni jaz u preduzetništvu koji postavlja žensku populaciju u slabiju poziciju. Ovo nije samo rezultat kompleksnog preduzetničkog okruženja sa kojim se suočavaju žene u Srbiji već i posledica različitih barijera uključujući i osobine, stavove i motivaciju.

Jedna od esencijalnih tema u okviru ženskog preduzetništva odnosi se na barijere koje sputavaju žene da postanu preduzetnici i probleme sa kojima se suočavaju žene preduzetnici. U brojnoj i heterogenoj literaturi o preduzetništvu polni jaz (gender gap) se prihvata kao realnost. Međutim tek sa razumevanjem barijera ženskom preduzetništvu možemo postići potrebna znanja o prirodi ovog jaza. Poznavajući barijere sa kojima se suočavaju žene u preduzetničkim i inovacionim naporima mogu se tražiti putevi i načini njihovog eliminisanja ili barem značajnog smanjenja.

Istraživači širom sveta izveštavaju o brojnim barijerama sa kojima se susreću žene u biznisu, uključujući ne samo zemlje u razvoju (Bouguerra, 2015; Raghuvanishi i saradnici, 2017) već i u najrazvijenijim zemljama kao što je SAD (Cantwell, M., 2014). Postoji više pristupa koji se mogu kombinovati pri istraživanju barijera i problema u ženskom preduzetništvu: pristup osobina koji se zasniva na psihološkim i biheviorističkim teorijama; pristup koji ističe važnost bliskog i šireg okruženja koje snažno utiče na preduzetničke aktivnosti i funkcionalan pristup koji ističe kvalitet preduzetništva kao vitalan.

5.1 Pristup barijerama ženskom preduzetništvu zasnovan na osobinama

Pristup zasnovan na osobinama naglašava postojanje potrebnih osobina asociranih sa preduzetništvom. Mnogi autori su nastojali da daju svoj doprinos ovoj problematici. U literaturi se ističu sledeće osobine: samopouzdanje Gartner (1989); skolonost ka preuzimanju rizika (Mill, 1984); toleranciju na neodređenost (Schere, 1982); nedostatak inicijative (Mishra, 1996); strah od neuspeha (Bosma i saradnici, 2008); lokus kontrole (Rotter, 1966); inovativnost i buduća orijentacija (Schumpeter, 1933). Ukoliko se pokaže da žene nemaju potrebne osobine onda se može objasniti njihovo manje učešće u preduzetništvu. Ovo znači da neposjedovanje ovih osobina je prepreka preduzetništvu.

Iako nisu svi rezultati mnogobrojnih studija jednoglasni u oceni da postoji polna razlika (gender gap) u osobinama važnim za preduzenike, u nekim studijama prevladava takvo mišljenje (Henning i Jardin, 1977; Jianakoplos i Bernasek, 1998; Furdus i Kohn, 2010; Bönthe i Jarosch, 2011 i dr.). Ovo znači da nisko samopouzdanje, strah od neuspeha, pasivna orijentacija, neskolonost riziku i druge osobine su u nekom stepenu više problematične za žene preduzetnike u odnosu na preduzetnike muškog pola. Prema El Namaki (1990) ženske vrednosti i stavovi nisu kongruentni sa generalno prihvaćenim generičkim preduzetničkim osobinama i potrebama odnosno u suprotnosti su sa samopouzdanjem, novcem kao merom, individualnošću i budućoj orijentaciji. Istraživanja pokazuju da ženski preduzetnici imaju manje samopouzdanja u odnosu na preduzetnike muškarce (Hisrich, 1986; Pines i saradnici, 2010). Prema Bönthe i Jarosch (2011) personalne osobine doprinose polnom jazu, prema njihovoj studiji naročito se nivo kompetitivnosti i tolerancija na rizik značajno razlikuju između muškaraca i žena. Studija Allen i saradnici (2007) nalazi da bi strah od neuspeha u većem procentu žene nego muškarce sprečio da započnu biznis. Furdus i

Kohn (2010) utvrđuju da postoji gender gep u osobinama kao što su izbegavanje rizika, i potreba za ostvarenjem.

Neke druge studije međutim ne nalaze značajne razlike između muških i ženskih prihvaćenih preduzetničkih osobina ili, da ukoliko razlike i postoje, one nisu toliko velike. Sexton i Bowmann-Upton (1990) nalaze više sličnosti nego razlika između muških i ženskih ispitanika, ali da jaz još postoji kada su u pitanju inicijativa i preuzimanje rizika, saglasno istraživanju ovih autora žene su manje voljne da se uključe u situacijama sa neodređenim ishodom. Prema studiji Sanchez i Licciardello (2012) razlike među polovima nisu nađene u važnim preduzetničkim osobinama lokusu kontrole, sklonosti ka riziku i proaktivnosti, jedina dimenzija gde je utvrđena značajnija razlika u korist muškaraca je preduzetnička samo-efikasnost koja se povezuje sa samopouzdanjem (Holienka i saradnici, 2016). Studija Maskoliunaite i Paraigiene (2004) nalazi značajnim rizik, strah od neuspeha i nedostatak inicijative. Caliendo i saradnici (2014) demonstriraju da žene u proseku imaju iste karakteristike kao muškarci, izuzimajući pitanja rizika. Ovi i drugi nalazi govore da se veće učešće muškaraca u preduzetništvu, u odnosu na žene, može objasniti drugim faktorima (a mnogo manje na osnovu razlika u osobinama). Svakako potrebno su dodatna istraživanja u različitim kontekstima kako bismo za svaku potrebnu preduzetničku osobinu mogli eksplicitno reći da li razlike uopšte postoje i u kojoj meri, i da ustvari nisu vođene prirodom već su uzrokovane socijalizacijom i nekim saglasno Caliendo i saradnicima (2014) još neprimećenim faktorima. Takođe, vremenske studije mogu pokazati da li se razlike smanjuju.

5.2 Barijere ženskom preduzetništvu koje se odnose na okruženje

Pristup koji se zasniva na okruženju je već dugo u fokusu pažnje istraživača. Ovde ima dosta prostora za istraživanje pošto okruženje može da utiče na mnoge načine. Okruženje može da se odnosi na blisko okruženje (porodicu i životne uslove), finansijsko okruženje (pristup resursima, mogućnost pribavljanja finansijskih sredstava), ekonomsko okruženje (privredni ambijent), političko-pravno okruženje (država i lokalna samouprava, pravne barijere), barijere koje se odnose na neodgovarajuću preduzetničku infrastrukturu, socio-kulturno okruženje (tradicija i običaji, kulturni obrasci i vrednosti, pozicija žene u društvu) i dr.

Jedno od pitanja na koja se istraživači usredsređuju je ograničenost učešća žena u biznisu usled višestrukih uloga. Javaheri i Ghosai (2014) spominju da se od žena očekuje da imaju višestruke uloge i da različite uloge ograničavaju mogućnosti za žene da stvaraju i proširuju njihove aktivnosti. Žene imaju mnogo obaveza u porodici počev od brige prema deci, starijim ukućanima (članovima porodice), svakodnevnim domaćinskim poslovima (spremanje ručka, održavanje higijene) i dr., tako da ukoliko se opredele za preduzetničku karijeru treba da izdvoje dovoljno vremena i žongliraju između poslovnih i familijarnih obaveza (Heilbrun i Davidovitch, 2011). Saglasno studiji Babović (2012) u Srbiji preduzetnice imaju dugo radno vreme i dugu radnu nedelju, u proseku provedu dnevno u radu 10,5 sati a njihova radna nedelja prosečno

traje 6,2 dana. Iako žene preduzetnici ulažu mnogo vremena i napora u vođenju svojih preduzeća, one su angažovane i za većinu kućnih poslova. Konfliktni zahtevi porodice i poslovanja u životu su barijera ženskom preduzetništvu i često opredeljuju žene da prvenstvo daju potrebama porodice.

Nedostatak resursa, odnosno otežan pristup resursima, naročito finansijama, se često ističe u literaturi kao jedna od glavnih barijera ženskom preduzetništvu. Robb i Coleman (2011) nalaze da preduzeća koja započinju sa višim nivoom kapitala imaju veću verovatnoću da pokažu znatno bolje performanse. Pošto kako studije pokazuju (Carter i Shaw, 2006; Piacentini, 2013) preduzeća u ženskom vlasništvu obično započinju sa manje kapitala to ostvaruju i slabije rezultate što se ogleda u manjim prihodima i profitabilnošću, manjem rastu i sporijem širenju poslovanja, kao i otežanom opstanku. Carter i Shaw (2006) ističu da žene ne samo što imaju manje kapitala da iniciraju poslovno vlasništvo, već i manje koriste dug kao izvor finansiranja i mnogo manje preduzetnički kapital. Žene više zasnivaju svoj biznis na sopstvenom kapitalu i kapitalu porodice (McCracken i saradnici, 2015) što povećava verovatnoću da će njihov biznis sporije rasti u odnosu na biznis koji koristi spoljne izvore finansiranja. Nisko korišćenje preduzetničkog kapitala je takođe problematično, preduzetnički kapital je važan izvor finansiranja za preduzetničke poduhvate posebno za one koji su inovativni i zasnivaju se na dobroj poslovnoj ideji.

Situacija u Srbiji je međutim nepovoljnija u odnosu na evropska iskustva i iskustva više zemalja u drugim krajevima sveta. Srbija je još uvek zemlja u tranziciji iako je tranziciju započela pre više od četvrt veka. Veselinović (2017) govori o tranzicionoj zamci – strukturnoj krizi koja se naziva tranzicionizam i označava nikada završenu tranziciju. U celom tranzicionom periodu su veoma nepovoljni uslovi finansiranja i neodgovarajući oblici i obim finansijske podrške: dominiraju banke sa skupom kreditnom ponudom i kratkim rokovima otplate kredita, a nedostaju razvijenije mikrokreditne institucije na nacionalnom i regionalnom nivou, ali i drugi finansijski instrumenti, primereni realnim finansijskim potrebama malim i srednjim preduzećima i njihovoj ekonomskoj snazi. Takođe, još uvek je nerazvijen programski pristup finansijama – saradnja sa privatnim investitorima, programi kredita i kreditnih garancija, zajmovi bez kolaterala za obezbeđivanje kapitala za inovativna mala i srednja preduzeća, poreski podsticaji i sl. Poseban problem je što u Srbiji nedostaje preduzetnički kapital, ovakav način finansiranja preduzetništva je u Srbiji još u povoju.

Ekonomsko okruženje (privredni rast, industrijska proizvodnja, inflacija, kamatne stope, platni bilans, investicije, monetarna politika i dr.) primarno određuje performanse date ekonomije i snažno utiče na preduzetništvo. U doba ekonomskog buma poslovanja se šire i broj novosnovanih preduzeća raste. Suprotna situacija je u vremenu recesije i krize. Ukupan privredni ambijent za preduzetništvo u Republici Srbiji je dugo bio nepovoljan. Makroekonomski uslovi poslovanja u Srbiji snažno su determinisani nasleđem iz devedesetih, ekonomskom politikom posle 2000. godine i posledicama svetske ekonomske krize. Saglasno Arsić (2016) usled nepovoljne

situacije još od devedestih BDP Srbije u 2015. godini je za 25% niži nego u 1989. godini, a u istom periodu bivše socijalističke zemlje centralne i istočne Evrope su u proseku povećale BDP za blizu 60%. Privredni sistem Srbije je opterećen strukturnim neskladima, zaostalom tehnologijom, visokim troškovima proizvodnje, neefikasnošću, niskim nivoom investicija i malim izvozom (Zakić, i saradnici, 2017). U takvim uslovima preduzetnička klima u Srbiji ne može biti povoljna, što pokazuje i globalni indeks razvoja preduzetništva koji predstavlja pokazatelj kvaliteta preduzetništva, i posebno je vezan za efekte preduzetništva i inovacija u nekoj zemlji uslovljenih individualnim i institucionalnim faktorima. Vrednost ovog indeksa za Srbiju 2013 iznosila je 0,20 što je 80-81 mesto u svetu (GEDI, 2013). Situacija se poslednjih godina nešto poboljšala i 2018 vrednost indeksa je 26,4 što Srbiju rangira kao 74 u svetu, i to je u odnosu na zemlje okruženja bolje od Albanije i Bosne i Hercegovine ali lošije od Bugarske i Makedonije (GEDI, 2018).

Političko pravno okruženje uključuje stabilnost vlade, poresku politiku, birokratske prepreke, stopu diskriminacije i uopšte sve aspekte koji se odnose na političku situaciju, vladu, lokalne organe i javni sektor, i zakonsku regulativu. Usled ograničenih institucionalnih kapaciteta u Srbiji nije izvršena neophodna reforma javnog sektora u pogledu depolitizacije i profesionalnog upravljanja javnim preduzećima i državnim institucijama. Mala i srednja preduzeća su često na milosti i nemilosti administracije i prepreka birokratske prirode (NARR, 2011). Prema Zakiću i saradnicima (2011) problem su i birokrate koje kontrolišu procedure i čine ih komplikovanim, jer su komplikovane procedure izvor njihovog uticaja, naročito kada idu ruku pod ruku sa mogućnošću arbitrarnog odlučivanja. Porezi i doprinosi takođe predstavljaju barijeru, iako fiskalni sistem u Srbiji teži da bude podsticajan, neki fiskalni nameti, a posebno doprinosi na plate i porezi na imovinu mogu biti teret u toku prve tri godine poslovanja (Bobić, 2017). Pored toga postoje brojni parafiskalni nameti, većinom vezani za politike na lokalnom nivou, koji su često nepredvidivi (Bobić, 2017).

U literaturi se pravne restrikcije posebno u zemljama u razvoju, i u kombinaciji sa pristupom kapitalu za start-up i poslovni rast, ističu kao velike barijere ženskom preduzetništvu. Neke zemlje nameću pravne restrikcije na žensku sposobnost da čine izbore, zahtevajući od njih da traže dozvolu njihovih muževa pre nego što započnu poslovni poduhvat (Kabeer, 2012). Mada još pre samo nekoliko decenija i neke od danas razvijenijih privreda imale su pravne restrikcije za žene, tako u Španiji do sredine sedamdesetih žene nisu imale puno učešće u svim aspektima ekonomske aktivnosti bez dozvole muževa (Muñoz i Pérez, 2007). U određenim regionima severne Arike i Bliskog istoka finansijska tržišta i sistemi kreditiranja nisu odgovarajući, stoga postoje ograničene mogućnosti posebno za žene preduzetnike. One ne mogu pristupiti ovim resursima da bi kreirale nove poslovne poduhvate ili razvile biznis (Niazkar, Arab-Moghaddam, 2011). Dispariteti u pravnim pitanjima variraju a najveći polni jaz se uočava u južnoj Aziji, podsaharskoj Africi i u severnoj

Africi i Bliskom i srednjem istoku (Morsi i Youssef, 2017), mada čak evropske i severnoameričke zemlje još nisu potpuno imune ovog gepa.

U Srbiji je situacija znatno bolja, što je i posledica ravnopravnosti polova uvedene još u vreme socijalističkog sistema. Svi zakoni poslovanja i radnih odnosa su rodno neutralni i postoji zaštita od eventualne rodno diskriminativne primene (Babović, 2012). Međutim u oblasti rodne ravnopravnosti Srbija je još ispod evropskog proseka, saglasno Babović (2016) prema indeksu rodne ravnopravnosti za 2014 Srbija sa rezultatom 40,6 zaostaje za Evropskom unijom čiji je rezultat 52,9% (za 2012), pri čemu je najveća razlika u oblastima rada i novca, najmanja je u zdravlju a jedino u moći Srbija je ispred EU (rezultat u vezi moći je posledica visoke zastupljenosti žena na rukovodećim položajima u državnim organima i broju poslanica u Narodnoj skupštini). Ovo znači da u praksi ima još mnogo toga što treba uraditi da se rezultat dovede na evropski nivo.

Različite privrede i pravni sistemi reflektuju različite socio-kulturne obrasce, norme i vrednosti. Saglasno studiji koju je vodio Stevenson (1984) ženski preduzetnici su izjavljivali da su one vaspitavane da su muškarci bolji i važniji i da je krajnja uloga u životu žene da bude supruga i majka. Prema Niazkar i Arab-Moghaddam (2011) u kategoriji socio-kulturnih barijera većina briga žena je bila usled nerazumevanja društva i autoriteta, nedostatku njihove pažnje i senzitivnosti, kao i njihovog negativnog stava ka ženama preduzeticama. Jerinabi i Santhi (2012) govoreći o situaciji u Indiji ističe da najveća prepreka ženama preduzeticima je što su žene. U dominantnoj muškoj kulturi izgrađeno je predubedenje da je riskantno finansirati ženske poslovne poduhvate iz čega proizilazi finansijske institucije su skeptične o poslovnim sposobnostima žena, postavljaju nerealne i nerazumne uslove za žene preduzetnice, obeshrabruju žene preduzetnice usled verovanja da mogu napustiti njihovo poslovanje i vratiti se aktivnostima domaćice pri prvim poslovnim teškoćama i dr. Deo barijera odnosi se na ukupnu slabiju poziciju žene u društvu. Saglasno Ascher (2011) žene u zemljama u razvoju imaju otežan pristup u postizanju kapitala i usled njihove slabije društvene pozicije. Mada i u razvijenim zemljama prepreke ove vrste nisu sasvim uklonjene finansijske institucije postaju sve više svesne o sposobnostima žena da vode preduzetničke aktivnosti.

U Srbiji se još uvek mogu primetiti određeni ostaci starih kulturnih obrazaca, vrednosti, shvatanja podela uloga i stereotipa. Saglasno Babović (2012) 4% preduzetnica nema pristup novcu za ličnu potrošnju usled centralizovanih budžeta kojima obično upravljaju njihovi muževi ili partneri. Mnogo više se jaz može uočiti u polarizaciji na muška i ženska zanimanja (UPS, 2013) što čini da se žene manje opredeljuju za atraktivna informatička i tehnička zanimanja a više za društvene i humanističke discipline. Empirijsko istraživanje o rodnoj ravnopravnosti u Srbiji (Ignjatović i saradnici, 2010) pokazuje da dobijeni rezultati nisu mnogo različiti od rezultata u Evropskoj uniji. Shvatanja i stereotipi koji još ukazuju na tragove patrijarhalnog načina razmišljanja i muške dominacije u društvu su da devojičice treba da: pomažu u kućnim poslovima (31% muških i 24% ženskih ispitanika); pokazuju

emocije (11% muških i 10% ženskih ispitanika); budu poslušne (14% muških i 9% ženskih ispitanika) i brinu o drugima (11% muških i 9% ženskih ispitanika). Statistički značajne razlike koje su važnije za dečake povezane su sa bavljenjem sportom i samostalnošću (Ignjatović i saradnici, 2010). Rezultati ukazuju da je i u Srbiji trend prihvatanja savremenog koncepta rodne ravnopravnosti i realno je očekivati da će se i ovi stereotipi vremenom smanjivati.

Preduzetnička infrastruktura u širem smislu predstavlja ukupnost svih prostorno specifičnih oblika odvijanja različitih preduzetničkih i inovativnih aktivnosti. Saglasno van de Ven (1993) ova infrastruktura obuhvata: institucionalne aranžmane za legitimaciju, regulisanje i standardizaciju nove tehnologije; javne izvore naučnog znanja, mehanizme finansiranja i skup kompetentnih radnika; kao i istraživanje i razvoj, proizvodnju, marketing i distribuciju od strane preduzetničkih firmi za komercijalizovanje novih proizvoda. Prema Medaković i Vasković (2018) preduzetnička infrastruktura predstavlja prostorno-tehničke oblike za podršku razvoja preduzetništva, sa akcentom na formiranje i razvoj malih i srednjih preduzeća. Komponente ove infrastrukture su: poslovne zone, tehnološki parkovi, inkubatori i klasteri. Privredne i industrijske zone u Srbiji imaju dugu tradiciju sa oscilacijama u razvoju u skladu sa ekonomskim i političkim kretanjima. Razvoj klastera u Srbiji je započeo 2004 i imao je podršku svih dosadašnjih vlada što je i doprinelo osnivanju mnogih klastera i određenim rezultatima, tako npr. klasteri iz sektora informaciono-komunikacionih tehnologija su postali značajni učesnici u promociji sektora, međutim i dalje se primećuje nepostojanje dovoljno razumevanja u poimanju koncepta klastera i koristima od ovakvog vida udruživanja poslovnih subjekata i postoji mnogo prostora za poboljšanje i dalji razvoj klastera (Žarković i saradnici, 2016). S druge strane tehnološki parkovi i poslovni inkubatori u Srbiji su i dalje nerazvijeni. Neodgovarajuća i nerazvijena preduzetnička infrastruktura utiče na sve preduzetnike, ali razvoj ove infrastrukture posebno bi mogao da ima pozitivan uticaj na žensko preduzetništvo.

5.3 Barijere ženskom preduzetništvu povezane sa kvalitetom preduzetništva

Funkcionalni pristup naglašava vitalnu ulogu kvaliteta preduzetništva (Kilby, 1971). Generalno u formalnoj edukaciji žene su u ravni sa muškarcima ali se razlike mogu uočiti po privrednim granama i zanimanjima koja više privlače žene u odnosu na muškarce i obrnuto. Žene imaju manje iskustva na menadžment pozicijama što deluje kao prepreka postizanju iskustva i veština u menadžmentu koje mogu biti korišćene u preduzetništvu (Boden i Nucci, 2000). Mnoge žene preduzetnici postižu njihovo prvo menadžersko iskustvo u vlastitom biznisu. Nedostatak iskustva žena preduzetnika u menadžmentu, finansijama i drugim disciplinama važnim za njihovo poslovanje stvara probleme koji limitiraju rast njihovog biznisa (Hisrich i Brush, 1984). Prema McClelland i saradnicima (2005) nedostatak menadžerskog i poslovnog iskustva je jedna od najvećih barijera sa kojima se susreću žene preduzetnici. Ovo je i jedan od razloga zašto žene koje odluče da se bave biznisom mnogo više biraju tradicionalne sektore, kao što su maloprodaja ili personalne usuge a daleko manje napredne

tehnološke sektore kao što je oblast informaciono komunikacionih tehnologija. Izbor zanimanja, uključujući obrazovanje, obuku i sticanje iskustva u nekoj oblasti, smanjuje mogućnost za žene preduzetnice da startuju poslovne poduhvate u tehnološki naprednim sektorima (Keser, 2014).

Atributi, znanje i veštine, edukacija, iskustvo i reputacija čine ljudski kapital preduzetnika. Pored ljudskog kapitala pažnju istraživača ženskog preduzetništva je privukao i socijalni kapital. Pojam socijalnog kapitala uobličena je u okviru Bourdieuve teorije kapitala, kao agregat aktuelnih ili potencijalnih resursa koji su povezani sa mrežom više ili manje institucionalizovanih relacija, ili drugim rečima sa članstvom u grupi, koja svakom od članova obezbeđuje potporu kapitala u kolektivnom vlasništvu (Bourdieu, 1986). Sržna ideja socijalnog kapitala je da društvene mreže, odnosno odnosi među ljudima imaju vrednost koja se ogleda u konkretnim benefitima koji rezultiraju iz poverenja, razmene informacija i saradnje ljudi u društvenim mrežama (Ćeranić, 2007). U kontekstu preduzetništva mreže preduzetnicima obezbeđuju pristup resursima potrebnih za startovanje i rast preduzetničkog poduhvata, kao i indirektni pristup trećim stranama i njihovim resursima.

Saglasno Aldrich (1989) žene vide socijalne relacije različito od muškaraca, fokusirajući se na odgovornosti i obaveze dok kod muškaraca preovlađuje šta oni mogu postići od mreže. Žene preduzetnici grade bliže relacije sa njihovim neformalnim resursima, posebno sa familijom, rođacima i prijateljima, i njihove mreže manje teže da uključe formalne agente i informacione izvore. Nedostatak pristupa formalnim socijalnim, poslovnim i tehničkim mrežama znači da one kreiraju različite mreže u odnosu na muškarce, sa većom verovatnoćom da su te mreže neformalno strukturirane (Neider, 1987). Ovo može da ima dalekosežne konsekvence na stopu formiranja novih biznisa, opstanak i rast. Odgovarajuće umrežavanje je važno za žene preduzetnice pošto time može porasti stopa uspeha njihovog biznisa (Sharafizad, 2011). Važnost socijalnog kapitala ogleda se i u tome da povećanje vrednosti socijalnog kapitala dovodi do niza prednosti uključujući postizanje neophodnih resursa, olakšanu koordinaciju i saradnju poslovnih učesnika, širenje znanja i inovacija, s druge strane socijalni kapital je veoma težak da se kopira (Luczak i saradnici, 2010), socijalne relacije su kompleksne i izvor su dugoročne kompetitivne prednosti.

Među barijerama ženskom preduzetništvu koje se navode u literaturi su i nedostatak modela uloga i mentora (Orser i Riding, 2015; Chatterjee i Ramu, 2018). Prema Gibson (2004) modeli uloga imaju tri povezane funkcije: obezbeđuju učenje, obezbeđuju motivaciju i inspiraciju i pomažu pojedincima da definišu njihov koncept. Arenius, Minniti (2005) argumentuju kada se čine odluke u vezi preduzetništva pojedinci razmatraju skup subjektivnih percepcija o preduzetništvu koje formiraju između ostalog i na bazi prisustva modela uloga. Saglasno Minniti i saradnicima (2005) žene imaju ograničene mreže što smanjuje njihove sposobnosti da slede modele uloga. Lockyer i George (2012) demonstriraju da pojedinci koji koriste mreže van njihove familije, rodbine i prijatelja verovatnije će ostvariti preduzetničke ciljeve

nego oni koji koriste modele uloga unutar “jakih” mreža, ovo je posebno važno za žene preduzetnike kada su im modeli uloga iz nižih socijalnih grupa, ili su u pitanju preduzetnici bez relevantnih veština.

Pored modela uloga u literaturi se naglašava i značaj mentorstva. Mentorstvo je definisano kao proces u kome iskusna profesionalna osoba (mentor) nudi individualnu podršku manje iskusnoj osobi (Murray, 1991), podrška mentora uključuje ekspertske savete, uvođenje u poslovanje, pomoć u postizanju praktičnog iskustva i dr. Mentori služe i kao modeli uloga što je za žene preduzetnike posebno značajno (Kickul i saradnici, 2007). Istraživanja pokazuju da je manje verovatno da će žene imati mentora u odnosu na muškarce pri startu i u početnim fazama biznisa (NFWBO, 2001). S druge strane žene preduzetnici koje imaju podršku mentora naglašavaju važnost rada sa mentorima usled njihovog pozitivnog doprinosa koji se odražava na njihov lični rast i razvoj (Hudson-Davies i saradnici, 2002). Prema Clark (2003), mentori su čak važniji nego težak rad, talenat i inteligencija. Stoga kvalitet mentora je prvorazredan i pažljiva selekcija i obuka su ključne za uspeh mentorskih programa. U Srbiji je važnost mentorstva prepoznata i postoje mreže mentora ali nema istraživanja koja govore o delotvornosti mentorskog delovanja.

Na osnovu prethodne diskusije izdvajamo sledeća barijere ženskom preduzetništvu koje su prikazane u tabeli 6.

Tabela 6. Barijere koje sputavaju žene u započinju biznisa (izvor: sistematizacija autora na osnovu literature)

Barijere za žene koje započinju biznis
Barijere vezane za nedostatak samopouzdanja
Barijere vezane za strah od neuspeha
Finansijske barijere, teško pribavljanje finansijskih sredstava
Barijere socijalnih uloga, usklađivanje porodice i biznisa
Barijere koje se odnose na nepovoljan privredni ambijent
Barijere vezane za poreze i poreski system
Birokratske barijere
Društveno kulturne barijere
Barijere neodgovarajuće preduzetničke infrastrukture (poslovne zone, inkubatori, klasteri...)
Barijere izbora odgovarajuće privredne grane/sektora
Barijere vezane za edukaciju, znanje i veštine
Barijere nedostatka poslovnog iskustva i menadžerskog rada
Barijere socijalnog kapitala, socijalne/poslovne/tehničke mreže
Barijere modela uloga (nedostatak uzora za žene preduzetnike)
Barijere pronalaženja mentora

5.4 Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnici

Jednom kada se početne faze poduhvata realizuju, problemi žena preduzetnika u tekućem poslovanju takođe se mogu smatrati preprekama za žene koje nameravaju da započnu biznis. Potencijalne preduzetnice mogu da sagledaju koliko se teško postojeće preduzetnice probijaju u njihovim poduhvatima i kakve sve napore cine da prevladaju brojne probleme sa kojima se suočavaju. Saglasno Popović Pantić (2014) stopa gašenja ženskih preduzeća je veoma visoka i iznosi 47%. što je više i u poređenju sa preduzetnicima muškarcima kod kojih je ta stopa 38%, (što je takođe visoko). Kompleksni problemi sa kojima se suočavaju postojeće preduzetnice i visoka stopa neuspeha destimulativno deluju na potencijalne preduzetnice da i se same upuste u preduzetničke vode.

Prethodna diskusija o barijerama relevantna je i za ovu sekciju. Svakako neki novi problemi se pojavljaju u toku poslovanja. Iako većina tih problema se odnosi na sve preduzetnike generalno postoje određene specifičnosti kada su žene preduzetnici u pitanju što je istaknuto u literaturi. Saglasno Richardson i saradnicima (2004) preduzetnice trpe značajna materijalna ograničenja usled negativnih stavova društva o ženama u biznisu. Orhan (1992) nalazi da su žene preduzetnici diskriminisane na razne skrivene načine. Razni činioci mogu inhibirati žensko preduzetništvo uključujući one koji se odnose na osobine, okruženje i kvalitet preduzetništva.

Pristup zasnovan na osobinama će uvek biti u fokusu pažnje istraživača. U kontekstu postojećeg biznisa jednom kada žene postanu preduzetnici njihovo samopouzdanje vremenom raste a strah od neuspeha jenjava. Međutim neke druge osobine kao što su nedostatak lične inicijative i izbegavanje rizika mogu da ih prate dalje u njihovoj preduzetničkoj karijeri što može imati ozbiljan uticaj na performanse. Ovo može uticati da umesto strategije rasta prevladavaju strategije stagnacije i redukcije što dovodi u pitanje i opstanak biznisa.

Dvojna uloga žene u domaćinstvu i biznisu i nedostatak slobodnog vremena mogu pratiti ženu preduzetnika tokom cele preduzetničke karijere. Posebno se to odnosi na žene preduzetnice koje su majke i koje moraju da odvoje vreme za decu i da se ne zasipaju poslovnim obavezama za vikend (Nel i saradnici, 2010). Saglasno istraživanju Babović (2012) u Srbiji iako su preduzetnice intenzivno angažovane u vođenju svojih preduzeća (10,5 sati dnevno; 6,2 dana traje njihova radna nedelja), one su istovremeno zadužene i za većinu kućnih poslova. Deo problema ove vrste može se smanjiti boljim upravljanjem vremenom i većim preuzimanjem obaveza od strane muževa, ukoliko je reč o preduzeticama koje su u braku, ali samo do nekog stepena.

U literaturi se nedostatak resursa ističe kao jedan od glavnih problema sa kojima se preduzetnice suočavaju (Heilbrunn, 2004). Saglasno Wasilczuk i Zieba (2008) finansijske prepreke su među najvažnijim u razvoju biznisa. Negativni stavovi finansijskih institucija ka ženama u biznisu još postoje (Chamani i saradnici, 2017). u uslovima poslovanja u Srbiji bankarski sektor nameće visoke kamatne stope i druge troškove odobravanja kredita, i nepovoljne uslove i rokove kreditiranja (Aničić i saradnici, 2012). U takvoj situaciji žene preduzetnici teško dolaze do potrebnih sredstava. Saglasno Popović Pantić (2014) preduzetnice se u Srbiji manje opredeljuju za korišćenje programa za jačanje konkurentnosti i inovativnosti, a više za programe koji ne zahtevaju sufinansiranje što ukazuje na malu veličinu biznisa i slabu ekonomsku moć ženskih preduzeća.

Preduzeća sa slabom ekonomskom snagom teže pristupaju i drugim resursima. Za rast i razvoj biznisa su neophodni kadrovi sa potrebnim znanjima i veštinama, međutim oni mogu da budu neraspoloživi. Saglasno svetskoj studiji vođenoj u 41 zemlji (ManpowerGroup, 2012) 1/3 kompanija ne može da nađe kadrove koji su im potrebni. Iako gledano statistički u Srbiji ima raspoložive radne snage situacija je sasvim drugačija kada su u pitanju potrebne kompetencije. Prema Ivković i saradnicima (2013) stručnjaci ne žele da rade u malim i srednjim preduzećima usled finansijskih razloga i nemogućnosti napredovanja. Poseban problem koji važi generalno za srpsku privredu je i neadekvatna tehnologija (Jaško i saradnici, 2006). Primena novih tehnologija bi povećala konkurentnost biznisa koje vode preduzetnice međutim to iziskuje visoke troškove nabavke nove opreme i tehnologije.

Poboljšanje privrednog ambijenta i političko-pravno okruženja je neophodno za veći uzlet ženskog preduzetništva. Saglasno Aničić i saradnicima (2017) u privredi Srbije su narušena osnovna pravila finansiranja, kako vertikalna (odnos sopstvenog prema

tuđem kapitalu, odnos dugoročnih i kratkoročnih izvora), tako i horizontalna (finansijska ravnoteža i stabilnost), što se reflektuje na negativne novčane tokove u preduzećima odnosno hroničnu nelikvidnost. U takvoj situaciji je i stepen finansijske stabilnosti preduzeća nizak kao i stepen finansijske i ukupne poslovne nezavisnosti i samostalnosti u donošenju poslovnih odluka. Naplata potraživanja od kupaca je veliki problem, kašnjenja i produžavanje rokova za plaćanje su uobičajena pojava, štaviše u poslovnoj praksi u Srbiji nije retka pojava da jedan deo potraživanja nikad ne bude naplaćen (Saković, 2012). U prethodnim sekcijama je diskutovano da još uvek nema odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija preduzetništvu generalno i posebno ženskom preduzetništvu, da su vladini službenici nekooperativni i da se preduzetnici „bore“ sa birokratijom. Šćekić i saradnici (2012) navode nerazvijenu pravnu regulativu kao jedan od nedostataka malih i srednjih preduzeća u Srbiji. Negativne posledice postojećeg sistema i prakse su pravna nesigurnost korupcija i siva ekonomija. Saglasno globalnom indeksu konkurentnosti (WEF, 2017) najproblematičnije oblasti za biznis u Srbiji su porezi i neefikasna birokratija, takođe i korupcija je na visokom petom mestu.

Među problemima je i loše stanje infrastrukture u Srbiji (Privredna komora, 2015) uključujući i neodovoljno razvijenu informaciono komunikacionu infrastrukturu. Razvijena infrastruktura je jedan od stubova kompetitivnosti, ona obezbeđuje efikasno funkcionisanje privrede i bitan je činilac utvrđivanja lokacije gde će se odvijati neka poslovna aktivnost, kao i grane i sektore koje je potrebno razvijati. Posebno na značaju dobija razvijena informaciono komunikaciona infrastruktura koja omogućuje sposobnost pristupa velikoj količini informacija dostupnih u trenutku na bilo kom mestu (Drakulić, Miladinović, 2006). Jedan od najvećih izazova za preduzetnice je nedostatak informacija (Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost za period 2016-2020). Poboljšanje infrastrukture omogućava mnogo bolje povezivanje i komunikacije različitih učesnika privatnog i javnog sektora i bolji pristup različitim poslovnim mrežama.

I pored velikog napretka na planu rodne ravnopravnosti u Srbiji socio-kulturni obrasci, norme, vrednosti i stereotipi koji reflektuju patrijarhalnu paradigmu još uvek opstaju i utiču na stvaranje muških i ženskih rodnih uloga. Time se još u nekoj meri održava društvena svest i kreira alibi za dominaciju muškaraca u društvu. Saglasno istraživanju CESID (2013) 24% ispitanika smatra da rukovodeća mesta treba da budu u rukama muškaraca. Ovime se odražava i nepoverenje dela društva u ženske sposobnosti. Istraživanja u svetu pokazuju da u zemljama u razvoju neki muškarci ne žele da imaju ženu za gazdu (Kitching, Woldie, 2004). U tom kontekstu važno je pitanje da li naše preduzetnice percipiraju da postoje takvi stavovi kada neki muškarci izbegavaju ili barem oklevaju da rade u njihovim preduzećima.

Mnoge preduzetnice nemaju adekvatna menadžerska znanja i veštine i kada započnu i razvijaju preduzetnički poduhvat suočavaju se sa nizom teškoća u poslovanju koje su posledica nedostatka potrebnih veština. Jalbert (2000) argumentuje da je usavršavanje veština fundamentalno za preduzetnički rast i kada bi žene imale jasnu poslovnu ideju

i iskustvo u menadžmentu one bi se izjednačile ili prevazišle preduzetnike muškarce. Saglasno Megginson i saradnicima (1991) među glavnim uzrocima neuspeha malih preduzeća su pored nedostatka kapitala, nemanje menadžerskog znanja, neodgovarajuće planiranje i neiskustvo. Neodgovarajuće planiranje se navodi kao jedan od glavnih razloga za poslovni neuspeh (Mogashoa, 2014). Takođe među izazovima sa kojima se preduzetnice suočavaju su neadekvatne marketing veštine odnosno nedostatak sposobnosti da se identifikuju i ciljaju pravi kupci. Saglasno Dhameja i Yadav (2015) neadekvatan publicitet i marketing izazovi su među glavnim problemima žena preduzetnika. U jednom istraživanju u Ujedinjenom kraljevstvu (FSB, 2016) preduzetnice su među najkorisnijim veštinama koje žele da razviju navele veštine marketinga i poslovne strategije. Ista studija navodi da 59% vlasnica biznisa u Ujedinjenom kraljevstvu ažurira njihove poslovne veštine svakih godinu dana (FSB, 2016). U Srbiji međutim, saglasno istraživanju Unije poslodavaca Srbije (2013) samo 23% žena je pohađalo neku vrstu obuke za preduzetništvo i većinom se oslanjalo na savete preduzetnika u okviru porodice ili od prijatelja.

Bazirano na prethodnom izdvajamo sledeće probleme sa kojima se suočavaju preduzetnice što je prikazano u tabeli 7.

Tabela 7. Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnici (izvor: sistematizacija autora na osnovu literature)

Aktuelni problemi žena preduzetnika
Nedostatak lične inicijative
Izbegavanje rizika
Nedostatak slobodnog vremena
Dvojna uloga žene u domaćinstvu i biznisu
Nedostatak finansijskih resursa
Negativan stav finansijskih institucija ka ženama u biznisu
Visoke kamatne stope za kredite i nepovoljni uslovi vraćanja
Neraspoloživost ljudi sa potrebnim znanjima i veštinama
Neadekvatna tehnologija/visoki troškovi nabavke nove tehnologije
Kašnjenje naplate od kupaca
Nedostatak odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija
Nekooperativni vladini službenici i neefikasna birokratija
Neadekvatna poreska politika
Nerazvijena pravna regulativa i pravna nesigurnost
Neodgovarajuća infrastruktura, informacije i komunikacije
Dominacija muškaraca u društvu, postojeća kultura i stereotipi
Nedostatak poverenja društva u ženske sposobnosti
Oklevanje kadrova muškog pola se zaposle kod žene preduzetnika
Nedostatak menadžerskih veština
Neodgovarajuće planiranje
Neadekvatan marketing i publicitet

6. Faktori koji pokreću i stimulišu žensko preduzetništvo

Motivacioni faktori mogu biti snažni pokretači ali odluka da se startuje vlastiti biznis ne zavisi samo od motiva koji inspirišu potencijanog preduzetnika. U literaturi se ističe da je Broj aktuelnih preduzetnika uvek niži od broja potencijalnih preduzetnika (Lengley, 2012). U suočavanju sa brojnim barijerama mnogi potencijalni preduzetnici nikada ne započnu vlastiti biznis. I oni koji započnu biznis suočavaju se sa snažnim problemima. Saglasno podacima OECD (2015) stopa opstanka biznisa je 50% nakon 5 godina i 40% nakon 7 godina, i homogena je bez obzira na zemlju članicu OECD. Ovi podaci utiču destimulativno na potencijalne preduzetnike.

Svakako realnost ne reflektuje uvek barijere za koje potencijalni preduzetnici veruju da postoje, takođe potencijalni preduzetnici mogu da ne percepiraju neke barijere koje bi značajno mogle da sputavaju njihov poduhvat (Violery i saradnici, 1997). Ovo znači da u mnogim slučajevima percepirane barijere zavise od ličnosti preduzetnika. Odluka da se započne biznis determinisana je motivima, eksternim i internim faktorima uzimajući u obzir potencijalne pretnje i gubitke (Staniewski, Awruk, 2015).

Generalno u literaturi (Parker, 2004; Stokes i saradnici, 2010; Kritikos, 2014) preduzetništvo se posmatra kao osnovna snaga ekonomskog rasta, koja u velikoj meri utiče na smanjenje nezaposlenosti, što je široko prihvaćeno od strane kreatora politike i ključnih donosioca odluka širom sveta. Podrška preduzetništvu od strane vlade, kao i drugih stejkholdera, je usled činjenice da je preduzetništvo izvor potencijalnih benefita za društvo kao celinu (mada uloga vlade može da bude i negativna na razne načine, kroz poreze, birokratske barijere, pogrešnu ekonomsku politiku i dr). Međutim ako je delovanje vlade i drugih učesnika usmereno generalno na preduzetništvo, bez razmatranja posebnih kategorija preduzetnika, različite grupe koje se suočavaju sa nejednakim (većim) barijerama imaju manje šansi da pokrenu preduzetnički poduhvat (Holienka i saradnici, 2016). Kada je u pitanju žensko preduzetništvo jasno se ističu mnoge barijere koje u krajnjem skoruu utiču da je stopa ženskog preduzetništva manja u odnosu na ukupnu populaciju preduzetnika.

Prema OECD (2004) iako izuzetno značajan, žensko preduzetništvo je još uvek neiskorišćen izvor ekonomskog rasta, stvarajući nove poslove za sebe i druge i obezbeđujući društvo sa različitim rešenjima za menadžment, organizaciju i poslovne probleme, kao i za istraživanje preduzetničkih mogućnosti. Jedno od glavnih istraživačkih pitanja ženskog preduzetništva je istražiti vodeće faktore koji pokreću ženske preduzetničke napore. Poznavajući ove pokretače, delovanjem različitih stejkholdera, uslovi i perspektive za žensko preduzetništvo se mogu menjati, poboljšavati i napredovati što treba da doprinese da se u značajnoj meri žene više odlučuju za započinjanje biznisa. Za ostvarivanje što boljih rezultata potrebno je aktivno učešće mnogih kategorija stejkholdera: javnog sektora (uključujući vladine i lokalne organe), privatnog sektora, akademskih i uopšte obrazovnih institucija i organizacija civilnog društva uključujući ženske mrežne organizacije (Lindberg i saradnici, 2014). Značajnim porastom broja novih preduzeća čije su vlasnice žene

doprinosi se ne samo rastu i razvoju privrede i boljim ekonomskim pokazateljima već i boljem položaju žene i unapređenju rodne ravnopravnosti što predstavlja milenijumske ciljeve Ujedinjenih nacija.

Faktore smo podelili u sledeće kategorije: ličnost (samopouzdanje), balans radnog života, finansijska podrška, društveni i ekonomski, informaciona i mentorska podrška, edukacija, socijalni kapital i promocija.

6.1 Razvoj samopouzdanja

Samopouzdanje ima vitalnu ulogu u skoro svakom aspektu ljudskog života, personalnom i poslovnom. Samopouzdanje se generalno definiše kao poverenje u sebe, svoje moći i sposobnosti (Althaus, 2017). Samopouzdanje i samoefikasnost su povezani pojmovi, pri čemu samoefikasnost, saglasno Bandura (1986), predstavlja uverenje osobe o vlastitim sposobnostima organizovanja i izvršavanja određenih akcija potrebnih da se postignu utvrđeni nivoi performansi. Nedostatak ili nizak nivo samopouzdanja je značajna barijera ženskom preduzetništvu istaknuta u literaturi (Miskin i Rose, 1990; Kirkwood, 2009; Hampton i saradnici, 2009). Prema Sanchez-Canizares i Fuentes-Garcia (2013) žene imaju veći stepen pesimizma kada je u pitanju njihova percepcija mogućnosti. Međutim žene koje su dugo u biznisu prepoznaju značaj samopouzdanja, saglasno KPMG studiji o ženskom preduzetništvu (Doughtie i saradnici, 2015) 83% ispitanica (uzorak je obuhvatio osnivače, generalne direktore i vlasnice) je rangiralo samopouzdanje među prve tri stavke neophodne za uspeh. Prema Kamas i Preston (2012) žene nemaju manje želje za takmičenjem u odnosu na muškarce ali razlike u samopouzdanju objašnjavaju žensko izbegavanje kompetitivnih aktivnosti. Autori ukazuju na značaj razvoja ženskog samopouzdanja u redukovanoj mjeri koji postoji između muškaraca i žena u poslovanju (Kamas i Preston, 2012).

Razvoj ženskog samopouzdanja je jedan od imperativa za napredak i rast ženskog preduzetništva. Međutim istraživačka baza o načinima kako razvijati samopouzdanje potencijalnih i postojećih preduzetnica je još uvek ograničena. Bandura (1992) predlaže da samopouzdanje u naše sposobnosti potiče iz četiri glavna izvora: vičnost koje se stiče iskustvom (učeći kroz rad), modeliranje, društveno uverenje i prosuđivanje vlastitih psiholoških stanja. Saglasno Koellinger i saradnicima (2006) samopouzdanje raste sa vremenom, preduzetnici početnici imaju manje samopouzdanja u odnosu na iskusnije preduzetnike. Wilson i saradnici (2009) istražujući žensko preduzetništvo uočavaju da se samopouzdanje i samoefikasnost mogu da povećavaju kroz formalnu edukaciju. Štaviše efekti formalne akademske preduzetničke edukacije (program osnovnih i master studija) na samopouzdanje su jači za žene nego za muškarce (Wilson i saradnici, 2009). Međutim realno mali broj ljudi pohađa ove programe što znači da sa preduzetničkom edukacijom treba da se započne mnogo ranije i da se obuhvati mnogo veća populacija što je važna implikacija za kreatora politike i donosioce odluka.

6.2. Balans radnog života

Žene se suočavaju sa problemima usklađivanja domaćih obaveza i preduzetničke uloge. Posebno udate žene igraju više uloga nastojeći da posvete jednako vreme kako bi zadovoljile sve strane, odgovorile mnogobrojnim poslovnim obavezama i vodile računa o deci i drugim članovima porodice, i izvršavale svakodnevne kućne poslove (Talreja, 2017). Ako nisu u mogućnosti da izvrše svoje dužnosti na efikasan način, trpeće porodica ili posao ili obe kategorije što stvara snažno nezadovoljstvo i može dovesti preduzeticu u stanje anksioznosti i stresa.

Potrebno je težiti balansu radnog života kako bi preduzetnice uskladile svoj radni život i domaće obaveze sa ostalim aspektima ličnog života i (u meri u kojoj je moguće) postigle zadovoljstvo radom i sopstvenim životom. Stoga je razvoj odgovarajuće infrastrukture neophodan uključujući pre svega razvoj javnih i privatnih ustanova za dečji dnevni boravak, ili kao alternative odgovarajući bebi servis i čuvanje dece kod kuće. Kada su u pitanju stariji članovi porodice, roditelji i drugi ukućani, razvoj infrastrukture uključuje adekvatne ustanove za stara lica ili usluge čuvanja i nege kod kuće. Razvoj putne, energetske i druge infrastrukture doprinosi i boljoj realizaciji poslovnih obaveza i boljem kvalitetu života. Razvoj infrastrukture je u nadležnosti lokalnih i državnih organa, i delom privatnog sektora, uz mogućnosti primene javno-privatnog partnerstva. Savremene informaciono-komunikacione tehnologije igraju važnu ulogu u balansu poslovnih i porodičnih obaveza. Internet servisi i elektronska uprava (e-uprava) olakšavaju procese komunikacije i transakcije između državnih institucija preduzeća i građana, što pomaže preduzeticama da štede vreme prilikom upravljanja administrativnim zadacima.

Pored odgovarajuće infrastrukture smanjivanju obaveza preduzetnice u kućnim poslovima doprinosi i automatizacija u domaćinstvu. Savremeni uređaji u domaćinstvu se sve više automatizuju kako bi oslobodili članove domaćinstva, a pre svega žene, fizičkog rada pri realizaciji kućnih poslova. Talasi industrijalizacije omogućili su poboljšanje životnog standarda kreirajući različite uređaje u domaćinstvu koji zamenjuju ili znatno smanjuju fizičke napore stvarajući sve više automatizovano domaćinstvo. Svedoci smo brzog napretka tehnologije, saglasno Treusch (2015) roboti i veštačka inteligencija postaju vitalni delovi socio tehničke vizije budućnosti u kojoj je rad podeljen između ljudi i humanoidnih mašina uključujući domaću sferu, kućne poslove i čak negu o ljudima. Četvrta tehnološka revolucija postaje realnost utičući na sve sfere društva obuhvatajući i domaćinstvo. Na taj način kombinacijom razvoja infrastrukture i uvođenjem savremenih tehnologija u domaćinstvo kojima se zamenjuje ili smanjuje fizički rad, preduzetnice će se moći osloboditi velikog dela fizičkih napora i obaveza i imaće više vremena za sebe i lični život pored poslovnih obaveza i ispunjenja preduzetničke uloge.

6.3 Finansijska podrška

Finansije su esencijalno važne za kreiranje poslovnog poduhvata kao i za rast i razvoj biznisa. Bez dovoljno kapitala mali biznis ne može da razvije nove proizvode i usluge niti da postigne rast kako bi zadovoljio zahteve (Coleman, 2000). Saglasno studiji Coleman i Carski (1996) žene preduzetnice se značajno oslanjaju na neformalne izvore finansiranja, manje je verovatno da će koristiti banke kao izvore finansiranja a relativno visok procenat ima probleme u radu sa finansijskim institucijama. Prema Mijđ (2015) odbijanje banaka da odobre kredite ima dugoročne negativne efekte na odluke preduzetnica da apliciraju za sledeće kredite i rast poslovanja. Obimna američka studija Fundera (2016) čije je istraživanje trajalo dve godine i obuhvatilo 4283 poslovna vlasnika (od start-up do preduzeća koja su dugo na tržištu) pokazuje nejednak pristup finansiranju poslovanja u odnosu na pol: finansijske institucije ženama vlasnicama biznisa odobravaju manji iznos novca u odnosu na vlasnike muškarce, iznosi pozajmljenog novca su manji i sa višim kamatnim stopama. Objašnjenja su različita: preduzeća čije su vlasnice žene su obično manja (Lowrey, 2011), žene manje apliciraju za eksterne izvore finansiranja (Orser, 2006), žene manje preuzimaju rizik (Jianakoplos, Bernasek, 1998), žene su malo zastupljene u brzorastućim i tehnološki-zasnovanim firmama (Robb, Coleman, 2010) a više u uslugama i trgovini (Parker, 2010). Faktori diskriminacije nisu utvrđeni (Buttner, Rosen, 1989; Orser i saradnici, 2006).

U odnosu na razvijene zemlje i mnoge zemlje u razvoju situacija u Srbiji je znatno nepovoljnija pošto su Izvori finansiranja mnogo više ograničeni. Tradicionalni izvori finansiranja, bankarski uslovi i pristup finansijskim sredstvima nisu povoljni i teško su dostupni, a nebankarski izvori finansiranja nisu razvijeni. Prema Izveštaju o globalnoj konkurentnosti (WEF, 2017) za 2016 Srbija je na 107 mestu u svetu po dostupnosti finansijskih usluga i na 116 mestu u svetu po njihovoj pristupačnosti (mereno je 137 zemalja). Generalno, pristup izvorima finansiranja ženama je još više otežan jer su one mnogo manje vlasnice nekretnina kao kolaterale koju zahtevaju banke, naročito kada su u pitanju start-up krediti (Popović-Pantić, 2014). S obzirom na teško odobravanje kredita od strane banaka i oskudicu instrumenata finansiranja državni programi podrške mogu biti praktično jedina prilika početnicama u biznisu da dođu do finansijskih sredstava za novi poslovni poduhvat. Fond za razvoj je gotovo jedina institucija u Srbiji koja u saradnji sa Ministarstvom privrede finansira početnike u biznisu kroz kreditnu liniju za novoosnovana preduzeća i saglasno podacima sa sajta (www.fondzarazvoj.rs) do sada je realizovano preko 8000 kredita.

Podsticaj razvoja preduzetništva generalno u Srbiji postaje aktuelan posle 2000. godine kada su programi podrške imali značajnu ulogu s obzirom na vladajuće tržišne uslove u kojima je privatni biznis imao male šanse za opstanak. Nedovoljno razvijen bankarski sektor, veliko nepoverenje u finansijske institucije, veliko učešće sive ekonomije, monopol velikih preduzeća, nerazvijena svest i regulacija razvoja privatnog biznisa su zahtevali direktnu i intenzivnu finansijsku i nefinansijsku pomoć države u razvoju preduzetničke aktivnosti. U sadašnjem trenutku razvoja za jačanje

ženskog preduzetništva mnogo su važniji naponi države u stvaranju neophodne monetarno-kreditne i fiskalne politike koja bi rasteretila budžet i omogućila pribavljanje spoljnih izvora finansiranja pod povoljnim uslovima. Kreiranje podsticajnog okruženja od strane države podrazumeva definisanje i implementaciju potrebnih regulativa, mera podrške i unapredjenja poreskog sistema kao i aktivnosti odgovarajućih institucija za podršku razvoja ženskog preduzetništva.

U Strategiji za podršku razvoja malih i srednjih preduzeća, preduzetništva i konkurentnosti za 2015-2020 (Vlada Republike Srbije, Ministarstvo privrede RS, 2015) navedeni su ključni problemi: ponuda bankarskog sektora je nepovoljna (relativno visoke kamatne stope, visoki zahtevi za kolateralom i nedostatak dugoročnih kredita); garancijske šeme su nedovoljno razvijene; mikrofinansiranje u Republici Srbiji je slabo zastupljeno; finansijski instrumenti zasnovani na ulaganju u kapital preduzeća su u početnim stadijumima; alternativni oblici finansiranja (lizing, faktoring i dr.) su takođe nedovoljno razvijeni. Glavni pravci poboljšanja odnose se na unapređenje kvaliteta ponude bankarskog sektora i razvoja kreditnih aranžmana što uključuje podsticajne mere i mehanizme za bankarski sektor radi povećanja kreditiranja malih i srednjih preduzeća; unapređenje sistema izdavanja kreditnih garancija; uvođenje mikrofinansiranja što zahteva regulatorni okvir za rad mikrofinansijskih institucija; stvaranje uslova za ulaganje preduzetnog kapitala (poslovni anđeli; fondovi rizičnog kapitala); i unapređenje uslova za korišćenje lizinga (Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća Republike Srbije za 2015-2020).

Mikrokreditiranje je deo mikrofinansiranja i posebno je važno za žensko preduzetništvo. Za žene koje imaju mala finansijska sredstva za započinjanje biznisa i vlasnice mikro preduzeća i ekonomski slabih preduzeća koje ne mogu da ispune uslove za dobijanje kredita mikrokreditiranje može biti odgovarajuća alternativa. Iskustva u realizaciji programa mikrokreditiranja u različitim zemljama (Yogendaryah i Semasinghe, 2015; Yaprak, 2017) govore u prilog rastućoj tražnji za ovim izvorom finansiranja. Osnovne karakteristike mikrokreditnih institucija i mikrokreditiranja su (Erić i saradnici, 2012): relativno lak pristup kreditima (nema velikog administriranja i uslovljavanja); zajmovi su namenjeni za započinjanje biznisa i odobravaju se u malim iznosima; mikrokreditne institucije uglavnom pozajmljuju novac klijentima u domaćoj valuti, bez valutne klauzule čime se eliminiše valutni rizik za klijenta; mikrokreditne institucije imaju visoku stopu naplativosti kredita (preko 95 %) što je posledica razvijanja čvrstog odnosa sa klijentima i kontinuirane brige i podrške razvoju poslovnih aktivnosti klijenata; mikrokreditne institucije demonstriraju visok stepen društvene odgovornosti.

6.4. Društveni i ekonomski pokretači

I pored velikih promena u društvu i kulturi od druge polovine 20 veka do danas u Srbiji se još uvek mogu uočiti obrasci patrijarhalne kulture, vrednosti i stereotipi. Jedan od važnijih momenata u otklanjanju stereotipa u podeli na muške i ženske poslove jeste ravnopravnost u platama i organizaciji rada, koji sprečava da se otkloni

stereotip o isključivo "muškim" i "ženskim" poslovima i ulogama u rukovođenju u kompanijama, malim i srednjim preduzećima. Na to se nadovezuje i praksa da se "ženski poslovi", ne samo manje plaćaju, već i da su postavljeni tako da je skoro nemoguće napredovanje u vertikalnoj hijerarhiji od nižih ka višim menadžerskim i radnim pozicijama (Vilić, 2012). Naučni i tehnološki napredak stalno uklanja prepreke koje su uslovljavale podelu na "muške" i "ženske" poslove u proizvodnim sektorima, jer roboti i softveri "preuzimaju" teške i rutinske aktivnosti, tako da zaposlenima ostaje upravljački i kreativni posao (Delemont, 2001). Više nema opravdanja da u poslovnim i preduzetničkim aktivnostima i dalje opstaje stereotip o "muškim poslovima" kao težim, napornijim, rutinskim, zahtevnijim i slično. Tehnologija je učinila lakšim i jednostavnijim pristup svim oblicima rada, kontrole i upravljanja, tako da u njemu podjednako mogu učestvovati žene i muškarci. Znači, potrebno je insistiranje, u svakodnevnoj praksi, na osveščavanju i promeni svesti o mogućnostima podjednakog učenja žena i muškaraca praktično u svim oblicima rada i poslovanja u savremenom društvu. To je najbolji odgovor na stereotipnu rodnu neravnopravnost koja i dalje postoji u svetu i u Srbiji (Šobot, 2009).

Sledeći važan korak u otklanjanju kulturnih i socijalnih shvatanja o "ženskom" poslovanju jeste ravnopravnost žena i muškaraca u svojinskim odnosima i nasleđivanju. Ovde je problem više tzv. "običajnog prava" nego zakonskih normi i propisa. U Srbiji, kao i u razvijenim zemljama, zakonski je izjednačeno pravo svojine i pravo nasleđivanja imovine i resursa između muškaraca i žena (sinova i kćeri). Međutim, postoji navika, običaj i tradicija u srpskoj kulturi (posebno u ruralnim i manjim urbanim sredinama) da se žene posle udaje odriču nasledstva u korist braće. U većim urbanim sredinama ova tradicija se polako gubi, tako da to pruža mogućnost ženama da ravnopravno uđu u poslovne i preduzetničke aktivnosti, posebno kada je reč o nasleđivanju porodičnog biznisa i imovine.

Najvažniji momenat u otklanjanju shvatanja o "muškim" i "ženskim" poslovima i ulogama u preduzetništvu, organizaciji i poslovanju jeste edukacija (Antler, Biklen, 1990). Savremeni pristup obrazovanju i vaspitanju treba da sdrži segmente o rodnoj ravnopravnosti u svim delovima čovekovog života, od uloge u porodici, do položaja u radu, poslovnim aktivnostima i rukovođenju kompanijama. Obrazovni sistem treba da se značajno reformiše i prilagodi zahtevima rodne ravnopravnosti, odnosno da ukloni stereotipne i tradicionalne podele da su tehničke i informatičke nauke pretežno za muškarce a društvene i humanističke za žene. Pored ovoga, medijska slika poslova u uspeha u poslovanju treba da se promeni u korist prezentovanja i ohrabriranja učešća žena u svim oblicima rada i poslovanja (Boščić, 2013).

U literaturi se naglašava da je preduzetništvo pokretač ekonomskog rasta i razvoja (Reynolds i saradnici, 1999; Palagashvili, 2015). S druge strane ekonomski rast i razvoj pozitivno utiče na preduzetništvo. Saglasno Reynolds i saradnicima (1999) nivo percipiranih prilika za preduzetničke inicijative je dramatično viši u najrazvijenijim zemljama, ovo znači da sa rastom privrede preduzetnici imaju više poslovnih prilika. Thurik i Grilo (2004) argumentuju da porast nacionalnog bogatstva

vodi do većih potreba potrošača, pošto zahtevi za varijetetom proizvoda i usluga rastu neko treba da zadovolji te zahteve a to su upravo male firme. Štaviše, u vreme ekonomskog razvoja pojavljuju se nove industrije i tehnologije, što stvara dodatne prilike za male firme (Thurik i Grilo, 2004). Rast vodi i do novih tržišta i poboljšanju institucionalnih uslova što takođe pozitivno utiče na preduzetničke aktivnosti (Porter, 2002).

Nepovoljne ekonomske i socijalne prilike u Srbiji traju skoro tri decenije. Stoga je jačanje privrednog ambijenta i ekonomski rast imperativ za Srbiju. Prema Izveštaju za mala i srednja preduzeća (Ministarstvo privrede, 2017) svetska ekonomska kriza je je snažno pogodila sektor malih i srednjih preduzeća u u periodu 2009-2013 ali u periodu 2014-2016 svi ključni pokazatelji ekonomskih aktivnosti pokazuju znake ekonomskog oporavka. Saglasno podacima Međunarodnog Monetarnog Fonda (IMF, World Economic Outlook) u poslednje tri godine Srbija je imala rast 0,8% za 2015; 2,8% za 2016 i 1,8% za 2017. Sledećih godina su predviđene stope rasta 3,5% za 2018 i 2019 i dalje do 2023 za svaku godinu po 4%. Iako ovi su podaci relativno ohrabrujući put ka održivom ekonomskom razvoju je spor i dugotrajan proces, koji saglasno Mičić (2017) pored ekonomskog rasta obuhvata i promene u strukturi privrede, resursima, institucijama, tehnologiji, procesima i mnoge druge promene društveno-ekonomskog sistema. Prema Mičić (2017) da bi privreda Srbije ostvarila održivi rast (4-5%) i da bi sustizala privrede članica EU primljenih posle 2000 (za kojima umnogome zaostaje) neophodne su ozbiljne promene privredne strukture, posebno razvoja proizvodne propulzivne strukture, i ove promene treba da su bazirane na inovacijama, istraživanju i razvoju, i znanjima i veštinama, pored drugih važnih faktora. U kontekstu ženskog preduzetništva jačanje privrednog ambijenta i stabilan i relativno visok ekonomski rast mogu imati pozitivan uticaj na žensko preduzetništvo i voditi povećanju učešća pull faktora što povećava verovatnoću da će preduzetnice imati rast kao poslovni cilj, (Morris, i saradnici, 2006).

Zakonska regulativa i pravna sigurnost opredelujuju poslovnu klimu u nekoj zemlji (Rakita, 2006). Poboljšanje zakonske regulative radi stvaranja bolje poslovne klime i povećanje pravne sigurnosti je cilj kome teže svi pravni sistemi (Usaid, NALED, 2013). Pravnu regulativu treba da prati rigorozna implementacija inače može postojati dubok jaz između zakonskih okvira i prakse. U Srbiji se već više godina unazad sprovode regulatorne promene usled potrebe da se završi započeti proces reformi i ispunjenja zahteva harmonizacije zakona sa zakonodavstvom Evropske unije (Penev, Marušić, 2010). Mnogi uočeni problemi (odsustvo neophodne regulative u pojedinim oblastima i preterana regulacija u drugim; nasleđivanja čitavog niza zakona i drugih propisa koji ne zadovoljavaju zahteve tržišne ekonomije; brzo stvaranje i usvajanje propisai dr.) doveli su do povećanja regulatornog rizika (Penev, Marušić, 2010). Implikacije takve situacije i postojanja velikog broja propisa saglasno Babović (2012) je nametanje velikih zahteva za preduzetnice (i generalno preduzetnike) što predstavlja veliko opterećenje, trošenje vremena, novčane izdatke za stručna lica i dr.

Poseban uočeni problem za žene preduzetnike je odsustvo integrisane rodne perspektive (Babović, 2012).

U Strategiji za podršku razvoja malih i srednjih preduzeća, preduzetništva i konkurentnosti za 2015-2020 (Vlada Republike Srbije, Ministarstvo privrede RS, 2015) ustanovljeno su primarni ciljevi regulatorne reforme u Republici Srbiji koja se tiče izmene svih propisa koji negativno utiču na privredni ambijent, među kojima su: unapređenje pravnog miljea za osnivanje i poslovanje preduzeća, regulatorna reforma sektorskih propisa značajnih za mala i srednja preduzeća, i dr. Rezultati su vidljivi iz ostvarenog napretka na Doing Business listi koja meri kvalitet regulative i efikasnost administracije. Na ovoj listi za 2017 Srbija zauzima 47 poziciju. Srbija je ostvarila najbolje pozicije u prekograničnoj trgovini (23), i dobijanju građevinskih dozvola (36), srednju poziciju u registrovanju imovine (56) a najlošije je rangirana (92) u dobijanju priključka za električnu energiju (Doing Business, 2017). Ima još mnogo rada i prostora za napredak, u pitanju je trajan proces. Posebno za žene preduzetnike nije se mnogo odmaklo u integrisanosti rodne perspektive (Strategija za podršku razvoja malih i srednjih preduzeća, preduzetništva i konkurentnosti za 2015-2020), a nema ni posebne strategije koja bi se ticala razvoja ženskog preduzetništva.

Poreski sistem ima vitalan uticaj na preduzetništvo. Visoka poreska opterećenja mogu destimulativno da deluju na potencijalne i aktuelne preduzetnike, i uticati na povećanje onog dela ekonomije koji se odvija van kontrole poreskih organa tj. sive ekonomije. U poređenju sa evropskim zemljama prema podacima za 2015 godinu ukupno poresko opterećenje u Srbiji je za oko 6% manje u odnosu na prosek svih zemalja članica Evropske unije ali je za 10% više u odnosu na prosek zemalja Centralne i istočne Evrope. Međutim niže poresko opterećenje zemalja centralne i istočne Evrope nije posledica nižih poreskih stopa u odnosu na Srbiju već razlika u strukturi privrede (Arsić i saradnici, 2017). Saglasno Bobić (2017) iako najvažniji fiskalni instrumenti teže da podstaknu razvoj preduzetništva sam fiskalni sistem nije u celini transparentan, parafiskalni nameti su brojni i često se menjaju, a poreske procedure su složene i skupe. U Strategiji za podršku razvoja malih i srednjih preduzeća, preduzetništva i konkurentnosti za 2015-2020 (Vlada Republike Srbije, Ministarstvo privrede RS, 2015) smanjenje poreskih i neporeskih obaveza privredi je uvršćeno među prioritete. U studiji Babović (2012) većina preduzetnica (65,4%) navodi smanjenje poreza od strane države kao jedan od oblika finansijske podrške. Podsticajan fiskalni sistem je u funkciji razvoja ženskog preduzetništva. Stoga u predlog mera za razvoj ženskog preduzetništva neophodno je uvrstiti mere koje se odnose na stimulatívni poreski tretman i olakšice za žene preduzetnice, pogotovo u početnim stadijumima biznisa.

6.5. Edukacija

Akadska edukacija ima esencijalni značaj za sticanje neophodnih znanja i veština za širok rang profesija. Pored njene očigledne uloge, pripreme visokokvalifikovanih kadrova za različita polja i oblasti čovekovog stvaralaštva (uključujući društvene,

tehničke, prirodne, medicinske, humanističke nauke i umetnost), akademska edukacija osigurava i primenu koncepta doživotnog učenja kroz više nivoa studija. Univerziteti su nosioci akademske edukacije čije su tri osnovne funkcije: nastava, naučno-istraživački rad i pružanje usluga široj zajednici (Jongbloed, 2007). Studenti su glavni akteri obrazovnog procesa i osnovni cilj akademske edukacije je da studenti dobiju visoke kompetencije i akademske veštine i da budu spremni da se stalno edukuju i usavršavaju.

U Srbiji je ženska populacija umnogome napredovala u pogledu akademske edukacije, saglasno podacima Republičkog zavoda za statistiku (2017) u periodu 2011-2016 žene čine 56% od ukupnog broja studenata u republici. Međutim kada je reč o izboru zanimanja prednjače obrazovanje, socijalna zaštita, humanističke nauke i umetnost, dok u oblastima inženjerstva i informaciono-komunikacionih tehnologija muškarci čine značajnu većinu studenata (Republički zavod za statistiku, 2017). Problem je što su zanimanja u kojima je tradicionalno veće učešće žena slabije plaćena i manje vrednovana u društvu. I dalje postoje podele na muška i ženska zanimanja i razlozi ovog jaza delom leže u kulturi, rodnim podelama i predrasudama ali svakako i u nedovoljnoj informisanosti i neodgovarajućoj pripremi i edukaciji još od najranijih dana. Potrebno je delovanje mnogih relevantnih stejkholdera još od vrtića i osnovne škole i kreiranje niza pozitivnih mera kako bi se promenila situacija i izbrisale podele na muška i ženska zanimanja.

Ako se fokusiramo na preduzetničku edukaciju ona se krajem XX veka proširila bezmalo na ceo svet, poslovne škole širom sveta su je uvele u svoje programe i enormno je povećan broj različitih trening programa za potencijalne preduzetnike radi njihove kontinuirane edukacije. Prema Jamieson (1984) postoje tri vrste edukacije za preduzetništvo: edukacija o preduzeću, edukacija za preduzeće i edukacija u preduzeću. Prvi tip edukacije ima specifične ciljeve obrazovanja polaznika o različitim aspektima uspostavljanja i izvršavanja biznisa; druga vrsta radi sa pripremom ljudi koji nastoje da postanu preduzetnici sa ciljevima ovladavanja praktičnih veština da započnu i vode njihov vlastiti biznis; treća vrsta uglavnom pokriva trening iz menadžmenta i povezanih poslovnih disciplina i fokusira se na rast i budući razvoj biznisa.

Istraživanja preduzetničke edukacije ukazuju na značaj preduzetničke edukacije na školskom nivou kako bi porastao interes za preduzetništvo, bolje percepirale mogućnosti i postigao viši nivo pripremljenosti (Kourilsky, 1995; Dyer, 1994). Rosendahl Huber i saradnici (2014) podržavaju ovaj fokus ističući važnost uključenja preduzetničke edukacije na svim nivoima, počev od osnovne škole. Pored toga preduzetnička edukacija kroz raznovrsne trening programe može obuhvatiti različite kategorije stanovništva i starosne grupe. Veoma je važno implementirati celoživotno učenje, u kojem učestvuju sve vrste institucija formalnog i neformalnog obrazovanja na čemu se Evropska unija (2001) već dugo fokusira. Potreba za stalnim edukacionim programima da se razvijaju preduzetnički stavovi i kompetencije može početi još od detinjstva i nastaviti tokom celoživotnog učenja (Kaseorg i saradnici, 2016).

U literaturi preovladava shvatanje da razvoj znanja i veština preduzetnika i građenje preduzetničkih sposobnosti u velikoj meri zavisi od edukacije u preduzetništvu i menadžmentu (Gibb, 2002; Henry i saradnici, 2003; Valerio i saradnici, 2014). Kritičari, poput From (2006) ističu da se preduzetnička edukacija vidi kao (jednostavan) način širenja i razvoja preduzetništva, ali edukacija je u realnosti znatno kompleksnija nego jednostavan način za postizanje željenog rezultata. Fundamentalni problem preduzetničke edukacije i treninga leži u tome da li se i u kojoj meri preduzetništvo može naučiti i debata po ovom pitanju još traje (Zakić i saradnici, 2011). Jack i Anderson (1999) navode da se učenje preduzetništva može shvatiti kao “nauka” i “umetnost” što znači da postoje delovi preduzetništva koji se mogu učiti i kreativni aspekti koji se ne mogu učiti. Saglasno Parker (2009) pozitivne strane su što se edukacijom usavršava preduzetnički način mišljenja, specifične preduzetničke veštine i neophodno znanje za započinjanje i razvoj biznisa.

U vezi sa prethodnim je i pitanje o povezanosti edukacije preduzetnika sa ostvarenim performansama. U literaturi prevladava mišljenje da preduzetnička edukacija i obuka imaju benefite i za pojedinca i za performanse firme (Henry i saradnici, 2003; Taylor i saradnici, 2005; Aguinis i Kraiger, 2009). Glaub i Freese (2011) proučavajući 30 studija trening programa u zemljama u razvoju nalaze pozitivne efekte na znanje, ponašanje i poslovni uspeh. Pri oceni programa treba uzeti u obzir da li su dobro ocenjene potrebe i identifikovani ciljevi; da li je program dobro dizajniran i učeći metodi odgovarajući; da li su obezbeđeni finansijski i materijalni resursi; da li je implementacija korektno sprovedena; kakvi su personalni atributi polaznika, motivacija, iskustvo, znanje i veštine; da li su treneri (instruktori) sa potrebnim znanjima, veštinama i kompetencijama i da li su motivisani; da li su administrativne usluge programu odgovarajuće. Među faktorima koji utiču na neuspeh programa u literaturi su najviše istaknuti: neodgovarajuće dizajnirani programi, niske performanse kandidata i manjak kompetentnih instruktora (Jennings, Hawley, 1996; Gorman i saradnici, 1997; Ruskovaara, 2014).

Posebno treba uzeti u obzir vrednost koju preduzetnička edukacija nosi u osnaživanju žena da se aktivno uključe u produktivne ekonomske aktivnosti (Idris, 2009). U mere podrške ženskom preduzetništvu aktivnosti obrazovanja i obuke su među ključnim. Programi široko variraju u sadržaju, kvantitetu i kvalitetu. Valerio i saradnici (2014) ocenjujući domen ishoda programa za potencijalne preduzetnike navode doprinos u generalnom poslovnom znanju i veštinama, razvoju poslovnog plana, povećanom razumevanju tržišta i marketinga i poboljšanju stručnih znanja i veština; neki programi su doprineli različitim socio-emotivnim veštinama, povećanju svesnosti, samopouzdanja i sposobnosti za timski rad. Iako žene mogu učestvovati u različitim trening programima namenjenim generalno svim potencijalnim ili aktuelnim preduzetnicima Tynan i saradnici (2009) ukazuju da postoji dovoljno razlika u biografijama, iskustvima i potrebama preduzetnica što čini da su opravdani naporu razvoja posebno skrojenih trening programa za b žene. Jedan razvijen tromesečni program za žene, potencijalne preduzetnike, prema Dodescu, Badulescu (2010)

sadrži: motivacione sposobnosti i ideje da se započne sopstveni biznis; razumevanje poslovnog okruženja, izbor i validacija ideje; pravne forme poslovanja; znanja o klijentima, kompetitorima i metodama prodaje; ocena neophodnih resursa i identifikovanje finansijskih izvora za poslovni poduhvat; i priprema poslovnog plana. Programi za aktuelne preduzetnice usmeravaju se na razvoj biznisa i znanja iz menadžmenta i povezanih disciplina. Sadržaj jednog takvog programa čine sledeće sekcije: upravljanje razvojem biznisa, analiza internog i eksternog okruženja i SWOT analiza, poslovna strategija, operacioni menadžment i poslovna organizacija, budući razvoj biznisa i liderstvo (Dodescu, Badulescu, 2010).

Preduzetnička edukacija je veoma mlada disciplina i još uvek je u ranim stadijumima razvoja (Rideout i Gray, 2013). Poslednjih godina se vrše napori u pravcu njenog daljeg razvoja. Saglasno Laukes (2015) potrebno je da poraste svest o preduzetničkoj edukaciji kao pedagoškom pristupu važnom za sve nivoe edukacije; potrebna je bliska saradnja između istraživača i praktičara u domenu edukacije i preduzetništva; potrebno je premostiti jaz između postojećeg i željenog stanja i povećati znanje o tome na koji način, kada i zašto preduzetnička edukacija može razviti preduzetničke kompetencije.

6.6. Informaciona i mentorska podrška

Ženama u njihovim preduzetničkim naporima su potrebne mnoge informacije, tržišne, finansijske, tehničke, pravne i dr. Informaciona podrška uključuje obezbeđenje saveta, uputstava, predloga ili povratnih informacija kako da se reši neki problem ili iskoristi prilika. Formalizovane institucionalne strukture koje nude savete i pružaju usluge doprinose razvoju ženskih sposobnosti da se upravlja preduzetničkom neodređenošću (Kazumi i Kawai, 2017). Informaciona podrška se može manifestovati u (Dovleac i saradnici, 2007): kreiranju lokalnih konsalting centara (poslovni, pravni, poreski konsalting); obezbeđenju i sistematizovanju informacija o pristupu finansijama, pravnim i poreskim pitanjima i mentorstvu; olakšavanju veze od strane lokalnih i državnih institucija između preduzetnica i entiteta koji mogu pružiti know-how (istraživačkih instituta, klastera, poslovnih inkubatora).

Posebno se u literaturi ističe krucijalna važnost mentorstva (Clark, 2003). S obzirom na ispunjenje ove uloge mentori treba da budu pažljivo selektovani, pripremljeni i obučavani. Od njih se očekuje da poseduju brojne kvalitete: kredibilitet, integritet i mudrost, kao i sposobnost da dele znanje (Pegg, 1999). Među kriterijumima za selekciju mentora mogu biti: uspešni poslovni ljudi u svom polju sa dokazanim iskustvom; iskustvo u preduzetništvu, i ostvarene performance (rast i profitabilnost njihovog biznisa u periodu od tri ili više godina); motivacija i interes za ljude i učenje (Kent i saradnici, 2003; Engstrom, 2004; Armstrong i saradnici, 2002). Mentori trebaju formalnu pripremu, obuku i kontinuiranu podršku da razviju rang znanja, veština i kvaliteta neophodnih za ovu zahtevnu ulogu. Prethodno iskustvo u mentorstvu i postignuti rezultati su snažna preporuka za sledeća mentorstva. Mentorske usluge se uglavnom odnose na početnice u biznisu i neiskusne preduzetnice i uključuju važne

aspekte građenja relacija i poverenja. Pitanje kompatibilnosti između mentora i preduzetnice (Engstrom, 2004) je jedan od važnih činioca uspeha kako bi se ostvarila kvalitetna i plodonosna saradnja tokom čitavog procesa što treba imati u vidu prilikom zajedničke selekcije mentora i mentoriranih preduzetnica. Na nacionalnom i regionalnom nivou potrebno je graditi mrežu mentora kako bi bilo dovoljno mentora i svi regioni pokriveni.

Saglasno studiji Unije poslodavaca Srbije (2013) važno je omogućiti što bržu i jednostavniju diseminaciju informacija ka krajnjim korisnicima – ženama preduzetnicima, što upućuje na potrebu poboljšanja kanala komunikacije. Informaciono komunikacione tehnologije znatno doprinose poboljšanju komunikacije i skraćivanju vremena. Usluge elektronske uprave kojoj je moguće pristupiti sa računara od kuće ili iz sopstvenog preduzeća za žene preduzetnice znače manje vremena provedenog u redovima ispred različitih šaltera. Ujedinjene nacija mere indeks razvoja e-uprave koji predstavlja stepen razvijenosti e-uprave za svaku zemlju članicu Ujedinjenih nacija. Prema podacima za 2016 (UN E-Government Survey, 2016) Srbija zauzima 39 mesto u svetu sa indeksom 0,7131 što je svrstava među zemlje sa visokim nivoom indeksa, ali još uvek postoji značajan prostor za poboljšanje poredeći sa zemljama sa izrazito visokim indeksom.

6.7. Socijalni kapital i umrežavanje

Poslednjih decenija socijalni kapital i mreže su privukli veliku pažnju istraživača preduzetništva. U literaturi se ističu tri vrste socijalnog kapitala (Woolcock, 1998): vezujući (bonding), koji se odnosi na (horizontalne) veze između bliskih učesnika; premošćujući (bridging), koji se odnosi na uspostavljanje veza sa udaljenijim učesnicima i povezujući (linking) koji se karakteriše vezama između ljudi na različitim nivoima moći ili društvenog statusa. Saglasno Halpern (2005) na mikro nivou "bonding" se odnosi na familijarne veze, "bridging" na veze sa poznanicima i "linking" na veze sa nosiocima moći. Prema Nahapiet i Ghosal (1998) tri dimenzije socijalnog kapitala su: strukturalna koja uključuje mrežne veze, mrežnu konfiguraciju i organizaciju; relaciona koja označava veze između učesnika, posebno u pogledu poverenja, normi, obaveza i identifikacije; i kognitivna koja se povezuje sa zajedničkim predstavama, interpretacijama i sistemima značenja (kao što su jezik i lokalna kultura). Strukturalna dimenzija socijalnog kapitala olakšava uzajamno korisnu kolektivnu akciju kroz uspostavljanje uloga i društvenih mreža, kognitivna dimenzija predisponira ljude ka uzajamno korisnoj kolektivnoj akciji, a relaciona dimenzija (Oliveira, 2013) se fokusira na sadržaj i karakteristike relacija.

Brojni su benefiti socijalnog kapitala za preduzetnike, Lin (1999) izdvaja sledeće: socijalni kapital olakšava tok informacija koje su raspoložive u određenim grupama i to može smanjiti transakcione troškove u sticanju informacija; društvene veze mogu vršiti uticaj na agente koji igraju ključnu ulogu u odlučivanju; priznate relacije mogu služiti kao društvena potvrda za neku osobu, oni mogu reflektovati individualnu pristupačnost resursima kroz socijalne mreže i relacije; i socijalne relacije osnažuju

identitet, biti prepoznat kao član grupe može osigurati ne samo emocionalnu podršku već i pravo na resurse. Esencijalni element socijalnog kapitala su društvene mreže koje omogućuju preduzetnicima da lakše pristupe resursima i doprinose razvoju njihovih poduhvata (Neegaard i Shaw, 2005). Socijalni kapital obezbeđuje mreže koje olakšavaju uočavanje prilika, isto kao i identifikaciju, prikupljanje i alokaciju retkih resursa. Chen i saradnici (2007) nalaze značajnu ulogu socijalnog kapitala u preduzetničkim aktivnostima. Prema Dastourian i saradnicima (2017) socijalni kapital je ključna komponenta preduzetništva i uspostavljanja novog biznisa, rezultati njihove studije potvrđuju pozitivne i značajne relacije između socijalnog kapitala i preduzetništva.

Pored toga što mnoge studije istražuju uticaj socijalnog kapitala i mreža na stvaranje i razvoj poslovanja, u kontekstu ženskog preduzetništva fundamentalno važna tema je prepoznavanje polnih razlika i efekat tih razlika na socijalni kapital, umrežavanje i preduzetništvo (Neergard i saradnici, 2005). Brojne studije su uočile razlike u socijalnom kapitalu i mrežama koje grade muškarci i žene (Neider, 1987; Brush, 1992; Buttler, 2003). Istraživači su se usmerili na razumevanje izvora i uticaja ovih razlika. Za žene preduzetnike, jake veze sa članovima porodice i prijateljima su korisne za generisanje inicijalnog kapitala i emocionalnu podršku (Uzzi, 1997). S druge strane diverzifikovana mreža slabih veza sa kupcima, isporučiocima i obezbeđivačima resursa je korisna u pristupu preduzetnica potrebnim resursima (Benet i Richardson, 2005). Informaciono-komunikacione tehnologije i društvene mreže putem Interneta mogu da snize barijere unutar socijalne zajednice podstičući samoopredeljenje učesnika i stvarajući nove relacije koje se inače ne bi pojavile i ove nove konekcije kao rezultat mogu imati porast socijalnog kapitala (Bargh i saradnici, 2002; Crittedent i saradnici, 2017). Porast socijalnog kapitala osnažuje percepciju pojedinca da ima dovoljno znanja i veština da startuje biznis, takođe dovodi do porasta poverenja među učesnicima i smanjenja percepcije neuspeha.

6.8. Promocija

U Srbiji se i dalje uočavaju razlike između polova u stepenu učešća na tržištu rada i visini plate (Aleksić i Vuksanović, 2017). Saglasno Babović (2016) prema indeksu rodne ravnopravnosti najveći jaz između Srbije i proseka zemalja EU je u oblastima novca (37,2% Srbija naspram 67,8% EU) i rada (38,2% Srbija naspram 61,9% EU). Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost 2016-2020 prepoznaje ove jazove i kao jednu od mera predviđa razvoj ženskog preduzetništva. Još su posle drugog svetskog rata nove socijalističke vlasti preispitivale ravnopravnost žena i u skladu sa socijalističkim načelima zalagali se za potpunu rodnu ravnopravnost. Tako su ženski aktivisti posle rata poput Vide Tomšić promovisali ekonomsku nezavisnost koja jedina daje mogućnost ženama da se osećaju nezavisnim i samostalnim (Stojaković, 2014). Iako privatna svojina i preduzetništvo nisu bili deo agende socijalističke privrede, postulat ekonomske nezavisnosti žena je prevazišao ideološke odrednice kapitalizma i socijalizma i postao, uz izuzetke određenih ultra konzervativnih zemalja, praktično svetska norma. Iako se ekonomska nezavisnost žena može ostvariti na više načina, žensko preduzetništvo je prema Evropskom institutu za jednakost polova (EIGE, 2014) snažan izvor ženske ekonomske nezavisnosti i osnaživanja žena, pored toga što doprinosi privrednom rastu, inovacijama, zapošljavanju, razvoju, i smanjivanju siromaštva (odnosno povećanju bogatstva). Stoga je i povećanje svesnosti žena o ekonomskoj nezavisnosti putem preduzetništva stalni zadatak svih relevantnih stejkholdera javnog i privatnog sektora.

U literaturi je uočena važnost publiciteta, medijske promocija i pozitivnog imidža ženskog preduzetništva (Majoux, 2001; Nyberg, 2004; Ettl i Welter, 2010). I u razvijenim zemljama potreban je stalni napor različitih stejkholdera uključujući stvaraoce politike i grupe podrške u cilju izgradnje pozitivnog imidža ženskog preduzetništva. Tako saglasno Welter i saradnicima (2006) dominantan imidž tipičnog preduzetnika u nemačkoj štampi je muškarac i ženski preduzetnici, posebno uspešni, često se vide kao odstupanje od norme (Lewis, 2006). Evropska unija i njene institucije su promovisanje ženskog preduzetništva uvrstile u političke ciljeve Lisabonske strategije uključujući strategije nižih nivoa koje detaljnije razrađuju ovu materiju. Generalna direkcija za preduzeća i industriju obezbeđuje specifične akcije za promociju ženskog preduzetništva koje između ostalih uključuju: kreiranje portala ženskog preduzetništva, promociju mreža ženskih preduzetnika, promociju događaja i javnih debata na temu ženskog preduzetništva i dr. (GHK i Technopolis, 2008).

U medijima u Srbiji se široko izveštava o poznatim srpskim biznismenima i preduzetnicima koji su svi odreda muškarci. Svojevremeno su mediji u Srbiji, među njima i B92 (2010) objavili, na osnovu podataka Nacionalne agencije za regionalni razvoj, da je prosečan srpski preduzetnik muškarac, između 36 i 55 godina starosti, oženjen i sa srednjoškolskim obrazovanjem. Različiti stejkholderi poput Udruženja poslovnih žena Srbije (www.poslovnezene.org.rs) nastoje da promovišu žensko preduzetništvo i učine je vidljivijim u javnosti. Studija Unije poslodavaca Srbije (2013), usled velikog uticaja medija na celu populaciju Srbije, preporučuje medijsku

promociju preduzetništva žena sa naglaskom na dostupne vrste podrške, prevazilaženje predrasuda i posebno promovisanje uspešnih žena u sektorima gde se žene retko pojavljuju u kao preduzetnice. Publicitet koji treba da dobiju uspešne priče preduzetnica kroz masovne medije služi kao izvor inspiracije za razvoj ženskog preduzetništva. U tom smislu posebno su korisni Internet i društvene mreže koji su napravili revoluciju u interakciji među ljudima. Saglasno Ukpere i saradnicima (,2014) većina žena preduzetnika, koje poseduju visoko produktivne i inovativne firme, mogu se identifikovati kao modeli uloga za predstojeće preduzetnice u svojim zajednicama, i zbog širenja društvenih medija, platformi i Web tehnologije.

Žene su od vremena nakon drugog svetskog rata do danas ostvarile veliki napredak u sustizanju muškaraca, saglasno Aleksić i Vuksanović (2017) žene su napredovale i u kvalitetu radnih mesta i poslova na kojima rade i u stepenu uključenosti u obrazovni sistem. Iako po indeksu rodne ravnopravnopravnosti 2014 Srbija ima zaostatak u odnosu na Evropsku uniju 12,3%, ako se pogledaju pojedinačni parametri, prema parametru moći Srbija je ispred EU (Babović, 2016). Ovaj ohrabrujući podatak je usled visoke zastupljenosti žena u državnim organima, Narodnoj banci i Narodnoj skupštini, ali ne i u biznisu, među vodećim preduzetnicima i menadžerima. U tom smislu važna su i društvena priznanja ženama za njihovu preduzetničku karijeru koja prema istraživanjima (Noguera i saradnici, 2015; Devi, 2015) imaju pozitivan uticaj na žensko preduzetništvo. Saglasno Sindhu i Geethakutty (2003) društveno priznanje je stepen do kojeg preduzetnik percipira koliko zajednica, društvo, vršnjačka grupa, porodica i druge relevantne društvene grupe i pojedinci smatraju da je on ili ona sposobna osoba ili dostojan građanin. Muške i ženske percepcije su jednako važne za odluke da se startuje biznis (Langowitz, Minniti, 2007). Međutim ove percepcije se mogu razlikovati u zavisnosti od kulture društva, skupa vrednosti, normi, stavova, socijalnih konvencija koja pripadaju društvu, što može podstaći ili obeshrabriti određena ponašanja uključujući preduzetništvo (Thomas, Muller, 2000). Prethodna diskusija pokazuje i što je u skladu sa istraživanjima (Alvarez i saradnici, 2011; Noguera i saradnici, 2013) da neformalne institucije imaju veliki značaj za promociju ženskog preduzetništva i odluku žena da postanu preduzetnici.

Na osnovu prethodne diskusije listu faktora koji pokreću žensko preduzetništvo navodimo u tabeli 8:

Tabela 8. Pokretači ženskog preduzetništva

Faktori koji pokreću žensko preduzetništvo
Razvoj ženskog samopouzdanja i percepcija mogućnosti još kroz školski sistem
Poboljšanje infrastrukture za omogućavanje balansa između biznisa i domaćinstva
Porast automatizacije rada u domaćinstvu
Finansijska podrška i razvoj kreditnih aranžmana i novih finansijskih instrumenata
Jačanje privrednog ambijenta i ekonomski rast
Promene pravne regulative i povećanje pravne sigurnosti
Poboljšanje poreskog sistema i olakšice za žene preduzetnike
Informaciona i mentorska podrška i komunikacije
Akadska edukacija
Poslovna edukacija, posebno skrojeni programi
Razvoj socijalnog kapitala i poboljšanje umrežavanja
Društvene promene i promene kulture
Povećanje svesnosti žena o ekonomskoj nezavisnosti
Povećani publicitet u medijima i na Internetu za žene preduzetnike
Porast broja uspešnih žena u društvu i povećanje društvenog priznanja ženama

7. ISTRAŽIVANJE

7.1 Istraživačka pitanja

Naše istraživanje je koncentrisano oko grupe pitanja kojima smo hteli da potpunije sagledamo percepciju naših ispitanika o mogućnostima, problemima, teškoćama, motivima i perspektivama ženskog preduzetništva u Srbiji. Takođe, ovim pitanjima smo dodatno operacionalizovali naš predmet i cilj istraživanja, te dodali neke elemente koji su obuhvaćeni hipotetičkim okvirom postavljenim u uvodnom delu rada.

1. Koji *motivacioni faktori* utiču na razvoj biznisa kod preduzetnica?
2. Da li postoje *barijere* koje sputavaju žene preduzetnice u pokretanju i razvoju biznisa?
3. Koji su to *problemi* sa kojima se preduzetnice suočavaju?
4. Da li je nedostatak samopouzdanja jedna od barijera razvoju ženskog preduzetništva i da li je to izraženije kod mlađih preduzetnica?
5. Da li su barijere socijalnih uloga i modela uloga izraženije kod preduzetnica sa decom?
6. Da li su barijere socijalnog kapitala, socijalne/poslovne/tehničke mreže povezane sa godinama?
7. Da li stepen obrazovanja ima uticaja na barijere izbora odgovarajuće grane/sektora?
8. Da li su barijere modela uloga izraženije kod mlađih preduzetnica?
9. Da li su neki od problema sa kojima se suočavaju žene preduzetnice izraženiji kod mlađih osoba, žena sa porodicom i decom, sa nižim stepenom obrazovanja, itd.
10. Koji su najsnažniji pokretači ženskog preduzetništva?

7.2 Opis uzorka

U istraživanju je učestvovalo ukupno sto (100) ispitanika. Grupu ispitanika činile su žene preduzetnice, one koje se već bave biznisom, koje su same pokrenule, nasledile ili na neki drugi način ušle u biznis. Istraživanje je vršeno u nekoliko većih gradova u Srbiji (Beograd, Novi Sad, Niš, Kragujevac, Šabac i Vršac) u privatnim preduzećima koja su unapred odabrana. Istraživanje je rađeno kako bi pokazalo položaj žena

preduzetnica u Srbiji, barijere i probleme sa kojima se žene preduzetnice suočavaju, kao i faktore koji utiču na razvoj ženskog preduzetništva u Srbiji.

7.3 Kategorizacija uzorka i osobina istraživanja

Pitanja iz našeg istraživanja (pitanja iz upitnika) koncipirali smo u vidu sledećih promenljivih-varijabli (grupisanih u kategorije):

I kategorija: Opšte karakteristike preduzetnica

Godište – godište ispitanica, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 (kao što je prikazano u upitniku)

BračniSt – bračni status ispitanica, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4 (kao što je prikazano u upitniku)

ŠkolskaSpr – školska sprema ispitanica, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4, 5 (kao što je prikazano u upitniku)

BrDece – broj dece

Napomena: Svako pitanje iz upitnika predstavlja varijablu koja je kodirana brojevima od 1 do 7 na sledeći način:

1 - uopšte se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - pomalo se ne slažem, 4 - niti se slažem niti ne slažem, 5 - pomalo se slažem, 6 - slažem se, 7 - potpuno se slažem

II kategorija: Opšti podaci o biznisu

PrIskustvo – prethodno iskustvo, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4, 5, 6 (kao što je prikazano u upitniku)

BrGodinaUSBiznisu – broj godina u biznisu, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4 (kao što je prikazano u upitniku)

PravnaFormaBiz – pravna forma biznisa, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4, 5 (kao što je prikazano u upitniku)

VrstaBiznisa – razvrstavanje biznisa po veličini, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4, 5 (kao što je prikazano u upitniku)

BrZaposlenih – broj zaposlenih u biznisu, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 (kao što je prikazano u upitniku)

NačinUspostavljanjaBiz – način uspostavljanja biznisa, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4, 5 (kao što je prikazano u upitniku)

PočetniKapital – početni kapital biznisa, rangirani podaci sa 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 (kao što je prikazano u upitniku)

Napomena: Svako pitanje iz upitnika predstavlja varijablu koja je kodirana brojevima od 1 do 7 na sledeći način:

1 - uopšte se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - pomalo se ne slažem, 4 - niti se slažem niti ne slažem, 5 - pomalo se slažem, 6 - slažem se, 7 - potpuno se slažem

III kategorija: Motivacioni faktori ispitanika

Svako pitanje iz upitnika predstavlja varijablu koja je kodirana brojevima od 1 do 7 na sledeći način:

1 - uopšte se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - pomalo se ne slažem, 4 - niti se slažem niti ne slažem, 5 - pomalo se slažem, 6 - slažem se, 7 - potpuno se slažem

IV kategorija: Barijere kao faktori koje sputavaju žene preduzetnike u pokretanju biznisa

Svako pitanje iz upitnika predstavlja varijablu koja je kodirana brojevima od 1 do 7 na sledeći način:

1 - uopšte se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - pomalo se ne slažem, 4 - niti se slažem niti ne slažem, 5 - pomalo se slažem, 6 - slažem se, 7 - potpuno se slažem

V kategorija: Problemi kao faktori sa kojima se suočavaju žene preduzetnice

Svako pitanje iz upitnika predstavlja varijablu koja je kodirana brojevima od 1 do 7 na sledeći način:

1 - uopšte se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - pomalo se ne slažem, 4 - niti se slažem niti ne slažem, 5 - pomalo se slažem, 6 - slažem se, 7 - potpuno se slažem

VI kategorija: Faktori koji pokreću žensko preduzetništvo

Svako pitanje iz upitnika predstavlja varijablu koja je kodirana brojevima od 1 do 7 na sledeći način:

1 - uopšte se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - pomalo se ne slažem, 4 - niti se slažem niti ne slažem, 5 - pomalo se slažem, 6 - slažem se, 7 - potpuno se slažem

Odgovori ispitanika dobijeni navedenom anketom obrađeni su *deskriptivnom statističkom metodom*, kao i *metodom za raspodelu frekvencija* u programskom paketu SPSS za Windows (verzija 23.0). Koristili smo, takođe, *hi-kvadrat test nezavisnosti* za analizu odnosa između kategorijskih promenljivih. Rezultat je smatran statistički značajnim ukoliko je verovatnoća $p < 0,05$.

7.4 Rezultati istraživanja

Prikaz rezultata *deskriptivne statističke metode* dat je *Tabelama 9-13*. Tabele su prikazane i numerisane u skladu sa navedenim Kategorijama podataka od 1 do 7. *Raspodela frekvencija* varijabli (koje su se istakle po svojim visokim aritmetičkim sredinama i samim tim su značajne za naše istraživanje) predstavljene su *Grafikonima 1-14*.

Tabela 9. Opšte karakteristike preduzetnica – deskriptivna statistika

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Aritmetička sredina</i>	<i>Standardna devijacija</i>
Godište	100	1	7	3.67	1.181
BračniSt	100	1	4	2.08	.598
ŠkolskaSpr	100	4	9	6.44	1.018
BrDece	100	0	3	1.68	.790
Valid N (listwise)	100				

Tabela 10. Opšti podaci o biznisu – deskriptivna statistika

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Aritmetička sredina</i>	<i>Standardna devijacija</i>
PrIskustvo	100	1	6	3.49	1.307
BrGodinaUSBiznisu	100	1	4	1.55	.716
PravnaFormaBiz	100	1	2	1.03	.171
VrstaBiznisa	100	1	2	1.03	.171
BrZaposlenih	100	1	7	1.89	1.014
NačinUspostavljanjaBiz	100	1	4	1.38	.962
PočetniKapital	100	1	6	3.63	2.033
Valid N (listwise)	100				

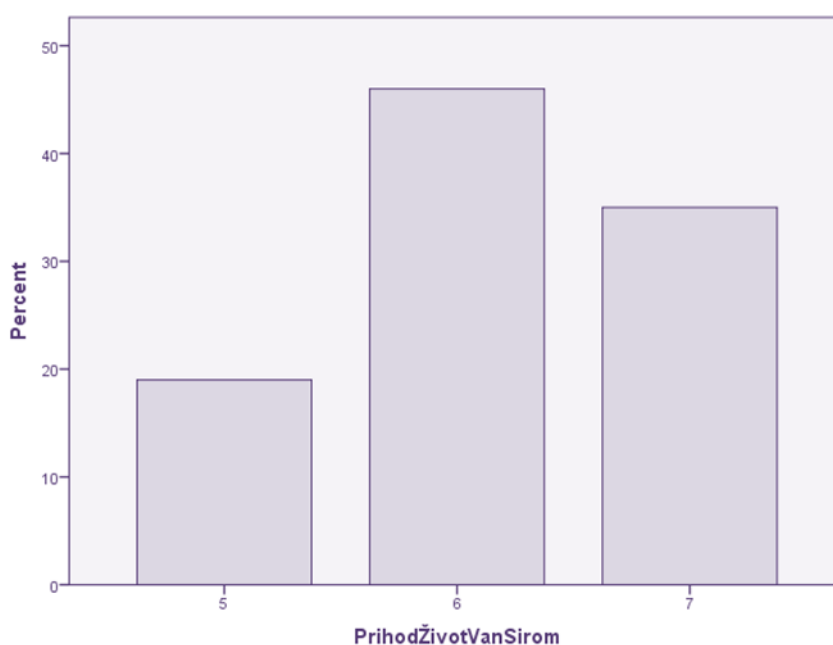
Tabela 11. Motivacioni faktori ispitanika – deskriptivna statistika

	<i>N</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Aritmet. sredina</i>	<i>Standard. devijacija</i>
Potreba Za Autonomijom	100	1	3	2.17	.805
Prihod Život Van Sirom	100	5	7	6.16	.721
Niske Plate	100	6	7	6.90	.302
Identifikovane Prilike	100	2	4	2.84	.721
Nezaposlenost	100	5	7	6.77	.468
Potreba Za Fleks Rad.Vremenom	100	5	7	6.25	.770
Ostvarenje Sna	100	1	4	2.05	.845
Nedovoljan Dohodak Familije	100	5	7	6.11	.737
Društveni Status	100	1	4	1.67	.792
Kontrola Sudbine	100	1	3	1.51	.577
Želja Za Sticanjem	100	1	4	1.47	.688
Uticaj Okoline	100	1	3	1.41	.552
Pritisak Familije	100	4	7	5.68	.737
Potreba Za Ličnim Razvojem	100	1	4	1.72	.753
Stres Na Poslu	100	5	7	6.42	.638
Prethodno Iskustvo	100	1	4	1.76	.866
Valid N (listwise)	100				

Najači motivacioni faktor je činjenica da su u preduzećima i poslovnim subjektima niske plate (Tabela 11) i da bi se naše ispitanice opredelile da pokrenu vlastiti biznis upravo zbog toga. Nezaposlenost je drugi faktor prema rangi kod naših ispitanica, što govori da je u pitanju "prinudni" faktor koji motiviše žene da pokrenu biznis ili da se

opredele za lični preduzetnički poduhvat. Interesantno je da "stres na poslu" spada u grupu najčešćih motivacionih faktora kod naših ispitanika, što nam govori o teškoćama na koje nailaze žene zaposlene kod drugih vlasnika i njihovo neposredno i posredno iskustvo. Želja da se izbegne situacija u kojima su žene izložene stresu tokom posla, motiviše ih da pokrenu vlastiti biznis, iako ih i tu očekuju poslovi koji donose stresne situacije.

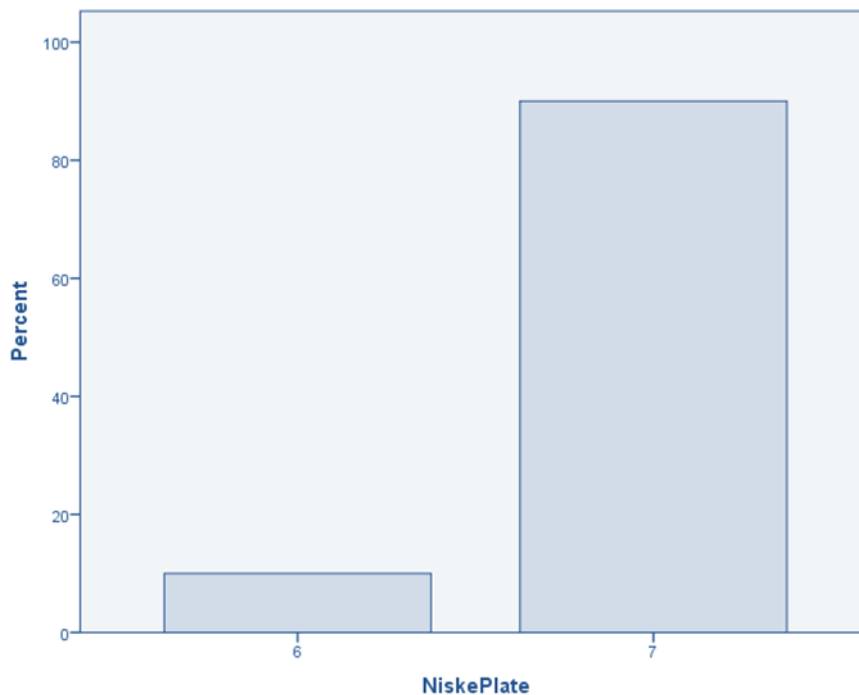
Očekivali bi smo da faktori kao što su "društveni status", "želja za sticanjem" i "kontrola vlastite sudbine" budu mnogo više motivišući ženama preduzetnicama, ali naše istraživanje pokazuje da su oni pri dnu lestvice motiva za pokretanje ženskog preduzetništva.



Grafikon 1. Raspodela frekvencija promenljive PrihodŽivotVanSirom – Prihodi koji omogućavaju život van siromaštva

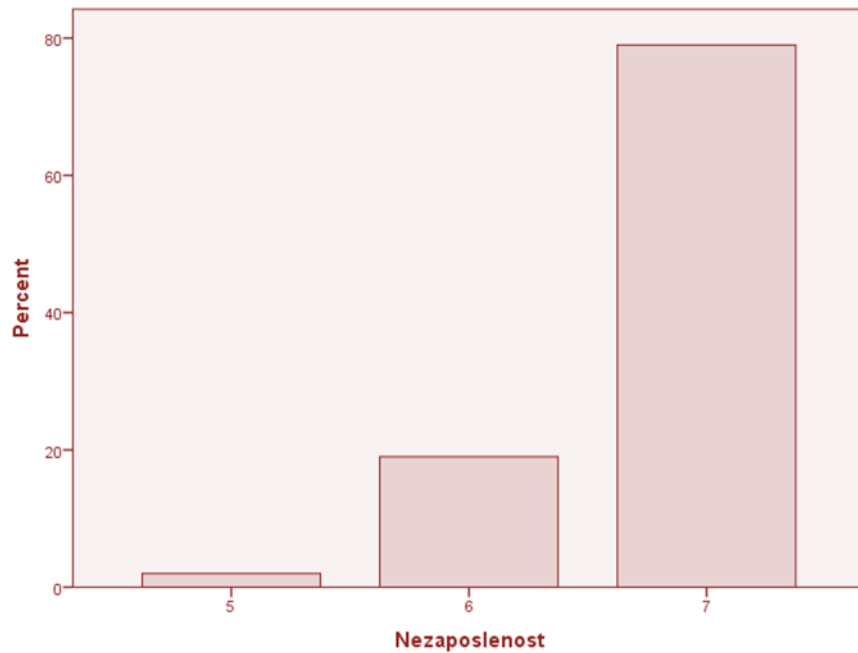
Izbeći zonu siromaštva predstavlja dominantan faktor kod ljudi, ali spada u primarne faktore, odnosno osnovne životne potrebe. To može biti jedan od motiva koji pokreće ljude da se bave nekim poslom koji donosi novac ili dobru zaradu. Ali, ako se preduzetnički poduhvati vezuju za taj motiv, kao što je to slučaj sa našim ispitanicima, onda to može biti i ograničavajući faktor, jer nas on stalno podseća da

preti opasnost pada u siromaštvo, te preduzetnik (preduzetnica) nisu u stanju da kreativnije i inovativnije pristupaju biznisu. Istina, to može biti dobar početni motiv, ali on mora biti konstantno dograđivan novim i sadržajnijim preduzetničkim idejama i inovacijama i mora ići ka tome da stvara malo "komotniju" poslovnu atmosferu i klimu za razvoj preduzetništva.



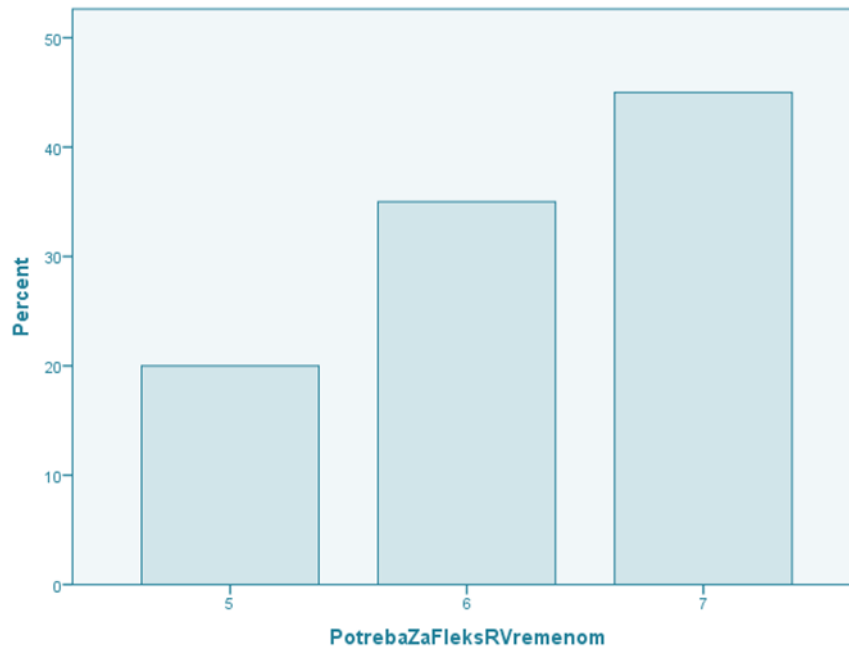
Grafikon 2. Raspodela frekvencija promenljive Niske plate – Niske, demotivišuće plate u firmama

"Niske i demotivišuće plate" predstavljaju najači motivišući faktor kod naših ispitanika (ispitanica) i pokazatelj da je "nužnost" jedan od pokretača otpočinjanja biznisa kod žena preduzetnica (Grafikon 2). Otići iz nekog preduzeća u kome imate niske plate, znači ceniti sebe, imati želju za napretkom, tragati za boljim i slično. To može biti i dobar pokretački motiv za preduzetništvo, ali samo ako je praćen nekom dobrom idejom, njenom ekonomskom i marketiškom proverom, ali i znanjem, odlučnošću i upornošću.



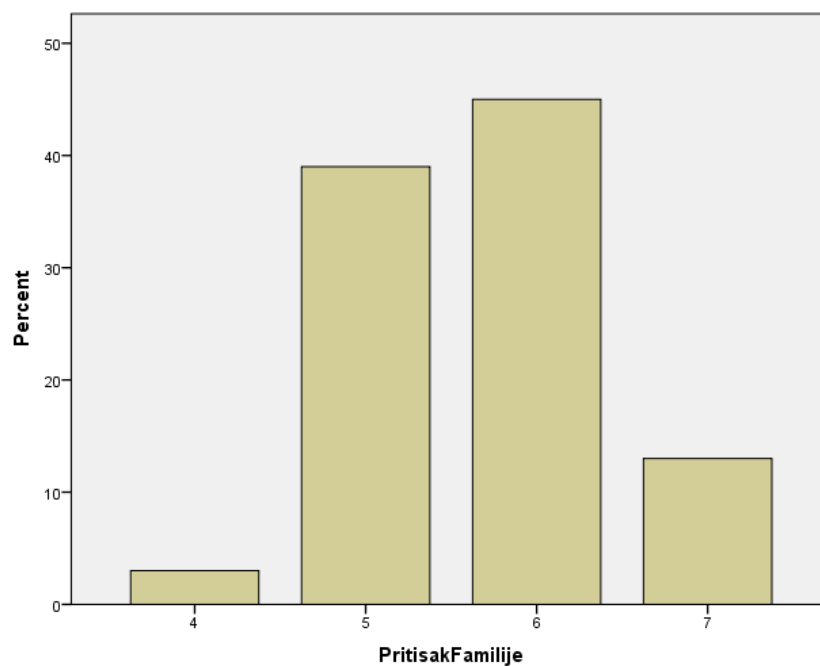
Grafikon 3. Raspodela frekvencija promenljive Nezaposlenost – Nepovoljno stanje na tržištu, nezaposlenost

Frekvencija "nezaposlenosti" je veoma visoka i spada u kategoriju "sasvim se slažem", kao faktor koji motiviše žene preduzetnice. Ovaj faktor može imati dvostruku vrednost: prvo, pokretanje biznisa iz "nužde" kako bi se na bilo koji način rešio problem nezaposlenosti; drugo, može upućivati na ono što je veoma važno za preduzetnike a to je želja i namera da se posao "stvara" a ne samo da se čaka da se "negde zaposli". Ova druga karakteristika predstavlja pravi preduzetnički duh i veoma je važna za pokretanje preduzetničkog biznisa a posebno kod žena.



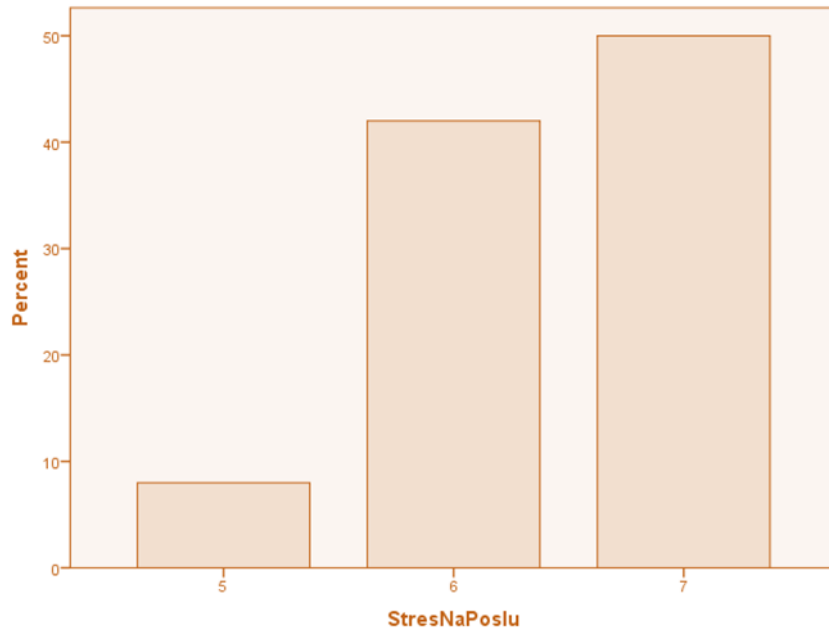
Grafikon 4. Raspodela frekvencija promenljive PotrebaZaFleksRVremenom – Potreba za fleksibilnim radnim vremenom

Kao što je vidljivo (Grafikon 4), "potreba za fleksibilnim vremenom" ima postepeno povećanje frekvencije na desnoj strani grafikona koja ukazuje da je fleksibilnije vreme jedan od "umerenih" motiva (manje od 50% ukupnog izjašnjavanja) za pokretanje ženskog preduzetništva. Felksibilnije radno vreme može značiti dobar motiv za žene, imajući u vidu njihove porodične obaveze, ali, na drugoj strani, neudate žene više vole precizno organizovano, ustaljeno i jednako trajanje vremena na poslu.



Grafikon 5. Raspodela frekvencija promenljive PritisakFamilije – Pritisak Familije

"Pritisak familije" spada u motive koji imaju središnju frekvencijalnu raspšrenost, što ukazuje da mogu biti jedan od motiva za pokretanje preduzetništva, ali njihovo delovanje nije efikasno i autentično kao neki drugi motivi. Nljiova vertikalna raspšrenost (procenat ukupnog izjašnjenja je između 40 i 50, tako da mogu označavati jedan od onih prinudnih motiva koje smo susretali i u prethodnim grafikonima.



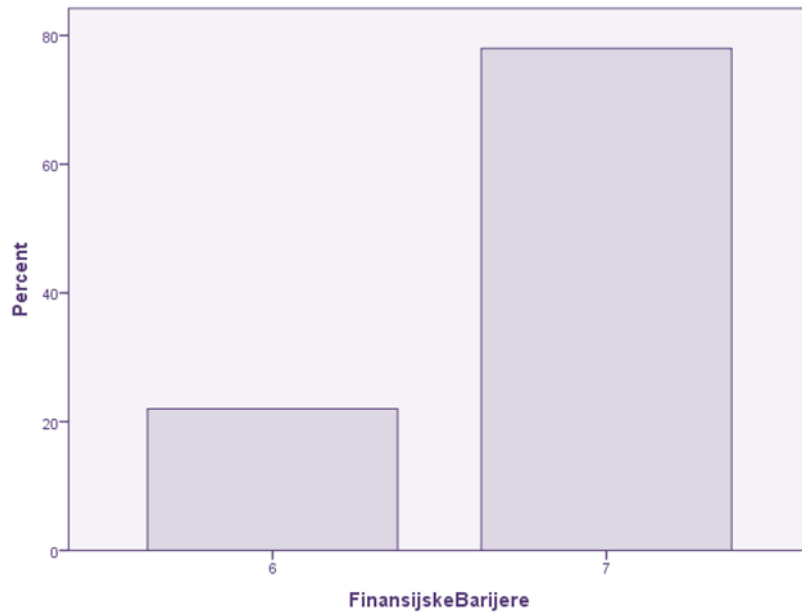
Grafikon 6. Raspodela frekvencija promenljive StresNaPoslu – Stres na poslu

"Stres na poslu" zauzima treće mesto prema snazi motiva koji pokreću žene da se bave biznisom. Ovo nam ukazuje da ovaj motiv pokreće, pre svega, već zaposlene žene i predstavlja "ventil" izlaska iz nepovoljne preduzetničke i organizacione klime u kojoj se trenutno nalaze. Ovaj motiv takođe spada u "prinudne" motive i ukazuje na probleme koji postoje u savremenom poslovanju u Srbiji, te pritisak koji trpe zaposlene žene, kao i njihovu želju da pobegnu iz "tuđeg" biznisa i započnu vlastiti biznis. Ovo može biti dobar motiv ako je praćen dobrom preduzetničkom idejom onih žena koje "beže" iz "tuđeg" biznisa, ali i loš motiv ako žene postupaju prema stavu "samo da pobegnem iz ovog posla, pa šta bude dalje".

Tabela 12. Barijere koje sputavaju žene preduzetnike u pokretanju biznisa – deskriptivna statistika

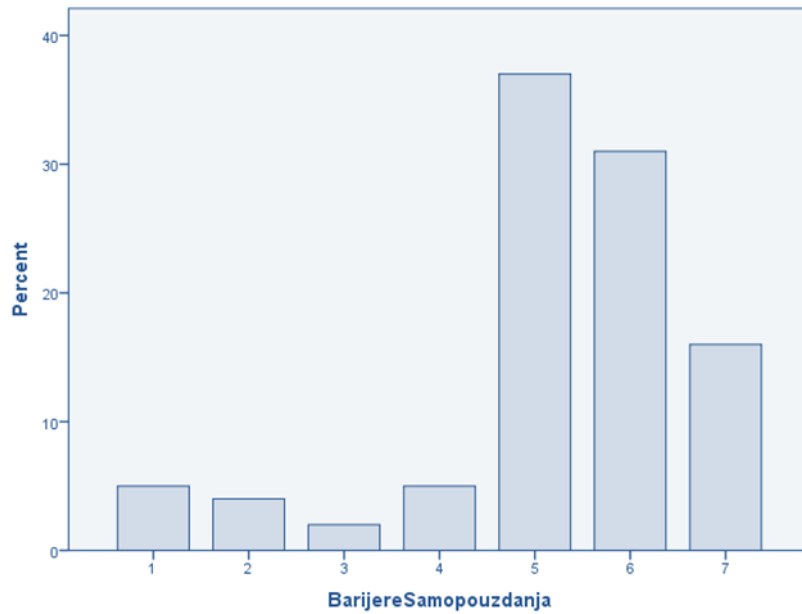
	<i>N</i>	<i>Min.</i>	<i>Max.</i>	<i>Aritmet. sredina</i>	<i>Standardna devijacija</i>
Finansijske Barijere	100	6	7	6.78	.416
Barijere Infrastrukture	100	1	4	1.53	.643
Barijere Samopouzdanja	100	1	7	5.22	1.488
Barijere Straha Od Neuspeha	100	5	7	6.31	.662
Barijere Socijalne	100	5	7	6.59	.740
Barijere Modela Uloga	100	2	7	5.16	1.253
Barijere Soc Kapitala	100	1	7	4.98	1.310
Barijere Edukacije	100	1	4	1.80	.853
Barijere Posluskustva	100	1	7	5.18	1.466
Barijere Mentora	100	1	3	1.41	.534
Barijere Izbora PrGrane	100	1	7	6.04	.974
Barijere Društvene	100	4	7	6.08	.774
Barijere Ambijenta	100	1	4	1.96	.852
Barijere Porez	100	2	6	4.56	.715
Barijere Birokratija	100	1	5	2.84	.838
Valid N (listwise)	100				

Kada je reč o barijerama koje stoje pred razvojem ženskog preduzetništva, vidimao da naše ispitanice (tabela 12) percipiraju "finnsijske barijere" kao naizraženije, potom "socijalne barijere", "strah od neuspeha" i "nedostatak samopouzdanja". Razumljivo je da nedostatak finansija i slabi finsijski stimulansi stoje kao velika prepreka ukupnom preduzetništvu u Srbiji, pa time i ženskog npreduzetništva, jer Srbija je nedovoljno razvijena i siromašna zemlja, pa su finasije opšti društveni problem. Ovome su bliske i "socijalne barijere" jer govore o niskom životnom standardu, slaboj poslovnoj klimi, niskom vrednosnom rejtingu privatnog preduzetništva i slično. Međutim, "strah od neuspeha" i "nedostatak poverenja" ukazuju na slabe psihološke performanse, slabu informisanost i odlučnost žena u Srbiji da se opredele za lične preduzetničke poduhvate.



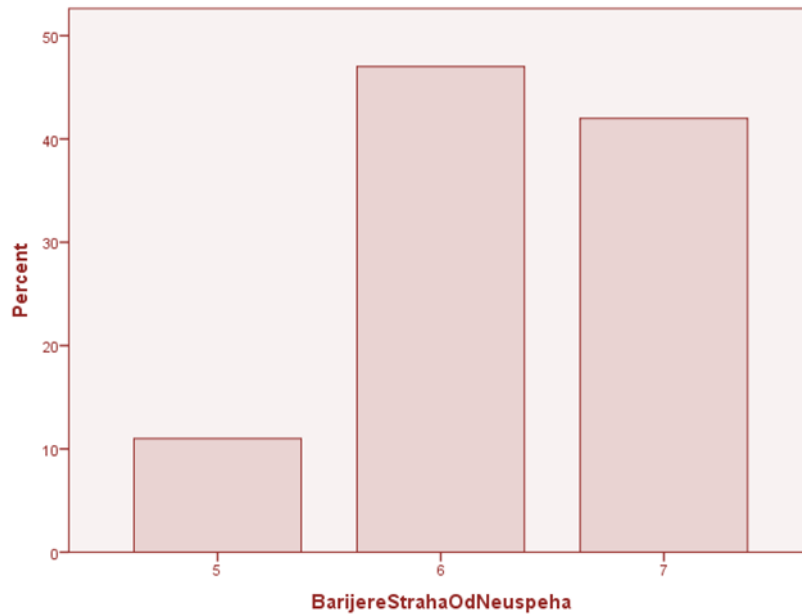
Grafikon 7. Raspodela frekvencija promenljive FinansijskeBarijere – Finansijske barijere, teško pribavljanje finansijskih sredstava

Kada su u pitanju barijere koje stoje pred ženama preduzetnicima, onda je jasno vidljivo da "finansijske barijere" predstavljaju prvu i najveću prepreku za pokretanje vlastitog biznisa. Dominacija desne horizontalne strane u raspodeli frekvencija ove barijere ("slažem se" i "potpuno se slažem") ukazuje na njenu primarnost, kao što to potvrđuje i vertikalna dinamika frekvencije (skoro 80%). Ovakvi stavovi naših ispitanika(ca) ukazuju na ozbiljne finasijske nedostatke u našoj preduzetničkoj i poslovnoj sredini. To se delimično može opravdati slabim privrednim rastom, niskom dinamikom poslovanja i slabom cirkulacijom investicionog kapitala u Srbiji. Ali, ovo je spoljašnja barijera, koja ipak može biti otklonjena dobrim strateškim planom države ili neke lokalne sredine. Veći problem za razvoj preduzetništva u nekoj sredini, prema našem mišljenju, predstavljaju unutrašnje barijere kod samih žena preduzetnica.



Grafikon 8. Raspodela frekvencija promenljive BarijereSamopouzdanja – Barijere vezane za nedostatak samopouzdanja

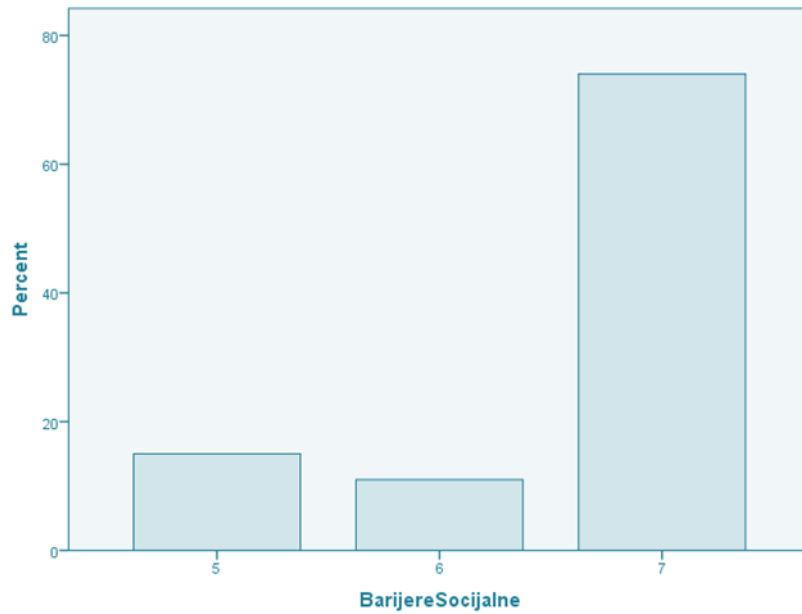
"Barijera samopouzdanja" je jedna od najvažnijih unutrašnjih barijera koje sprečavaju opredeljenost za preduzetništvo, posebno kod žena. Vidimo na našem grafikonu (Grafikon 8) da ima punu horizontalnu frekventnost i da je svi ispitanici osećaju kao važnu prepreku. Njena koncentracija na početku desne strane frekvencijalne raspodele, kao i njen vertikalni maksimum na opciji "pomalo se slažem", te kasniji pad na završnoj opciji "potpuno se slažem", ukazuju nam da samopouzdanje jeste značajna barijera u ženskom preduzetništvu, ali da ona nema tako čvrstu strukturu, te da se može određenim treningom i edukacijom značajno popraviti.



Grafikon 9. Raspodela frekvencija promenljive BarijereStrahaOdNeuspeha – Barijere Vezane za strah od neuspeha

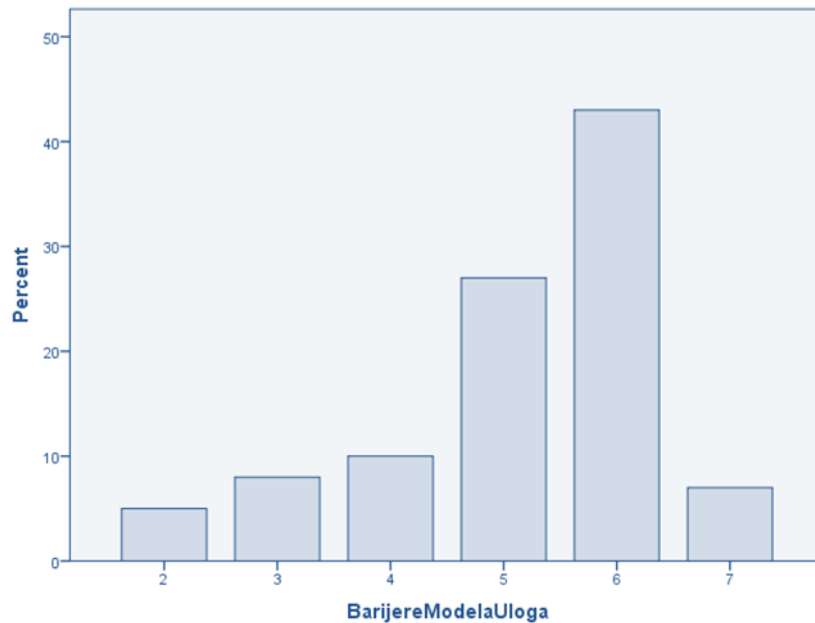
Barijera "strah od neuspeha" je najjača unutrašnja barijera kod naših ispitanica i njena koncentracija na desnoj strani frekventne horizontalne raspršenosti (grafikon 9) govori o mnoštvu psiholoških dilema koje stoje pred ženama preduzetnicama u Srbiji. Ovo može biti značajno obeshrabrujuća činjenica, kako za žensko, tako i za ukupno preduzetništvo u Srbiji. Mogu postojati različiti povoljni spoljašnji uslovi, ali ako unutrašnja barijera dominira, onda je teško imati masovniji zahvat u razvoju preduzetništva.

Ova barijera zauzima treće mesto u ukupnom redosledu barijera koje su percipirale naše ispitanice, ali i prvo mesto kada su u pitanju samo unutrašnje barijere, što je vidljivo iz prethodnog grafikona. Ako tome dodamo i visok procentni nivo opcija "slažem se" i "potpuno se slažem" (između 40 i 50 procenata), onda možemo govoriti o visokom stepenu nespremnosti žena za vlastiti preduzetnički biznis u Srbiji. .



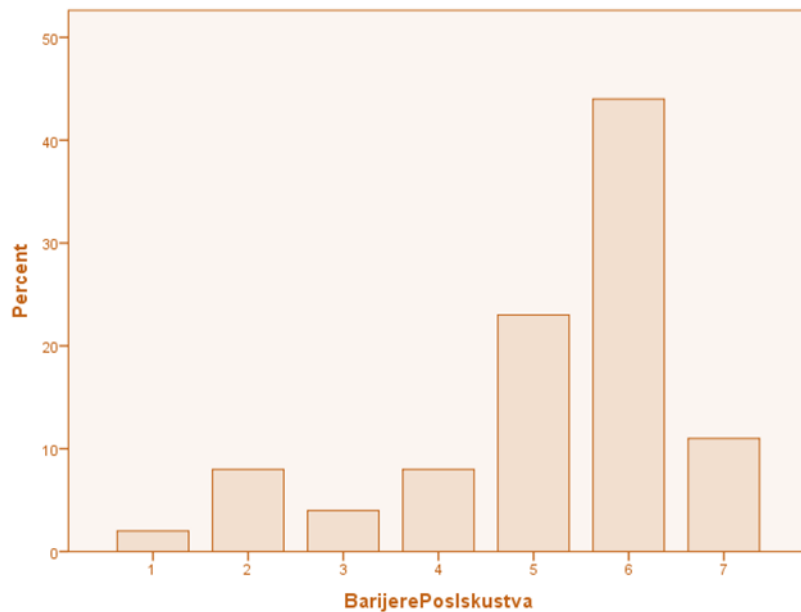
Grafikon 10. Raspodela frekvencija promenljive BarijereSocijalne – Barijere socijalnog kapitala, socijalne/poslovne/tehničke mreže

Kada su u pitanju socijalne berijere, onda treba naglasiti da je to složen mehanizam različitih uticaja, od nivoa društvenog standarda, individualnog standarda, društvenih veza i posebno, socijalnog kapitala. Iz literature je poznato da sredine koje su "bogatije" socijalnim kapitalom imaju više mogućnosti za razvoj biznisa i preduzetništva. Jedan od najvažnijih elemenata socijalnog kapitala jeste poverenje, bez njega je teško ostvariti neki širi preduzetnički poduhvat i razvijati povoljnu preduzetničku klimu. Distribucija socijalnih barijera kod naših ispitanica pokazuje njihovu punu zaošterenost na krajnjoj desnoj mernoj strani, jer se najviše njih izjasnilo za opciju "potpuno se slažem" a u procentu nešto manjem od 80%. Socijalne barijere zauzimaju drugo mesto na listi barijera (odmah iza finasijskih barijera) koje sprečavaju ili remete preduzetničke aktivnosti žena u Srbiji.



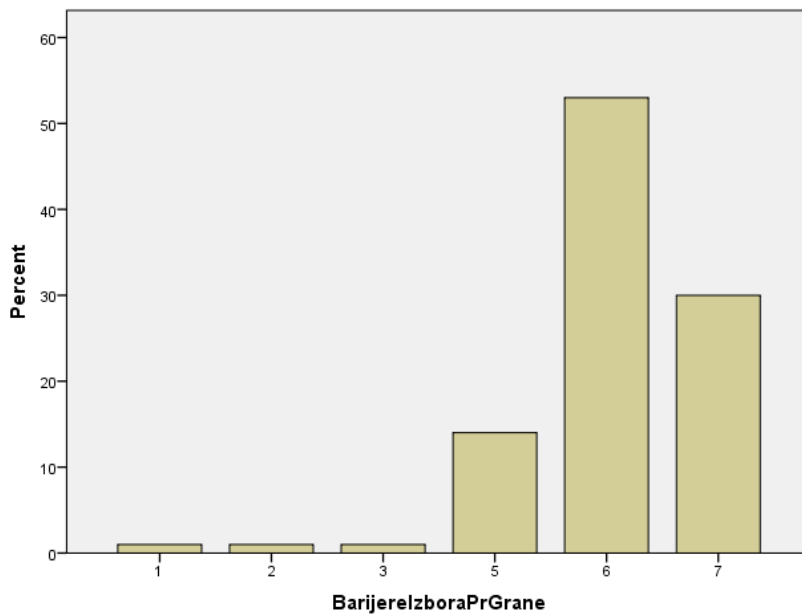
Grafikon 11. Raspodela frekvencija promenljive BarijereModelaUloga – Barijere modela uloga (nedostatak uzora za žene preduzetnike)

Barijere "model uloga" imaju široku raspršenost na obe strane horizontalne frekvencije od neslaganja preko neodređenog stava, zatim umerenog slaganja, pa do desetoprocentnog potpunog slaganja sa stavom da "model uloga" ima moć barijere u razvoju ženskog preduzetništva (Grafikon 11). Iz ovih distribucija možemo zaključiti da žene percipiraju "model uloga" kao barijeru u razvoju ženskog preduzetništva, ali da ona nije nepremostiva prepreka. To dalje navodi na zaključak da žene osećaju da je njima teže u započinjanju i razvoju preduzetništva, nego muškarcima, pre svega zbog društvenog stereotipa o rodnim ulogama koji predstavlja značajan deo kulture u Srbiji.

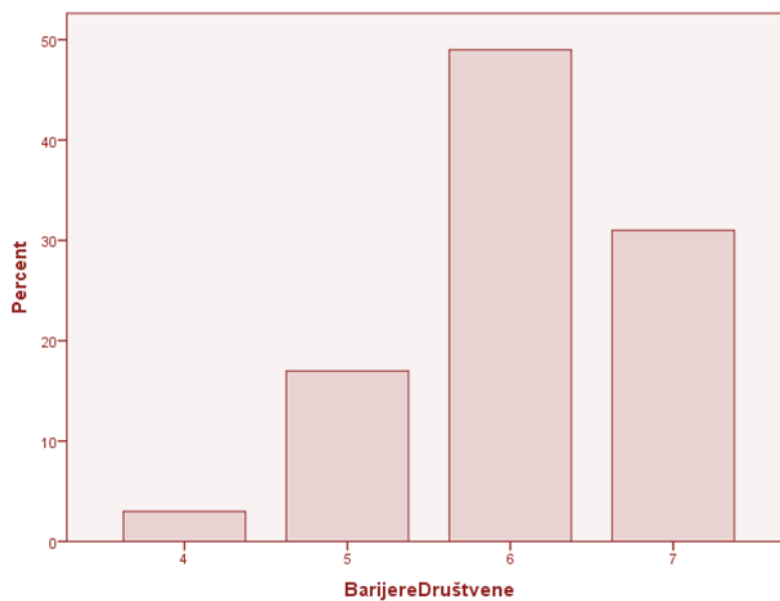


Grafikon 12. Raspodela frekvencija promenljive BarijerePosIskustva – Barijere nedostatka poslovnog iskustva i menadžerskog rada

Barijere "poslovnog iskustva" imaju potpunu horizontalnu distributivnu raspršenost i visok vertikalni doseg u opcijama "pomalo se slažem"(24%) i "slažem se" (46"), što nam govori da žene percipiraju poslovno iskustvo kao značajnu unutrašnju barijeru razvoju preduzetništva i vlastitog biznisa. Barijere "izbora privredne grane" u kome će se pokrenuti biznis (Grafikon 13), takođe možemo svrstati u unutrašnje barijere ili, preciznije rečeno, kombinaciju unutrašnjih i spoljašnjih barijera. Iz grafikona vidimo da ih značajan broj naših ispitanica oseća kao prepreku razvoju biznisa.



Grafikon 13. Raspodela frekvencija promenljive BarijereIzborPrGrane – Barijere izbora odgovarajuće privredne grane/sektora



Grafikon 14. Raspodela frekvencija promenljive BarijereDruštvene – Društveno kulturne barijere

Kao i u slučaju socijalnih barijera, "društvene barijere" predstavljaju značajnu prepreku prema mišljenju naših ispitanica (Grafikon 14). Treba napomenuti da društvene barijere obuhvataju širi prostor od socijalnih barijera (posebno socijalnog

kapitala), jer uključuju, tehničke, ekonomske, političke, klasne i kulturne elemente i situaciju u jednom društvu ili nekoj sredini.

Tabela 13. Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnice – deskriptivna statistika

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Aritmetička sredina</i>	<i>Standardna devijacija</i>
NedostatakInicijative	100	1	4	1.88	.844
NedostatakSIVremena	100	3	7	6.18	.869
IzbegavanjeRuzika	100	5	7	6.36	.644
DominacijaMuškaraca	100	2	7	5.93	1.358
NedostatakPoverenja	100	2	5	3.14	1.015
DvojnaUlogaŽene	100	5	7	6.30	.718
NedostatakFinansijskihRes	100	6	7	6.95	.219
NegativanStavInstitucija	100	2	6	3.80	1.348
NepovoljniKrediti	100	6	7	6.99	.100
KašnjenjeNaplate	100	1	6	2.78	1.219
NeadekvatanMarketing	100	1	5	2.34	.819
NeraspoloživostLjudi	100	2	6	4.27	1.090
OklevanjeKadrova	100	1	5	2.54	1.314
NeadekvatnaTehnologija	100	1	6	4.29	1.266
NeodgovarajućePlaniranje	100	1	6	3.37	1.152
NedostatakMenadzerskihVeština	100	1	7	4.93	1.572
NedostatakPodrškeInstitucija	100	5	7	5.83	.697
NeefikasnaBirokratija	100	3	7	4.28	1.129
NeadekvatnaPoreskaPolitika	100	2	6	3.56	1.166
NerazvijenaPravnaReg	100	2	6	4.43	.913
NeodgovarajućaInfrastruktura	100	1	6	3.12	1.094
RazvojSamopouzdanja	100	5	7	6.19	.647
AkadskaEdukacija	100	2	6	4.01	1.049
PoboljšanjeInfrastrukture	100	5	7	6.35	.730
PorastAutomatizacije	100	1	5	2.02	.899
PorastBrojaUspešnihŽena	100	5	7	5.91	.698
PovećanjeSvesnosti	100	2	6	4.91	.975
PovećaniPublicitet	100	5	7	6.18	.757
InformacionaPodrška	100	5	7	6.18	.757
FinansijskaPodrška	100	7	7	7.00	.000
PoslovnaEdukacija	100	5	7	6.18	.657
RazvojSocijalnogKapitala	100	4	7	5.71	.880
DruštvenePromene	100	4	7	5.40	.696
EkonomskePromene	100	2	6	4.83	.975
PromenePravneRegulative	100	2	6	4.43	.913
PoboljšanjePoreskogSistema	100	2	6	4.56	.715

U tabeli 13. su sumirani i precizirani problemi sa kojima se žene preduzetnice i potencijalne preduzetnice susreću u Srbiji. Većinu problema predstavljaju spoljašnji uticaji kao što su finasije, krediti, poreski sistem, nedostatak vremena, slaba

infrastruktura i dominacija muškaraca. Međutim, uočavamo i unutrašnje prepreke kao što je nedostatak svesti o značaju i potrebi preduzetništva, strah od poslovnog rizika, nedostatak menadžerskih veština i samopouzdanje. Zanimljivo je da naše ispitanice nisko vrednuju "nedostatak inicijative", "oklevanje" i nespremnost, nedostatak planiranja i porast automatizacije, kao probleme koji se mogu pojaviti u njihovom opredeljenju za preduzetništvo.

Statistički značajni rezultati *hi-kvadrat testa nezavisnosti* prikazani su u *Tabelama 6/b-20/b*. U cilju interpretacije rezultata pratili smo vrednosti Pirsonove statistike (engl. *Pearson*, što je skraćunica za *Pearson's chi-square*).

U *Tabelama 14/a-28/a* prikazane su ostvarene frekvencije po određenim varijablama (kod statistički značajnih rezultata).

Godište * BarijereSamopouzdanja Crosstabulation

Tabela 14. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive Godište i BarijereSamopouzdanja

a)

Count

	BarijereSamopouzdanja							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
Godište 1	0	0	0	0	0	0	1	1
2	0	0	0	0	4	2	6	12
3	0	1	0	3	15	11	5	35
4	0	2	2	1	13	11	4	33
5	1	0	0	1	5	6	0	13
6	2	0	0	0	0	0	0	2
7	2	1	0	0	0	1	0	4
Total	5	4	2	5	37	31	16	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	91.187^a	36	.000
Likelihood Ratio	57.575	36	.013
Linear-by-Linear Association	24.609	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 43 cells (87.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive Godište i BarijereSamopouzdanja dobijena je vrednost Pirsonove statistike 91.187, sa produženim nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

BrDece * BarijereSocijalne Crosstabulation

Tabela 15. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive Godište i BarijereSamopouzdanja

a)

Count

	BarijereSocijalne			Total
	5	6	7	
BrDece 0	14	0	1	15
1	0	0	7	7
2	1	10	62	73
3	0	1	4	5
Total	15	11	74	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	86.507^a	6	.000
Likelihood Ratio	69.095	6	.000
Linear-by-Linear Association	51.883	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (58.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .55.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive BrDece i BarijereSocijalne dobijena je vrednost Pirsonove statistike 86.507, sa produženim nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

Godište * BarijereSocKapitala Crosstabulation

Tabela 16. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive Godište i BarijereSocijalnogKapitala

a)

Count

	BarijereSocKapitala							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
Godište 1	0	0	0	0	0	1	0	1
2	0	1	2	3	2	2	2	12
3	0	1	3	11	6	10	4	35
4	0	0	1	2	14	15	1	33
5	0	1	0	1	5	6	0	13
6	0	1	1	0	0	0	0	2
7	1	1	0	1	0	1	0	4
Total	1	5	7	18	27	35	7	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	71.620 ^a	36	.000
Likelihood Ratio	50.892	36	.051
Linear-by-Linear Association	2.166	1	.141
N of Valid Cases	100		

a. 43 cells (87.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive Godište i BarijereSocijalnogKapitala dobijena je vrednost Pirsonove statistike 71.620, sa produženim nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

Godište * BarijerePosIskustva Crosstabulation

Tabela 17. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive Godište i BarijerePoIskustva

a)

Count

	BarijerePosIskustva							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
Godište 1	0	0	0	0	0	1	0	1
2	0	0	1	1	2	4	4	12
3	0	2	0	4	9	16	4	35
4	0	2	2	2	9	16	2	33
5	1	1	1	0	3	6	1	13
6	1	1	0	0	0	0	0	2
7	0	2	0	1	0	1	0	4
Total	2	8	4	8	23	44	11	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	59.625^a	36	.008
Likelihood Ratio	39.209	36	.328
Linear-by-Linear Association	12.976	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 43 cells (87.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive Godište i BarijerePosIskustva dobijena je vrednost Pirsonove statistike 59.625, sa nivoom značajnosti od 0.008. Kako je ova vrednost ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

ŠkolskaSpr * BarijereIzboraPrGrane Crosstabulation

Tabela 18. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive ŠkolskaSpr i BarijereIzboraPrGrane

a)

Count

	BarijereIzboraPrGrane						Total
	1	2	3	4	5	6	
ŠkolskaSpr 4	0	0	0	1	4	1	6
5	0	0	0	1	8	6	15
6	0	0	0	3	5	5	13
7	0	1	0	8	35	18	62
8	1	0	1	0	1	0	3
9	0	0	0	1	0	0	1
Total	1	1	1	14	53	30	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	76.411^a	25	.000
Likelihood Ratio	25.272	25	.447
Linear-by-Linear Association	4.013	1	.045
N of Valid Cases	100		

a. 31 cells (86.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive ŠkolskaSpr i BarijereIzborPrGrane dobijena je vrednost Pirsonove statistike 76.411, sa produženim nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

Godište * BarijereModelaUloga Crosstabulation

Tabela 19. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive Godište i BarijereModelaUloga

a)

Count

	BarijereModelaUloga						Total
	2	3	4	5	6	7	
Godište 1	0	0	0	0	0	1	1
2	1	0	0	0	9	2	12
3	2	3	4	13	12	1	35
4	0	2	4	10	15	2	33
5	1	1	2	2	6	1	13
6	1	1	0	0	0	0	2
7	0	1	0	2	1	0	4
Total	5	8	10	27	43	7	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	47.434^a	30	.023
Likelihood Ratio	39.954	30	.106
Linear-by-Linear Association	4.352	1	.037
N of Valid Cases	100		

a. 36 cells (85.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive Godište i BarijereModelaUloga dobijena je vrednost Pirsonove statistike 47.434, sa nivoom značajnosti od 0.023. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

BračniSt * BarijereSocijalne Crosstabulation

Tabela 20. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive BračniSt i BarijereSocijalne

a)

Count

	BarijereSocijalne			Total
	5	6	7	
BračniSt 1	9	2	1	12
2	5	7	58	70
3	1	2	13	16
4	0	0	2	2
Total	15	11	74	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	41.495^a	6	.000
Likelihood Ratio	33.020	6	.000
Linear-by-Linear Association	19.205	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (58.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .22.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive BračniSt i BarijereSocijalne dobijena je vrednost Pirsonove statistike 41.495, sa nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

BrDece * BarijereSocijalne Crosstabulation

Tabela 21. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive BrDece i BarijereSocijalne

a)

Count

	BarijereSocijalne			Total
	5	6	7	
BrDece 0	14	0	1	15
1	0	0	7	7
2	1	10	62	73
3	0	1	4	5
Total	15	11	74	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	86.507^a	6	.000
Likelihood Ratio	69.095	6	.000
Linear-by-Linear Association	51.883	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (58.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .55.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive BrDece i BarijereSocijalne dobijena je vrednost Pirsonove statistike 86.507, sa visokim nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

BračniSt * NedostatakSIVremena Crosstabulation

Tabela 22. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive BračniSt i NedostatakSIVremena

a)

Count

	NedostatakSIVremena					Total
	3	4	5	6	7	
BračniSt 1	0	0	8	4	0	12
2	1	3	7	27	32	70
3	0	0	0	7	9	16
4	0	0	0	1	1	2
Total	1	3	15	39	42	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	33.267 ^a	12	.001
Likelihood Ratio	32.327	12	.001
Linear-by-Linear Association	11.548	1	.001
N of Valid Cases	100		

a. 14 cells (70.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive BračniSt i NedostatakSIVremena dobijena je vrednost Pirsonove statistike 33.267, sa visokim nivoom značajnosti od 0.001. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

BrDece * NedostatakSIVremena Crosstabulation

Tabela 23. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive BrDece i NedostatakSIVremena

a)

Count

	NedostatakSIVremena					Total
	3	4	5	6	7	
BrDece 0	0	0	9	6	0	15
1	0	1	1	2	3	7
2	1	2	4	30	36	73
3	0	0	1	1	3	5
Total	1	3	15	39	42	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	37.066^a	12	.000
Likelihood Ratio	35.448	12	.000
Linear-by-Linear Association	14.228	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 15 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive BrDece i NedostatakSIVremena dobijena je vrednost Pirsonove statistike 37.066, sa visokim nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

BračniSt * DvojnaUlogaŽene Crosstabulation

Tabela 24. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive BračniSt i DvojnaUlogaŽene

a)

Count

	DvojnaUlogaŽene			Total
	5	6	7	
BračniS 1	9	2	1	12
2	4	32	34	70
3	2	5	9	16
4	0	1	1	2
Total	15	40	45	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	39.996^a	6	.000
Likelihood Ratio	29.590	6	.000
Linear-by-Linear Association	11.702	1	.001
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .30.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive BračniSt i DvojnaUlogaŽene dobijena je vrednost Pirsonove statistike 39.996, sa visokim nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

BrDece * DvojnaUlogaŽene Crosstabulation

Tabela 25. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive BrDece i DvojnaUlogaŽene

a)

Count

	DvojnaUlogaŽene			Total
	5	6	7	
BrDece 0	15	0	0	15
1	0	1	6	7
2	0	38	35	73
3	0	1	4	5
Total	15	40	45	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	106.140^a	6	.000
Likelihood Ratio	90.261	6	.000
Linear-by-Linear Association	44.436	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (58.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .75.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive BrDece i DvojnaUlogaŽene dobijena je vrednost Pirsonove statistike 106.104, sa visokim nivoom značajnosti od 0.000. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

Godište * NedostatakMenadzerskihVeština Crosstabulation

Tabela 26. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive Godište i NedostatakMenadžerskihVeština

a)

Count

	NedostatakMenadzerskihVeština						Total
	2	3	4	5	6	7	
Godište 1	0	0	0	0	1	0	1
2	0	0	1	5	3	3	12
3	0	8	3	8	13	3	35
4	0	3	5	14	8	3	33
5	0	0	0	7	5	1	13
6	0	0	0	2	0	0	2
7	1	1	0	0	2	0	4
Total	1	12	9	36	32	10	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	49.506^a	30	.014
Likelihood Ratio	37.157	30	.173
Linear-by-Linear Association	1.308	1	.253
N of Valid Cases	100		

a. 38 cells (90.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive Godište i NedostatakMenadžerskihVeština dobijena je vrednost Pirsonove statistike 49.506, sa visokim nivoom značajnosti od 0.014. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

ŠkolskaSpr * NedostatakMenadžerskihVeština Crosstabulation

Tabela 27. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive ŠkolskaSpr i NedostatakMenadžerskihVeština

a)

Count

	NedostatakMenadžerskihVeština							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
ŠkolskaSp 4	0	0	3	0	1	1	1	6
5	0	1	1	0	7	4	2	15
6	0	0	2	2	3	3	3	13
7	3	0	7	10	17	15	10	62
8	2	0	1	0	0	0	0	3
9	0	0	0	0	0	1	0	1
Total	5	1	14	12	28	24	16	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	49.465^a	30	.014
Likelihood Ratio	35.047	30	.241
Linear-by-Linear Association	.560	1	.454
N of Valid Cases	100		

a. 37 cells (88.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive ŠkolskaSpr i NedostatakMenadžerskihVeština dobijena je vrednost Pirsonove statistike 49.465, sa visokim nivoom značajnosti od 0.014. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

Godište * DominacijaMuškaraca Crosstabulation

Tabela 28. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive Godište i DominacijaMuškarca

a)

Count

	DominacijaMuškaraca						Total
	2	3	4	5	6	7	
Godište 1	1	0	0	0	0	0	1
2	1	3	1	2	2	3	12
3	1	1	0	5	12	16	35
4	0	1	3	4	8	17	33
5	0	1	1	2	1	8	13
6	0	0	0	0	1	1	2
7	0	0	0	1	1	2	4
Total	3	6	5	14	25	47	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	53.729 ^a	30	.005
Likelihood Ratio	29.544	30	.489
Linear-by-Linear Association	6.187	1	.013
N of Valid Cases	100		

a. 36 cells (85.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive Godište i DominacijaMuškarca dobijena je vrednost Pirsonove statistike 53.729, sa visokim nivoom značajnosti od 0.005. Kako je ova vrednost znatno ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

ŠkolskaSpr * DominacijaMuškaraca Crosstabulation

Tabela 29. Raspodela frekvencija (a) i *Hi – kvadrat test* (b) za promenljive ŠkolslaSpr i DominacijaMuškarca

a)

Count

	DominacijaMuškaraca						Total
	1	2	3	4	5	6	
ŠkolskaSp 4	0	2	0	1	2	1	6
5	0	0	2	0	1	12	15
6	1	0	0	3	4	5	13
7	1	4	3	9	18	27	62
8	1	0	0	1	0	1	3
9	0	0	0	0	0	1	1
Total	3	6	5	14	25	47	100

b)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	37.195^a	25	.04
Likelihood Ratio	33.301	25	.124
Linear-by-Linear Association	.019	1	.889
N of Valid Cases	100		

a. 31 cells (86.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

Primenom *Hi – kvadrat testa nezavisnosti* za promenljive ŠkolslaSpr i DominacijaMuškarca dobijena je vrednost Pirsonove statistike 37.195, sa visokim nivoom značajnosti od 0.040. Kako je ova vrednost ispod nivoa značajnosti od 0.05, jasno je da je ova statistika značajna.

Tabela 30. Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnice – deskriptivna statistika

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Aritmetička sredina</i>	<i>Standardna devijacija</i>
NedostatakInicijative	100	1	4	1.88	.844
NedostatakSIVremena	100	3	7	6.18	.869
IzbegavanjeRuzika	100	5	7	6.36	.644
DominacijaMuškaraca	100	2	7	5.93	1.358
NedostatakPoverenja	100	2	5	3.14	1.015
DvojnaUlogaŽene	100	5	7	6.30	.718
NedostatakFinansijskihRes	100	6	7	6.95	.219
NegativanStavInstitucija	100	2	6	3.80	1.348
NepovoljniKrediti	100	6	7	6.99	.100
KašnjenjeNaplate	100	1	6	2.78	1.219
NeadekvatanMarketing	100	1	5	2.34	.819
NeraspoloživostLjudi	100	2	6	4.27	1.090
OklevanjeKadrova	100	1	5	2.54	1.314
NeadekvatnaTehnologija	100	1	6	4.29	1.266
NeodgovarajućePlaniranje	100	1	6	3.37	1.152
NedostatakMenadzerskihVeština	100	1	7	4.93	1.572
NedostatakPodrškeInstitucija	100	5	7	5.83	.697
NeefikasnaBirokratija	100	3	7	4.28	1.129
NeadekvatnaPoreskaPolitika	100	2	6	3.56	1.166
NerazvijenaPravnaReg	100	2	6	4.43	.913
NeodgovarajućaInfrastruktura	100	1	6	3.12	1.094

U tabeli 30. su sumirani i precizirani problemi sa kojima se žene preduzetnici susreću u Srbiji. Većinu problema predstavljaju spoljašnji uticaji kao što su finasije, krediti, poreski sistem, nedostatak vremena, slaba infrastruktura i dominacija muškaraca. Međutim, uočavamo i unutrašnje prepreke kao što je nedostatak svesti o značaju i potrebi preduzetništva, strah od poslovnog rizika, nedostatak menadžerskih veština i samopouzdanje. Zanimljivo je da naše ispitanice nisko vrednuju "nedostatak inicijative", "oklevanje", „nedostatak poverenja u ženske sposobnosti“, „neadekvatan marketing“ i „neodgovarajuće planiranje“ kao probleme sa kojima se suočavaju u njihovim preduzetničkim naporima.

Tabela 31. Pokretači ženskog preduzetništva – deskriptivna statistika

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Aritmetička sredina</i>	<i>Standardna devijacija</i>
RazvojSamopouzdanja	100	5	7	6.19	.647
AkadskaEdukacija	100	2	6	4.01	1.049
PoboljšanjeInfrastrukture	100	5	7	6.35	.730
PorastAutomatizacije	100	1	5	2.02	.899
PorastBrojaUspešnihŽena	100	5	7	5.91	.698
PovećanjeSvesnosti	100	2	6	4.91	.975
PovećaniPublicitet	100	5	7	6.18	.757
InformacionaPodrška	100	5	7	6.18	.757
FinansijskaPodrška	100	7	7	7.00	.000
PoslovnaEdukacija	100	5	7	6.18	.657
RazvojSocijalnogKapitala	100	4	7	5.71	.880
DruštvenePromene	100	4	7	5.40	.696
EkonomskiRast	100	2	6	4.83	.975
PromenePravneRegulative	100	2	6	4.43	.913
PoboljšanjePoreskogSistema	100	2	6	4.56	.715

U tabeli 31. su sumirani i precizirani faktori koji pokreću žensko preduzetništvo. Prema istraživanju najviše rangirana je finansijska podrška što je bilo za očekivati. Poboljšanje infrastrukture, Razvoj samopouzdanja, Poslovna edukacija, Povećani publicitet i Razvoj socijalnog kapitala su takođe visoko rangirani. Porast automatizacije je najmanje vrednovan, ali zanimljivo i Akadska edukacija. Ovo znači da preduzetnice više vrednuju poslovnu edukaciju i informacionu i mentorsku podršku. Društveno ekonomski faktori su srednje rangirani.

8. ANALIZA I DISKUSIJA

Dve osnovne poluge našeg rada su *motivacioni faktori* žena preduzetnica u Srbiji i *barijere* koje stoje pred njima i otežavaju započinjanje, razvoj i unapređenje preduzetništva. U teorijskom delu smo pronašli glavne oslonce za naše stavove za ova dva ključna problema ženskog preduzetništva, dok smo u istraživačkom delu prikupili indikatore za naše tvrdnje o važnosti motiva za žensko preduzetništvo, kao i barijera koje pred tim stoje. U ovom delu rada analiziramo ključne indikatore ove naše dve ključne varijable i testiramo (kvalitativnim postupkom) naša polazna istraživačka pitanja.

Motivacioni faktori koji najviše utiču na naše ispitanice su niske plate, nezaposlenost, stres na poslu, potrebe za fleksibilnim radnim vremenom, prihod koji će obezbediti "život van siromaštva", nedovoljan dohodak porodice i pritisak porodice. Konstatovali smo prethodno da su ovo motivacioni "faktori iz nužde", jer oni pokreću preduzetnike (u našem slučaju, žene preduzetnice) da "učine nešto", da reaguju instiktivno, da reaguju pod pritiskom. Njihov izbor je nametnut spoljašnjim faktorima (niska plata, loši uslovi, stres, iscrpljujuće radno vreme) tako da preduzetnici prema principu "samo da se promeni nešto", ili "samo da se nađe bilo koji drugi posao". Ovi faktori mogu biti važni u pokretanju vlastitog biznisa, ali oni nisu dovoljni i njihovo trajanje i krajnji efekat nisu konstantni i stabilni izvor preduzetničkog poduhvata i preduzetničkih inovacija.

Mnogo su važniji unutrašnji motivi kao što su potreba za ličnim razvojem, potreba za autonomijom, preduzetnička ideja, želja da se napreduje u poslu i profesiji, kreativnost, inovacija, afirmacija, uticaj, bogaćenje i društveni status. Ove motive možemo označiti kao unutrašnje motive jer oni različito deluju na svakog pojedinca. Naše istraživanje je pokazalo da ovi motivi nedostaju kod žena preduzetnica u Srbiji, odnosno da ih naše ispitanice nisu percipirale u znatnoj meri, što je prilično neočekivano za nivo savremenog preduzetništva koji se oslanja na inovacije, kreacije, nove ideje i poduhvate.

Odgovor na naše prvo istraživačko pitanje ("koji motivacioni faktori utiču kod žena preduzetnica?") bio bi da više utiču "faktori nužde", spoljašnji faktori, rutinski i "stari" faktori, egzistencijalnog karaktera, dok mnogo manje, ponegde i jedva primetno, unutrašnji faktori, faktori kreacije, ideje, inovacije, stvaranja novog, ličnog napretka i autonomije u radu. Dakle, postoji značajna disproporcija između

spoljašnjih faktora (faktora "iz nužde") i unurtašnjih faktora (faktora "stvaranja" i afirmacije), tako da je žensko preduzetništvo u Srbiji jednostrano usmereno, ka zadovoljenju egzistencijalnih i kratkoročnih potreba.

Kada su u pitanju barijere koje ometaju, otežavaju i sprečavaju razvoj ženskog preduzetništva u Srbiji, naše istraživanje pokazuje da su osnovne barijere, finasijske prirode (nedostatak sredstava, finasijskih resursa, kredita, podsticaja), zatim socijalne barijere i barijere socijalnog kapitala, društvene i kulturne barijere, kao i barijere "modela uloga". Ove barijere, kao i u slučaju motiva, možemo označiti kao spoljašnje barijere, odnosno "barijere sredine" ili barijere okruženja. One svedoče da u Srbiji nije razvijena preduzetnička klima, preduzetnička politika i da savremeno srpsko društvo nema dominirajuće karakteristike preduzetničkog društva.

Što se tiče unutrašnjih barijera, naše ispitanice su percipirale "barijere samopouzdanja" (5.22 aritmet. sredina) i "barijere poslovnog iskustva" (5.18 aritmet. sredina) kao dominantne unutrašnje barijere. To nam govori da nema velikog preduzetničkog potencijala u osnivanju i razvoju vlastitog biznisa kod ženske populacije u Srbiji. Uočena je i jedna protivrečnost, naime, ispitanice su u niskom koeficijentu participirale "poslovnu infrastrukturu" (1.5), edukaciju (1.8) i mentorstvo (1.43), što upućuje da postoji potencijal sa te strane, ali nisko samopouzdanje i socijalni kapital, sa druge strane.

Naše drugo istraživačko pitanje ("da li postoje *barijere* koje sputavaju žene preduzetnike u pokretanju i razvoju biznisa?") upućuje da postoje značajne objektivane, spoljašnje barijere, barijere, društvene i kulturne, ali da postoje i značajne unutrašnje barijere kao što je samopouzdanje i poslovno iskustvo. Ovde su ove dve vrste barijara približene za razliku od motiva pokretača koji su značajno udaljeni.

Problemi sa kojima se naše ispitanice susreću su brojni, mada vodeće mesto zauzimaju finasijski i investicioni problemi, odnosno nedostatak kredita, sa visokim frekvencijama (6.95 i 6.99). Treba pomenutu da je veliki problem izbegavanje rizika što govori o percepciji sredine u kojoj je rizično bavljenje ličnim preduzetničkim aktivnostima. U domen rizika spada i visoka percepcija žena o slaboj pravnoj regulativi i zaštiti poslovanja (nestimulativna poreska politika), posebno malih i srednjih preduzeća i autonomnih preduzetničkih poduhvata. Dvojna uloga žene (domaćica i preduzetnica), takođe je značajan problem kod žena u Srbiji, kako pokazuje naš uzorak anketiranih žena koje već imaju vlastiti biznis. Naše istraživanje

je pokazalo da žene preduzetnice imaju značajan problem sa višestrukim nedostatkom podrške za bavljenje preduzetništvom, kao i "dominacija muškaraca", što ukazuje na nizak stepen poslovne klime, poslovne kulture i etike u Srbiji. Nedostatak menadžerskih veština je jedan od problema na koji nailaze žene preduzetnice u Srbiji, kao i svuda prisutni nedostatak samopouzdanja, što ukazuje da je u Srbiji potrebno dosta preduzetničke edukacije, treninga motivacije, kreativnosti, veština komunikacije i drugih instrumenata koji podstiču samopouzdanje i odlučnost za bavljenje vlastitim biznisom.

Interesantno je napomenuti da je problem "nedostatka samopouzdanja" praćen osećajem nedostataka menadžerskih veština, te da je on posebno prisutan u dobrom kvartilu žena strosi između 30 i 40 godina. Ovo nam ukazuje da se žene preduzetnice u Srbiji susreću sa ovim odlučujućim pitanjem baš u periodu kada tražaju da steknu važno iskustvo i odlučujuću stabilnost u poslovanju i poslovnom poduhvatu. Ovo nije ohrabrujući podatak za preduzetnički prostor Srbije i upućuje na propuste u edukaciji i početnoj motivaciji žena preduzetnica u Srbiji. Ovim je potvrđeno naše istraživačko pitanje broj 4 ("da li je nedostatak samopouzdanja jedna od barijera razvoju ženskog preduzetništva i da li je to izraženije kod mlađih preduzetnica?").

Ako pogledamo još neke barijere, onda uočavamo da "socijalne barijere" i "barijere modela uloga" imaju značajan uticaj na žene starosne grupe između 35 i 40 godina, kao i na udate i razvedene žene. Njihova percepcija socijalnih barijera i barijera modela uloga je prilično visoka. To ukazuje na njihovu sputanost očekivanjima žene majke, žene supruge, dvojnosti uloga, dodatnog iscrpljivanja u kućnim i porodičnim poslovima, što utiče na njihovu spremnost da se duže i istrajnije posvete preduzetničkom poduhvatu. Iz ovoga proizilazi da je naše istraživačko pitanje, "da li su barijere socijalnih uloga i modela uloga izraženije kod žena sa decom?" pozitivno potvrđeno.

Ako dodatno razmorimo pitanje "da li su barijere modela uloga izraženije kod mlađih preduzetnica?", uočavamo da kod ispitanica u dobi između 30 i 35 godina taj faktor dominira, kao i kod žena u starosnoj grupi između 44 i 50 godina. Na drugoj strani, taj problem nije izražen kod žena mlađih od 30 godina. Ako se samo posmatra faktor označen kao "dominacija muškaraca", onda vidimo da je on izražen kod žena svih starosnih grupa sa visokom frekvencijom na desnoj strani skale slaganja. Takođe, svi obrazovni profili žena učesnica u našem istraživanju percipiraju sa visokom frekvencijom "dominaciju muškaraca", kao prisutnu u poslovanju. Ovo nas upućuje

na konstataciju da dominacija muškaraca u poslovanju predstavlja značajnu prepreku razvoju ženskog preduzetništva u Srbiji.

Konstatovali smo ranije da je socijalni kapital od velike važnosti za razvoj preduzetništva i biznisa, posebno kod žena. naše istraživanje ukazuje da se ovo pojavljuje kao značajna barijera za preduzetnice u starosnoj dobi između 30 i 39 godina (naše pitanje: "da li su barijere socijalnog kapitala povezane sa godinama starosti?"). Ovo je pomalo neočekivan nalaz, jer bi trebalo da žene u tom periodu uspostavljaju svestranije komunikacije i interakcije sa svim socijalnim i starosnim grupama. Korene ovoj pojavi treba tražiti u okrenutosti žena porodicima i porodičnim problemima u tim godinama, kao i suženom prostoru komunikacije za one žene koje nisu pronašle zaposlenje, ali i one žene koje vide posao kao "nužno zlo" koje ih odvaja od porodice i sprečava da više vremena provode sa decom.

Zanimalo nas je da saznamo kao obrazovanje utiče na izbor grane i oblasti u kojoj bi ispitanice započele i razvijale preduzetništvo. Istraživanje pokazuje da su vrlo neodlučne žene sa viskim (četvorogodišnjim) obrazovanjem, što je, takođe, manje očekivano, ako se ima u vidu da bi više obrazovanje trebalo da znači i veći stepen upoznatosti i informisanosti o stanju poslovanja i mogućnostima započinjanja biznisa u pojedinim privrednim granama. Naše pitanje "da li stepen obrazovanja ima uticaja na barijere izbora odgovarajuće grane/sektora?" je potvrđeno, ali je naše očekivanje bilo da će žene sa nižim obrazovanjem ovo doživeti kao barijeru, dok bi žene sa visokim obrazovanjem trebalo da se lakše odlučuju za određenu privrednu granu. Ovo možemo pripisati uticaju opreznosti i potrebe da se problem višestruko sagleda od strane žena sa fakultetskim (četvorogodišnjim) obrazovanjem. Istina, ovaj problem kao delimično izražen (u manjoj meri) osećaju i naše ispitanice sa srednjim obrazovanjem.

Istraživanje je sasvim očekivano potvrdilo da je finansijska podrška visoko vrednovan pokretač među ženama preduzetnicima. Ovo upućuje na neophodnost unapređenja pristupa finansiranja, uključujući postojeće izvore finansiranja (unapređenje ponude bankarskog sektora) i razvoj novih finansijskih instrumenata kao što su mikrofinansiranje i ulaganje preduzetnog kapitala. Svakako potrebno je povećavati sposobnost samih preduzetnica za pristup različitim izvorima finansiranja. Kada je razvoj samopouzdanja u pitanju potrebno je sprovoditi dugoročne mere koje će generano osnaživati žensku populaciju. Uvođenje nekog oblika nastave preduzetništva na svim nivoima obrazovanja je jedna od mera. Institucionalna

podrška je takođe važna pošto razvijene formalne institucionalne strukture pomažu preduzetnicama da razviju sposobnosti da se nose sa neizvesnošću. Za preduzetnice je važna i neformalna podrška u lokalnoj zajednici, takođe neformalne strukture i mreže nude potencijalan pristup inovativnim idejama, preduzetničkom načinu mišljenja, znanju i dr. Što pozitivno utiče na samopouzdanje i samoefikasnost.

Visoko vrednovana među preduzetnicama je poslovna edukacija što ukazuje da se različitim formalnim trening programima mora pokloniti velika pažnja kako za potencijalne preduzetnice i žene koje započinju preduzetnički poduhvat tako i za preduzetnice koje su već u biznisu. Ovo uključuje odgovarajuće dizajniranje takvih programa uzimajući u obzir najbolju praksu, svetska i evropska iskustva. Veoma je važno i imati kvalitetne edukatore (trenere, instruktore) pošto su oni jedan od najjačih činioca uspeha programa. Stoga će često biti potrebna i obuka samih trenera kako bi ovladali programom i uspešno ga realizovali. Svakako važno je i da budu odgovarajuće motivisani.

Istraživanje je pokazalo da je i informaciona podrška preduzetnicma veoma važna. Za razvoj odgovarajuće informacione podrške potrebno je aktivno uključjenje institucije, unapređenje infrastrukture i logistike pomoću koje bi se obezbedile i širile informacije, obezbeđenje konsalting usluga (za poslovne, pravne, računovodstvene i druge stručne usluge), unapređenje mreže mentora i trening mentora i dr. Razvoj predzetničke infarstrukture može u veikoj meri doprineti boljoj informacionoj podršci. Tako je u klasterima koji dobro funkcionišu uočena odgovarajuća komunikacija i poverenje među članicama klastera, informacije se razmenjuju putem telefona ili mejla dnevno ili nedeljno, sastanci menadžera sa članicama klastera se organizuju jednom mesečno, po potrebi se organizuju sastanci sa naučnoistraživačkim i drugim institucijama, a važnim su se pokazala i neformalna druženja članica klastera (Žarković et al., 2016).

Publicitet i promotivne aktivnosti su takođe visoko rangirane što znači da ovim pitanjima treba posvetiti pažnju i napor i unaprediti medijsku promociju. Potrebno je uključiti ciljeve promovisanja ženskog preduzetništva u dokumenta i strategije i aktivno delovati u cilju postizanja pozitivnog imidža ženskog preduzetništva u javnosti. Istraživanje je takođe ukazalo na značaj socijalnog kapitala i umrežavanja pošto je i ovom pitanje dosta visoko rangirano. Mreže imaju značajnu ulogu za preduzetnice pomažući im da dobiju savete, formiraju partnerstva, imaju pristup

resursima, grade vredne relacije i dr. Sledeći korak bi bio traženje načina da se obezbedi razvoj mrežnih mogućnosti za žene preduzetnike.

9. IMPLIKACIJE I PREPORUKE

Naše istraživanje pokazuje da postoji određeni potencijal za razvoj ženskog preduzetništva u Srbiji. On se ogleda u iskazanim potrebama, motivima i opredeljenju naših ispitanica koje nisu ušle u prostor preduzetništva, kao i onih koje se već bave vlastitim, pojedinačnim ili porodičnim biznisom.

Istraživanje ukazuje na nekoliko problema pred kojima se nalazi žensko preduzetništvo u Srbiji. Prvo, motivacioni faktori postoje u izvesnoj meri, ali su oni usko usmereni prema egzistencijalnim pitanjima (zaposlenje, izlazak iz zone siromaštva, stres na postojećem poslu, loši uslovi rada i niske plate), dok su vrlo malo usmereni prema kreativnoj, inovativnoj i autonomnoj strani aktivnosti, što bi pravo preduzetništvo podrazumevalo i što bi trebalo da budu trajniji preduzetnički motivi.

Drugo, postoje brojne barijere koje se čine skoro nepremostivim u postojećim poslovnim i privrednim uslovima u Srbiji. Posebno su izražene finasijske i infrastrukturne prepreke koje stoje pred ženama preduzetnicima, zatim su tu i prepreke koje proizilaze iz poslovnog okruženja u vidu poslovne nesigurnosti i slabe institucionalne podrške ukupnom preduzetništvu (subvencije, poreska politika, razne stimulacije i podsticaji), posebno ženskom. Tome treba dodati i brojne socijalne, kulturne i političke barijere koje karakterišu poslovnu klimu u Srbiji pri kraju druge decenije XXI veka.

Treće, nedostatak poslovne i preduzetničke edukacije, kako neformalne, tako i akademske, predstavljaju dodatni problem za preduzetnice koje su se odlučile za pokretanje vlastitog ili ulazak u nasleđeni biznis. Posledica ovog nedostatka je slabo razvijene menadžerske veštine kod postojećih i potencijalnih preduzetnica u Srbiji.

Četvrto, dominacija muškaraca u prostoru privatnog biznisa i preduzetništva, predstavlja poseban problem za žene preduzetnice, prema percepciji naših ispitanica. Ovo može biti rezultat stereotipa prisutnog u našoj kulturi, koji govori o tome da su žene "manje hrabre" ili "manje spremne" da se dugotrajnije posvete preduzetničkom poduhvatu, posebno tamo gde se poslovanje doživljava kao stalna borba, često i "vrlo prljava". Međutim, osećaj "dominacije muškaraca" koje su iskazale naše ispitanice,

može biti pokazatelj suženog prostora u poslovanju i niskog nivoa podrške muškaraca ženama preduzetnicama.

Implikacije slabe motivacije, izraženih barijera, smetnji, prepreka i problema na koje ukazuje naše istraživanje, daju nam dovoljno indikatora da konstatujemo da je žensko preduzetništvo slabo razvijeno u Srbiji, te da su mu potrebni značajni podsticaji, ozbiljna strategija i promena svesti o potrebi ženskog preduzetništva. Potrebno je i značajno unapređenje poslovne i preduzetničke klime, kako u Srbiji, tako i u neposrednom okruženju, koje podrazumeva promenu poslovne kulture i sistema vrednosti.

Na osnovu rezultata našeg empirijskog istraživanja u ovom radu, moguće je postaviti nekoliko preporuka o unapređenju ženskog preduzetništva u Srbiji.

1. Potrebno je značajno unaprediti finasijsku podršku ženskom preduzetništvu u različitim oblicima: krediti, finasijski podsticaji od strane državnih institucija, lokalne zajednice, finasijskih institucija iz EU i raznih investicionih agencija i velikih kompanija. Potrebno je omogućiti finansiranje projekata ženskog preduzetništva u važnim sektorima ekonomije. Potrebno je razviti nove modele finansiranja uključujući poboljšanje sistema izdavanja kreditnih garancija, uspostaviti mikrofinansiranje i razviti mikrokreditne institucije, stvarati uslove za ulaganje preduzetnog kapitala i razvijati mrežu poslovnih anđela i fondove preduzetnog kapitala. Problem finansiranja smatra se jednim od najozbiljnijih problema u ženskom preduzetništvu. Žene teže dolaze do početnog kapitala za osnivanje novog biznisa. Razlog tome može biti to što žene češće otvaraju nove poslove u sektoru usluga, odnosno otvaraju male firme za koje je potreban manji kapital. Banke nemaju interes za malim zajmovima jer imaju manju zaradu na njima. Osim toga, krediti koje banke nude su uglavnom preskupi za male biznise.
2. Unapređenje i širenje edukacije iz oblasti preduzetništva, menadžmenta, marketinga i drugih oblasti, značajno će doprineti razvoju i unapređenju ženskog preduzetništva u Srbiji. Ovo se odnosi i na školski sistem gde je potrebno uvoditi preduzetništvo na svim nivoima školovanja kao i na različite programe edukacije i obuke za potencijalne i postojeće preduzetnice. Kvalitetna akademska edukacija

obezbeđuje sposoban budući kadar i mogućnost postizanja specijalizacije i daljeg napredovanja ali odnosi se na mali broj populacije. Nedostatak preduzetničkih, menadžerskih i drugih znanja i veština može predstavljati veliku prepreku za žene preduzetnike. Brze promene u današnjem svetu, konkurencija i razvoj tehnologije zahtevaju ne samo posedovanje određenih sposobnosti nego i kontinuirano učenje i usavršavanje. Razvijanje preduzetničkih i menadžerskih znanja i veština kod preduzetnica koje su već u biznisu je neophodno posebno ukoliko je rast i razvoj njihovog biznisa strateško opredljenje, što uključuje i potrebu za razvojem odgovarajućih modela i programa učenja i treninga u te svrhe.

3. Razvoj institucija je neophodan u cilju obezbeđenja uslova za pružanje podrške ženskom preduzetništvu. U tom smislu potrebno je poboljšati ili reformisati procese i kapacitete sadašnjih institucija i razvijati nove usloge za potencijalne preduzetnice i preduzetnice koje već imaju razrađen biznis. Naročito je važno razviti logistiku i specijalizovane programe usluga za preduzetnice uključujući pružanje konsalting usluga i mentorstvo. Pored razvoja institucija važno je razvijati i preduzetničku infrastrukturu uključujući poslovne zone, tehnološke parkove, poslovne inkubatore i klastere. Ova infrastruktura omogućuje transfer tehnologije, inovacija i znanja iz naučnih i akademskih institucija u privredu, privlačenje novih investicija na lokalnu, geografsku koncentraciju međusobno povezanih preduzeća i dr. što sve zajedno može dati impuls ženskom preduzetništvu. Ovde možemo govoriti i o potrebi jačanja inovativnosti ženskog poslovanja, i posebno podršci visokoinovativnim preduzećima, ali i širenju svesti o potrebi uvođenja inovacija i njihovog značaja za konkurentnost.
4. Potrebno je raditi na podizanju svesti o neophodnosti razvoja ženskog preduzetništva, posebno od strane državnih institucija, lokalnih zajednica i nevladinih organizacija, osmisliti i organizovati različite vidove promocije ženskog preduzetništva u medijima uključujući Internet, delovati u pravcu stvaranja savremenog pozitivnog imidža ženskog preduzetništva, promovisati mreže ženskog preduzetništva, promovisati knjige i studije o ženskom preduzetništvu kao i različite

vrste događaja i javnih debata, promovisati žensko preduzetništvo među mladim ženama, promovisati modele uloga i dr. Organizovati razmenu iskustava između već uspešnih preduzetnica i onih koje su tek započele biznis, javnim prezentacijama iskustava.

5. Potrebno je stalno raditi na poboljšanju privrednog ambijenta, razvoju konkurentne tržišne privrede i postizanju ekonomskog rasta. Na taj način postepeno će se povećavati učešće pull motivacionih faktora (osnivanje biznisa zasnovanih na prepoznatim poslovnim prilikama) a smanjivati učešće push faktora (osnivanje biznisa zasnovanih na nuždi). U istraživanju je prepoznata potreba za daljim promenama pravne regulative kao i za poboljšanjem poreskog sistema i podsticajima. Takođe neophodan je stalni rad svih relevantnih stejkholdera u pravcu daljih društvenih i kulturnih promena i uklanjanje svih oblika stereoptipa i izvora neravnopravnosti.
6. Ovo istraživanje je ukazalo na još dva važna aspekta: potrebu za razvojem ženskog samopouzdanja i potrebu za jačanjem socijalnog kapitala i građenjem odgovarajućih mreža. Razvoj ženskog samopouzdanja je proces gde mnogi učesnici mogu dati vredan doprinos: školski sistem, institucije, porodica, mediji, nevladine organizacije i dr. Drugo pitanje je takođe veoma važno, pošto je uočeno da razlike u mrežama koje grade muški i ženski preduzetnici imaju uticaja na performanse. U tom smislu potrebno je pomoći preduzetnicama da grade mreže koje bi poboljšale performanse njihovih poslovanja.
7. Nedostatak odgovarajućih institucija za brigu o deci, kraće porodiljsko odsustvo, nefleksibilno radno vreme su samo neka područja gde bi se ženama trebala posvetiti posebna pažnja. Prakse razvijenih zemalja pokazuju pomak u tom smislu jer žene i muškarci sve više dele porodične obaveze.

10. ZAKLJUČAK

Preduzetništvo moramo posmatrati i kao naučnu disciplinu i kao praksu. To znači da samo preduzetništvo zahteva određena znanja iz različitih oblasti. Glavni razlog što se preduzetništvu pridaje posebna pažnja, istraživača, ekonomskih politika i medija, jeste rastuće priznanje suštinskog ekonomskog i društvenog doprinosa preduzetništva i male privrede. U ovom radu se posebno ističe značaj inovacija, kreacija i evolucije proizvoda i proizvodnje koja je prisutna u malim i srednjim preduzećima, kao i u velikim kompanijama. Analiziraju se stavovi različitih autora koji govore o odnosu nauke i preduzetništva, kao i preduzetništva i državnih institucija.

Možemo zaključiti da motivacioni faktori utiču na žensko preduzetništvo. Ovaj rad predstavlja kratak ali jasan i jezgrovit, veoma širok teorijski zahvat o ulazi i značaju motivacije ljudskom, poslovnom i preduzetničkom stvaralaštvu. Ističemo uobičajenu podelu teorija motivacionih faktora na dve velike grupe: push i pull faktore. Push teorija argumentuje da su pojedinci podstaknuti da postanu preduzetnici pod uticajem negativnih spoljnih snaga (nezadovoljstvo poslom, teško nalaženja posla, nedovoljna zarada i td.). Pull teorija govori da pojedinci postaju preduzetnici tražeći pozitivne ishode (nezavisnost, samoispunjenje, isticanje i dokazivanje). Uglavnom, istraživači nalaze da pull faktori pretežu nad push faktorima (Segal et al. 2005, Shinnar i Young, 2008, Kirkwood, 2009). Međutim mnoge situacione snage, individualne diferencije i drugi činioci mogu uticati koji faktori će dominirati". Ishodi će se razlikovati u zavisnosti da li je povoljan privredni ambijent, da li je doba ekonomskog buma i prosperiteta ili je u pitanju nepovoljan privredni ambijent, recesija i ekonomska kriza. Zaključujemo da glavni puš faktor koji se ističe u literaturi je nezaposlenost, nemanje posla uključujući nemogućnost nalaženja adekvatnog posla usled nepovoljnog stanja na tržištu rada. Na drugoj strani, literatura sugerise da je potreba za nezavisnošću i autonomijom jedan od glavnih pull faktora preduzetničke motivacije. Tabela su prikazani puš i pul faktori koji su poslužili za testiranje polazne teze u empirijskom istraživanju.

Jedna od esencijalnih tema u okviru ženskog preduzetništva odnosi se na barijere sa kojima se suočavaju žene preduzetnici. U brojnoj i heterogenoj literaturi o preduzetništvu polni jaz (gender gap) se prihvata kao realnost. Međutim tek sa razumevanjem barijera ženskom preduzetništvu možemo postići potrebna znanja o prirodi ovog jaza. Poznajući barijere sa kojima se suočavaju žene u preduzetničkim i inovacionim naporima mogu se tražiti putevi i načini njihovog eliminisanja ili barem značajnog smanjenja. Postoji više pristupa koji se mogu kombinovati pri istraživanju barijera ženskom preduzetništvu, uključujući: pristup osobina (trait approach) koji se zasniva na psihološkim i biheviorističkim teorijama; pristup zasnovan na okruženju (environmental approach) koji ističe važnost okruženja koje utiče na preduzetničke aktivnosti i funkcionalan pristup (functional approach) zasnovan na studiji Kilby (1971) koji ističe kvalitet preduzetništva kao vitalan faktor. Analizirajući savremenu literaturu, postoji nekoliko značajnih barijera razvoju preduzetništva, kao što su polna

razlika (dominacija muškaraca), samopouzdanje, strah od neuspeha, pasivna orijentacija ka riziku, višestruke uloge i obaveze žena u kući i porodici, nedostatak resursa, posebno finansijskih, pravni politički sistem i ukupna pozicija žena u savremenom društvu.

Kada je u pitanju motivacija za bavljenje žena preduzetništvom, istraživanje je pokazalo da dominiraju neposredno egzistencijalni motivi, kao što su niske plate, nezaposlenost, prihodi za život van siromaštva, stres na poslu, dok su mnogo manje prisutni motivi kao što su potreba za autonomijom, identifikovanje prilike za preduzetnički poduhvat, ostvarenje uspeha i vlastitog sna i društvenog statusa. Kada su u pitanju barijere koje stoje pred ženama preduzetnicima, istraživanje je pokazalo da su prisutne u značajnom stepenu finansijske barijere, socijalne barijere, barijere izbora grane u kojoj će se razvijati biznis, kao i kulturne barijere. Ove barijere svrstane su u „spoljašnje barijere“. Značajno su prisutne i barijere nedostatka samopouzdanja, straha od neuspeha, model uloga i poslovnog iskustva, „unutrašnje barijere“.

Pored motivacionih faktora i barijera istraživanje je obuhvatilo i faktore koji pokreću žensko preduzetništvo. Dato je više kategorija ovih faktora i to: razvoj samopouzdanja, balans radnog života, finansijska podrška, društveni i ekonomski pokretači, edukacija, informaciona i mentorska podrška, socijalni kapital i umrežavanje, i promocija. Finansijska podrška je najviše rangirana što je očekivano a preduzetnice su visoko vrednovale i razvoj infrastrukture, razvoj samopouzdanja, poslovnu edukaciju, promociju, informacionu podršku i socijalni kapital i mreže.

Istraživanje je zasnovano na tri osnovne poluge a to su *motivacioni faktori* žena preduzetnica u Srbiji, *barijere* koje stoje pred njima i otežavaju započinjanje, razvoj i unapređenje preduzetništva i faktori koji pokreću žensko preduzetništvo. U istraživačkom delu prikupljeni su indikatori za tvrdnje o važnosti motiva za žensko preduzetništvo, kao i barijera koje pred tim stoje. Možemo zaključiti da postoji značajna disproporcija između spoljašnjih faktora (faktora "iz nužde") i unutrašnjih faktora (faktora "stavaranja" i afirmacije), tako da je žensko preduzetništvo u Srbiji jednostrano usmereno, ka zadovoljenju egzistencijalnih i kratkoročnih potreba. U Srbiji nije razvijena preduzetnička klima, preduzetnička politika i da savremeno srpsko društvo nema dominirajuće karakteristike preduzetničkog društva. To ukazuje da je u Srbiji potrebno dosta preduzetničke edukacije, treninga motivacije, kreativnosti, veština komunikacije i drugih instrumenata koji podstiču samopouzdanje i odlučnost za bavljenje vlastitim biznisom. Istraživanje je pokazalo da ispitanici imaju visoku percepciju socijalnih barijera i barijera modela uloga. To ukazuje na sputanost očekivanjima žene majke, žene supruge, dvojnosti uloga, dodatnog iscrpljivanja u kućnim i porodičnim poslovima, što utiče na njihovu spremnost da se duže i istrajnije posvete preduzetničkom poduhvatu. Zaključujemo da nas prethodno rečeno "upućuje na konstataciju da dominacija muškaraca u poslovanju predstavlja značajnu prepreku razvoju ženskog preduzetništva u Srbiji".

Implikacije slabe motivacije, izraženih barijera, smetnji, prepreka i problema na koje ukazuje istraživanje, daju dovoljno indikatora da se konstatuje da je žensko preduzetništvo slabo razvijeno u Srbiji, te da su mu potrebni značajni podsticaji, ozbiljna strategija i promena svesti o potrebi ženskog preduzetništva. Potrebno je i značajno unapređenje poslovne i preduzetničke klime, kako u Srbiji, tako i u neposrednom okruženju, koje podrazumeva promenu poslovne kulture i sistema vrednosti.

Na osnovu istraživanja prikazan je i određen spektar preporuka za poboljšanje sadašnjeg stanja ženskog preduzetništva u Srbiji: finasijske podrške, unapređenja i širenja poslovne edukacije i treninga (preduzetništvo, menadžment i povezane discipline), razvoja institucija i jačanje njihovog kapaciteta, razvoja preduzetničke infrastrukture, stalnog rada na poboljšanju privrednog ambijenta, razvoja konkurentne tržišne privrede i postizanja ekonomskog rasta, promenama pravne regulative poboljšanjima poreskog sistema i podsticajima, razvoju samopouzdanja, građenju boljih mreža, podršci u balansu radnog života i pomoći porodici.

11. LITERATURA

1. Adams, J.S. (1965). Inequity in social exchange. In Berkowitz, L. (ed.). *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2), 267-299. Academic Press, New York.
2. Allen, E. I., Elam, A., Langowitz, N., Dean, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM): 2007 Report on Women and Entrepreneurship*. Babson College, Wellesley.
3. Alderfer, C.P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior & Human Performance*, 4(2), 142-175.
4. Althausser, K. L. (2018). The Emphasis of Inquiry Instructional Strategies: Impact on Preservice Teachers' Mathematics Efficacy. *Journal of Education and Learning*, 7(1), 53-70.
5. Akehurst, G., Simarro, E., Mas-Tur, A. (2012). Women entrepreneurship in small service firms: Motivations, barriers and performance. *The Service Industries Journal*, 32(15), 2489–2505.
6. Amabile, T. M. (1993). Motivational synergy: Toward new conceptualization of intrinsic and extrinsic motivation in the workplace. *Human Resource Management Review*, 3(3), 185-201.
7. Ambrose, M. L., Kulik, C. (1999). Old Friends, New Faces: Motivation Research in the 1990s. *Journal of Management*, 25(3), 231-292.
8. Amit, R., Muller E. (1995). 'Push' and 'pull' entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 12(4), 64–80.
9. Anuja, S. G. (2016). Entrepreneurial Motivation and its Impact on Business Performance of Women Entrepreneurs with Reference to Chennai. *Indian Journal of Applied Research*, 6(2), 26–29.
10. Arasteh, H., Enayati, T. V., Zamani, F., Khademloo, A. (2012). Entrepreneurial personality characteristics of University students: A case study. *Social and Behavioral Sciences*, 46, 5736-5740.
11. Aldrich, H. (1989). Networking among Woman entrepreneurs. In O. Hagan, C. Rivchun, & D. Sexton (Eds.), *Women-owned Businesses* (103-132). New York,
12. Ascher, J. (2012). Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination, *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*. 8(4). 97-114.
13. Arenius, P., Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.
14. Arsić, M. (2016). Dugoročne posledice ekonomskog sloma privrede Srbije tokom 90-tih godina: dinamika potencijalnog BDP u periodu 1989-2015. *Godina. Kvartalni monitor ekonomskih trendova i politika u Srbiji*, 44, 46-57
15. Acs, Z. J., Szerb, L., Autio, E. (2018). *Global Entrepreneurship Index 2013*. GEDI – The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, DC.

16. Arenius, P., Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.
17. Aničić, J., Kvrđić, G., Aničić, D. (2017). Poslovanje privrede Srbije u 2016 Godini – finansijski aspekt. *Ekonomika održivog razvoja*, 1(2), 31-37.
18. Aničić, J., Laketa, M., Vukotić, S. (2012). Predivanje kapitala iz realnog u bankarski sektor Srbije u tranzicionom periodu. *Časopis za ekonomiju, tržište i komunikacije*, 2(1), 27-40.
19. Audretsch, D.B. (2001). *The Dynamic Role of Small Firms: Evidence from the U.S.* World Bank, 2001, Washington DC.
20. Audretsch D.B., Caree, M.A. & Thurik, A.R. (2002). Does Entrepreneurship Reduce Unemployment? Tinbergen institute Discussion Paper. TI2001-074/3
21. Alutu, A. N. G. & Uzamere, A. O. "The girl-child and entrepreneurial education: A case for economic sustainability". *Current Research Journal of Social Sciences*. No. 3, 2011. pp. 180-187.
22. Akehurst, G., Simarro, E., Mas-Tur, A. (2012). Women entrepreneurship in small service firms: Motivations, barriers and performance. *The Service Industries Journal*, 32(15), 2489–2505.
23. Amabile, T. M. (1993). Motivational synergy: Toward new conceptualization of intrinsic and extrinsic motivation in the workplace. *Human Resource Management Review*, 3(3), 185-201.
24. Amit, R., Muller E. (1995). 'Push' and 'pull' entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 12(4), 64–80.
25. Arasteh, H., Enayati, T. V., Zameni, F., Khademloo, A. (2012). Entrepreneurial personality characteristics of University students: A case study. *Social and Behavioral Sciences*, 46, 5736-5740.
26. Alderfer, C.P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior & Human Performance*, 4(2), 142-175.
27. Babović M 2012 Polazna studija o preduzetništvu žena u Srbiji. Program Ujedinjenih nacija za razvoj, Beograd.
28. Babović M. (2016). Indeks rodne ravnopravnosti 2016. Merenje rodne ravnopravnosti u Srbiji 2014. Vlade Republike Srbije, Beograd.
29. Badulescu A. (2010). Entrepreneurial Motivations: Are Women Driven By Different Motivators Than Men?. *Annals of Faculty of Economics* 1(2), 358-364.
30. Bandura, A. (1986). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
31. Barsh, J., & Yee, L. (2012). Unlocking the full potential of women at work. McKinsey & Company/Wall Street Journal, 1–12. Retrieved from [http://www.krus.nu/Global/J%C3%A4mst%C3%A4lldKarri%C3%A4r/Unlocking_full_potential_of_women_at_work \(2\).pdf](http://www.krus.nu/Global/J%C3%A4mst%C3%A4lldKarri%C3%A4r/Unlocking_full_potential_of_women_at_work%20(2).pdf)
32. Berelson, B., Steiner, G. A. (1964). *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*. Harcourt Brace & World, New York.
33. Bergmann, H., Stenberg, R. (2007). The changing face of entrepreneurship in Germany. *Small Business Economics*, 28, 205-221.

34. Bernat, T., Korpysa, J., Kunasz, M. (2008), *Przedsiębiorczość studentów studiów dziennych – raport z badań*, [Entrepreneurship among Students of Full-time Studies – Report on Research Results, in Polish]. Szczecin, Uniwersytet Szczeciński.
35. Bird, B., Schjoedt, L. (2009). Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future Research. In Carsrud, A., Braennback, M. (eds.). *Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box*, 327 - 358. Springer, Heidelberg.
36. Birley S., Moss, C., Saunders, P. (1987). Do women Entrepreneurs Require different training? *American Journal of Small Business*, 12(1), 27-35.
37. Blatny, M. (2010). *Psychologie osobnosti*. Vyd 1. Grada, Praha.
38. Blau, D. M. (1987). A Time-Series Analysis of Self-employment in the United States. *Journal of Political Economy*, 95, 3, 445-467.
39. Block, J. H., Sandner, P. (2009). Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *Journal of Industry, Competition, and trade*. German Socio-Economic Panel Study (SOEP), Berlin.
40. Bobić, D. (2017). *Preduzetništvo mladih u Srbiji: Mapiranje prepreka za preduzetništvo mladih*. Nemačko-srpska inicijativa za održivi rast i zapošljavanje. Beograd.
41. Boden, Jr, R., Nucci A. (2000). On the Survival Prospects of Men's and Women's New Business Ventures. *Journal of Business Venturing*, 15(4), 347-362.
42. Bönte, W., Jarosch, M. (2010). Gender Differences in Competitiveness, Risk Tolerance, and other Personality Traits: Do they contribute to the Gender Gap in Entrepreneurship? University of Wuppertal, Schumpeter School of Business and Economics, Wuppertal.
43. Bosma N.S., Jones, K., Autio, E. and Levie, J. 2008. *Global Entrepreneurship Monitor; 2007 Executive Report*. Babson College, London Business School, Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
44. Bouguerra, N. (2015). An Investigation of Women Entrepreneurship: Motives and Barriers to Business Start Up in the Arab World. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 1-2, 86-104.
45. Bradley, F., Boles, K. (2003). *Female entrepreneurs from ethnic backgrounds: an exploration of motivations and barriers*. Manchester Business School, Manchester.
46. Buford, J. A., Bedeian, A. G., Lindner, J. R. (1995). *Management in extension* (3rd ed.). Ohio State University, Piketon.
47. Burke, W. W. (1987). *Organizational development*. Addison Wesley Publishing, Reading.
48. Buttner, H. E., Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34-46.

49. Caliendo, M., Fossen, F., Kritikos, A. S. (2014). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42, 787-814.
50. Cantwell, M. (2014). 21st Century Barriers to Women's Entrepreneurship. Majority Report of the U.S. Senate Committee on Small Business and Entrepreneurship. Washington, DC.
51. Centar za slobodne izbore i demokratiju - CESID (2013). Odnos građana prema diskriminaciji u Srbiji. Beograd.
52. Chamani, M. H. J., Kulathunga, M. M. B., Amarawansa, G. A. H. C. (2017). Financial Accessibility of Women Entrepreneurs. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(11), 203-207.
53. Chatterjee, C., Ramu, S. (2018). Gender and its rising role in modern Indian innovation and entrepreneurship. *IIMB Management Review*, 30(1), 62-72.
54. Chen, G., Li, Y., Matlay, H. (2006). Who are the Chinese private entrepreneurs?: A study of entrepreneurial attributes and business governance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(2), 148-160.
55. Christiana, M. B. H. (2017). *Organizational Behaviour*. Educreation Publishing, New Delhi.
56. Clark, J. (2003), The changing role of mentoring, the future professoriate with special attention to being a low-consensus discipline, *Quest*, 55. 51-62.
57. Čeranić, G. (2007). Preduzetništvo i socijalni kapital. *Sociološka luča*, 1-2, 141-148.
58. Dawson, C., Henley, A., (2012). "Push" versus "pull" entrepreneurship: An ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 18 (6), 697-719.
59. Delage, B. (2002). Results from the survey of Self-employment in Canada. Applied Research Branch, Human Resources Development Canada, Ottawa.
60. Development among Iranian Women (Case Entrepreneur Women). *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 60, 1115-1119.
61. Dhaliwal, S. (2008). Business Support and Minority Ethnic Businesses: Asian, Korean and African-Caribbean Businesses in England. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 6(2), 230-246.
62. Dhameja, S. K., Yadav, A. S. (2015). Entrepreneurial performance and problems of women in business in state of Uttar Pradesh in India. *International Conference on Business & Economic Development*, 30-31 March, New York.
63. Dollinger, M.J. (1999). *Entrepreneurship strategies and resources*. 2nd ed. Upper Saddle River. Prentice Hall, New Jersey.
64. Doughtie, L., Allen, I., Hughes, B., Hall, K. C., Torres, N. J., Sun, S. (2015). Women entrepreneurs: Passion, purpose and perseverance. KPMG, Amstelveen.
65. Dover, M. A., Joseph, B. H. R. (2008). Human needs: Overview. In Mizrahi, T., Davis, L. E., (eds.). *Encyclopedia of Social Work*, 398-406. Oxford University Press, New York.

66. Drakulić, G., Miladinović, D. (2006). Interorganizacioni informacioni sistemi i sigurnost u e-poslovanju. Telekomunikacioni forum TELFOR, 21-23 novembar, Beograd.
67. Dubini, P. (1988). The influence of motivations and environment on business start-ups: some hints for public policies. *Journal of Business Venturing*, 4, 11-26.
68. Due Billing, Y. (1996). Starting a Business – an attractive alternative to a traditional career in an organization? In Halvarsson S. (ed.). *Aspects of women's entrepreneurship*. Nutek B, Stockholm, 157-179.
69. Duflo, E., Women, Empowerment, and Economic Development. *Journal of Economic Literature*, Vol. 50, No. 4, pp.1051–1079, 2012.
70. El Namaki, M. S. S. (1990) A cross-country Examination of Barriers to Women Entry and Continuity in Business and Efforts Aimed at Barrier Waving . *Proceedings on a Conference on Industrial and Trade Policies for the 90s*, (September). International Institute for Management, Maastricht.
71. *Entrepreneurship: Entrepreneurial Activities in Europe*. Luxembourg.
72. Ernest & Young (2017). *Preduzetnički barometar*. Beograd.

73. Fallis, A. . (2013). Gendered Discourses of Entrepreneurship in UK Higher Education: The Fictive Entrepreneur and the Fictive Student. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
74. Faria, J.R., Cuestas, J.C., Mourelle, E. (2008). Entrepreneurship and
75. Unemployment: a nonlinear bidirectional causality? Nottingham Trent University Discussion papers in economics. No. 2008/6, 1-33.
76. Federation of Small Business – FSB, (2016). *Women in Enterprise: The Untapped Potential*. Blackpool.
77. Fielden, S. L., Davidson, M. J. (2005). The way forward for women business owners. In Fielden, S. L., Davidson, M. J., *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 264-272.
78. Frederick, H., Chittock, G. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor Aotearoa New Zealand 2005*. Unitec, Auckland.
79. Frese, M. (2007). The Psychological Actions and Entrepreneurial Success: An Action Theory Approach. In Baum J. R., Frese, M., Baron, R. A. (eds.). *The Psychology of Entrepreneurship*, 151-188. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah.
80. Furdus, M., Kohn, K., (2010). What’s the Difference?! Gender, Personality, and the Propensity to Start a Business. Discussion Paper No. 4778. The Institute for the Study of Labor (IZA), Bon.
81. Gangwar, S. (2015). *Entrepreneurship development – Economic and social issues*. Horizon Books, Gurgaon.
82. Garofoli, G. (1994). New Firm Formation and Regional Development: The Italian Case. *Regional Studies*. 28 (4), 381-394.
83. Gartner, W. B. (1989). Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14(2), 27-34.
84. Giacomini, O., Guyot, J.-L., Janssen, F., Lohest, O. (2007). Novice creators: personal identity and push-pull dynamics, CRECIS Working Paper 007/2007, Center for Research in Change, Innovation and Strategy, Louvain School of Management.
85. Giacomini, O., Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R. S., Llopis, F., Toney, B. (2011). Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: differences among American, Asian and European students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 219-238.
86. Gibson D. E. (2004) Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behaviour*, 65(1), 134-156.
87. Gilad, B., Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 45-54.
88. Granger, B., Stanworth, J., Stanworth, C. (1995). *Self-Employment Career Dynamics: The Case of Unemployment Push in UK Book Publishing*, *Work, Employment and Society*, 9(3), 499–516.

89. GUNDRY K. Lasy, BEN-YOSEPH MIRIAM, and MARGARET POSIG. "Contemporary perspectives on women's entrepreneurship: a review and strategic recommendations," *Journal of Enterprising Culture*, 2002a, No. 10. pp.67-86.
90. Gundry K. Lasy, Ben-Yoseph, Miriam., and Posig, Margaret. "The status of women's entrepreneurship: pathways to future entrepreneurship development and education," *New England Journal of Entrepreneurship*, 2002b. No. 5. pp. 39-50.
91. Haynes, P. J., Brockman, B. K. (2009). Satisfaction, Stress, and Entrepreneurial Intentions. *Academy of Entrepreneurship Journal* , 15(1-2), 1-23.
92. Hampton, A., Cooper, S., McGowan, P. (2009). Female Entrepreneurial Networks and Networking Activity in Technology-based Ventures. *International Small Business Journal*, 27(2), 193-214.
93. Heilbrunn, S. (2004). Impact of Gender on Difficulties Faced by Entrepreneurs. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(3), 159-165.
94. Heilbrunn, S., Davidovitch, L., (2011). Juggling Family and Business: Work–Family Conflict of Women Entrepreneurs in Israel. *The Journal of Entrepreneurship*, 20(1), 127–141.
95. Heilman, M. E., Chen, J. J. (2003). Entrepreneurship as a solution: the allure of self-employment for women and minorities. *Human Resource Management Review*, 13(2), 347-364.
96. Henning, M., Jardim, A. (1977). *The Managerial Woman*, Anchor Press/Doubleday, Garden City.
97. Herbig, P., Golden, J., Dunphy, S. (1994). The Relationship of Structure to Entrepreneurial and Innovation Success. *Marketing Intelligence & Planning*, 12(9), 37-48.
98. Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. World Publishing Company, Cleveland.
99. Hessels, J., van Gelderen, M., Thurik, R. (2008). Entrepreneurial motivations, aspirations and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
100. Hipsher, S. A. (2009). Motivations of Entrepreneurs in the Informal Economy: Examples from Cambodia. In Thai, M. T. T., Turkina, E. (eds.). *Entrepreneurship in the informal economy*, Routledge, New York, 50-62.
101. Hisrich, R.D., Brush, C.G. (1984). The Women Entrepreneur: Management Skills and Business Problems. *Journal of Small Business Management*, 30-37. 1984).
102. Hisrich-Robert-D. 1986. The Woman Entrepreneur: A Comparative Analysis. *Leadership & Organization Development Journal*, 7(2): 8–16.
103. Hudson-Davies, R., Parker, C., Byrom, J. , (2002). Towards a healthy high street:
104. Holienka, M., Jančovičova, Z., Kovacicova, Z. (2016). Women Entrepreneurship in Visegrad Region and its Drivers. *ACTA UNIVERSITATIS AGRICULTURAE ET SILVICULTURAE MENDELIANAE BRUNENSIS*, 64(6), 1899-1910.
105. Hudson-Davies, R., Parker, C., Byrom, J. , (2002). Towards a healthy high street: developing mentoring schemes for smaller retailers. *Industrial and Commercial Training*, 34(7), 248-255.

106. Hughes, K.D. (2003). Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work and Organization*, 10(4), 433-454.
107. Hughes, K.D. (2006). Exploring Motivation and Success Among Canadian Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2), 107-120.
108. Ignjatović, S., Pantić, D., Bošković, A., Pavlović, Z. (2010). Građanke i građani Srbije o rodnoj ravnopravnosti – javno mnjenje Srbije o rodnoj ravnopravnosti. Uprava za rodnu ravnopravnost Ministarstva rada i socijalne politike Republike Srbije, Beograd.
109. Inić, P.B., 2007. Menadžment 21, III izmenjeno izdanje. Beograd.
110. Ivković, D., Gačić Dušanić, S., Đokić, A. (2013). Preduzetništvo i žene u preduzetništvu. ITEP, Banja Luka.
111. Iredale, R. (2005). Gender, immigration policies and accreditation: valuing the skills of professional women migrants. *Geoforum*, 36, 155-166.
112. Irene, B. N. O. (2016). A cross-cultural review of the impact of entrepreneurial motivation on the success of female SMMES operators in South Africa. *International Journal of Current Advanced Research*, 5(7), 1122-1130.
113. Ismail, K., Ahmad, A., Gadar, K., Yunus, N. (2012). Stimulating factors on women entrepreneurial intention. *Business Management Dynamics*, 2(6), 20-28.
114. Jalbert, S. E. (2000). Women entrepreneurs in the global economy. Jalbert Consulting, Winter Park
115. Jaško, O., Jevtić, M., Stefanović, I. (2006). Employment dynamics and competitiveness of enterprises in Serbia. In: Proceedings of the international conference on the competitiveness in the EU – challenge for V4 countries, International Scientific Days, Fakulteta ekonomiky a manažmentu, May. Nitra.
116. Javaheri, F., Ghozati S. (2004). Barriers to women's entrepreneurship; Influence of gender inequality on women entrepreneurship in Iran. *Journal of Sociology*, 5(2), 161-178
117. Jianakoplos, N. A., Bernasek, A. (2007). Are Women More Risk Averse? *Economic Inquiry*, 36(4), 620-630.
118. Jyoti, J., Jyoti, S., Kumari, A. (2011). Factors affecting orientation and satisfaction of women entrepreneurs in rural India. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 2, 1-11.
119. Kabeer, N. (2012). Women's economic empowerment and inclusive growth: labour markets and enterprise development. SIG WORKING PAPER 2012/1, UK's Department for International Development (DFID), London.
120. Kantis, H., Postigo, S., Federico, J., Tamborini, M. F. (2002). The emergence of university graduates entrepreneurs: what makes the difference? Empirical evidences from a research in Argentina. RENT XVI Conference, Barcelona.
121. Keser, J., (2014). Importance of women and women entrepreneurs education for new technologies: an analysis of policy documents. *Education for Entrepreneurship – E4E*, 4(2), 53-66.
122. Kickul, J., Gundry, L. K., Iakovleva, T. (2007). Mentoring Women Entrepreneurs in Emerging Markets: Leveraging Relationships, Building Confidence, and

- Creating Wealth. Annual United States Association Small Business and Entrepreneurship Conference, July, Orlando
123. Kilby, P. (1971). *Entrepreneurship and economic development*. New York, NY: Free Press.
 124. Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: an International Journal*, 24(5).
 125. Kirzner, M. Israel, " How markets work: Disequilibrium, entrepreneurship and discovery". London: The Institute of Economic Affairs.2000.
 126. Kitching, B. M., Woldie, A. (2004). *Female Entrepreneurs in Transitional Economies: a comparative study of Businesswomen in Nigeria and China*. In *Proceedings Hawaii International Conference on Business*, Honolulu, Hawaii.
 127. Kitching, J., Smallbone, D., Xheneti M. (2009). Have Uk small enterprises been victims of the 'credit crunch'?, XXIII RENT conference November 19-20, Budapest.
 128. Kock, A. (2008). *A framework for the development of women entrepreneurship in the Ekuruleni district*. North-West University, Potchefstroom
 129. Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: a study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11 (3), 12–25.
 130. Koryakovtseva, O. A., Doronina, I. I., Panchenko, T. M. (2016). Karabulatova, I. S., Abdullina, Z. M. (2016). Research of Category "Motivation" as a Basic Tool of Personnel Management. *International Review of Management and Marketing*, 293-299.
 131. Kristoff, N. D., WuDunn, S. (2009). *Half the Sky: Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide*. Vintage Books, New York.
 132. Kritikos, A. (2014). *Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth*. IZA World of Labor, Bonn.
 133. Kumar, D., Motivational factors , entrepreneurship and education : Study with reference to women in SMEs, *Far East Journal of Psychology and Business* Vol, 3, No. 3, pp.14–35, 2011.
 134. Langan-Fox, J., Roth, S. (1995). *Achievement Motivation and Female Entrepreneurs*. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 68, 209-218.
 135. Lebakeng, M. A. (2008). *An exploration of women entrepreneurship in Lesotho*. North-West University, Potchefstroom.
 136. Lee, S. H., Wong, P. K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19, 7-28.
 137. Lee-Goselin, H., Greese, J.(1990). Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? *Journal of Business Ethics*, 9(4-5), 423-433.
 138. Legault, M. J., & Chasserio, S. (2003). Family obligations or cultural constraints? Obstacles in the path of professional women. *Journal of International Women's Studies*, 4(3), 108–125. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-18544373363&partnerID=tZOtx3y1>
 139. Lengley, G. (2012). *Potential entrepreneurs*. Corvinus University, Budapest.

140. Leszczyński, D. (2014). The investigation into motivations, success factors and barriers among women small business owners: An overview of extant literature. *International Journal of Management and Economics*, 39, 108-125.
141. Lewis, P. (2013). The Search for an Authentic Entrepreneurial Identity: Difference and Professionalism among Women Business Owners. *Gender, Work & Organization*, 20(3), 252–266.
142. Lindberg, M. (2014). From exclusion to inclusion in public innovation support? Innovative practices in bottom-up networks. *Scandinavian Journal of Public Administration*, 18(4), 91-107.
143. Liss, P.-E. (1990). *Health care need. Meaning and Measurement*. Linköping University, Linköping.
144. Locke, E. A. (1968). Toward a theory of task motivation and incentives. *Organizational Behavior and Human Performance*, 3(2), 157-189.
145. Locke, E. A., Latham, G. P. (1990). *A theory of goal settings and task performance*. Prentice Hall, Englewood Cliffs.
146. Locke, E. A., Latham, G. P. (2013). *New developments in goal settings and task performance*. Routledge, New York.
147. Lockyer, i George, S. (2012). What women want: Barriers to female entrepreneurship in the West Midlands. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4 (2), 179-195.
148. Luczak, C., Mohan - Neill, S., Hills, G. (2010). National culture, market orientation, and network - derived benefits: conceptual model for service SME's. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 16(2): 1-20.
149. Maas, G., Herrington, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) South African Report 2006*. Cape Town.
- 150.
151. Mallon, M., Kohen, L. (2001). Time for a change? Women's accounts of the move from organizational careers to self-employment. *British Journal of Management*, 12(3), 217-230.
152. Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F., Shaver, K. G. (2011). One Size Does Not Fit All: Entrepreneurial Expectancies and Growth Intentions of US Women and Men Nascent Entrepreneurs. *Feminist Economics*, 24(1-2), 7-27.
153. Manonmani, M. (2012). An insight into the issues and challenges of women entrepreneurs in India. In: Jerinabi, U., Santhi, P. (Eds.) *Creativity, Innovation and Entrepreneurship*. Allied Publishers, New Delhi.
154. ManpowerGroup, (2012). *Talent Shortage Survey Research Results*. Milwaukee.
155. Maskoliūnaitė D., Pareigienė L. 2004. Employment of rural women in EU and Lithuania. *Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas*, Vilnius.
- 156.
157. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
158. Mathes, E. W., Edwards, L. L. (1978). An empirical test of Maslow's theory of motivation. *Journal of Humanistic Psychology*, 18(1), 75-77.
159. McClelland (1961). *The achieving society*. Van Nostrand Company, Princeton.

160. McClelland, M., Swail J., Bell J., IBBOTSON P., (2005). Following the pathway of female entrepreneurs. A six country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (2), 1-28.
161. McGowan, P., Redeker Lewis C., Cooper S. Y., Greenan K. (2012). Female Entrepreneurship and the Management of Business and Domestic Roles: Motivations, Expectations and Realities. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 24(1-2), 53-72.
162. McCracken, K., Marquez, S., Kwong, C., Stephan, U., Castagnoli, A., Dlouha, A. (2015). Women's Entrepreneurship: closing the gender gap in access to financial and other services and in social entrepreneurship. European Parliament, Directorate General For Internal Policies, Brussels.
163. Medaković, V., Vasković, S. (2018). Categories and General Characteristics of Entrepreneurial Infrastructure . Peña J., Zivic F. (eds.). *Supporting University Ventures in Nanotechnology, Biomaterials and Magnetic Sensing Applications (25-45)*. Springer International Publishing, Cham.
164. Megginson, L.C., Scott, C.R., Megginson, W.L. (1991). *Successful small business management*, 6th edn, Irwin, Homewood.
165. Menger, C. (1871). *Grundsaze der Volkswirtschaftslehre*. Wilhelm Braumuller, Wien.
166. Mill, J.S (1984), *Principles of Political Economy with some Applications to Social Philosophy*. John W. Parker, London.
167. Minniti, M., Arenius, P., Langowitz, N.(2005). *Global Entrepreneurship Monitor, 2004. Report on Women and Entrepreneurship*. Babson College, Wellesley; London Business School, London.
168. Mishra, S. P. (1996). *Factors Affecting Women Entrepreneurship in Small and Cottage Industries in India*. International Labour Organization, Swedish International Development Cooperation Agency.
169. Miskin V., Rose, J. 1990. Women entrepreneurs: Factors related to success. In Churchill, N. C., Bygrave, W.D., Homadaz, J. A., Muzzka, D. F., Vesper, K. H., Wetzel, W. E. Jr. (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, (27-38). Babson College, Wellesley.
170. Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 125–142. <http://doi.org/10.1108/14626001311298448>
171. Mogashoa, T. (2014). A Critical Review of the Concepts Associated with Women Entrepreneurs in Rural Areas. *Mediterranean Journal of Social Sciences* 5(23), 2263-2268.
172. Mordi, Chima., Simpson, Ruth., Singh, Satwinder., & Okafor, Chinonye. "The role of cultural values in understanding the challenges faced by female entrepreneurs in Nigeria". *Gender In Management: An International Journal*, 2010. Vol. 25, No. 1, pp.5-21.
173. Muñoz, L., Pérez, P. (2007). Female entrepreneurship in Spain during the nineteenth and twentieth Century's. *Business history review*, 81 (3), 495-515.

174. Mitchel, TR. (1997). Matching motivational strategies with organizational context. In: Cummings, L.L, Staw, B. M. (Eds.). Research in organizational Behavior. JAI Press, Greenwich.
175. Morsy, H., Youssef, H. (2017). Access to finance – mind the gender gap. Working Paper No. 202, European Bank for Reconstruction and Development, London.
176. Mullins, L. (1996). Management and organization (4th ed.). Pitman, London, UK.
177. Murphy, K.M., Shleifer, A., and Vishny, R.W. (1992). The Transition to a Market Economy: Pitfalls of Partial Reform. Quarterly Journal of Economics 107(3). 889-906.
178. Murray M. (1991). Beyond the Myths and Magic of Mentoring: How to Facilitate an Effective Mentoring Program, Jossey-Bass, San Francisco.
179. Naffziger, D. W., Hornsby, J. S., Kuratko, D. F. (1994). A proposed research model of entrepreneurial motivation. Entrepreneurship Theory and Practice, 18(3), 29-42.
180. National agency for regional development - NARR (2011). Report on small and medium sized enterprises and entrepreneurship for 2010. Belgrade.
181. National Foundation for Women Business Owners - NFWBO (2001). Entrepreneurial vision in action: Exploring growth among women and men owned firms. Washington, DC.
182. Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. Journal of Small Business Management, 22-29.
183. Nelson, T., Maxfield, S. & Kolb, D. (2009). Women entrepreneurs and venture capital: Managing the Shadow. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2009. Vol. 1 No.1. Pp. 57-76.
184. Nesine, B. (2015). An Investigation of Women Entrepreneurship: Motives and Barriers to Business Start Up in the Arab World. Journal of Women's Entrepreneurship and Education 1-2, 86-104.
185. Nhemachena, C., Murimbika, M. (2018). Motivations of sustainable entrepreneurship and their impact of enterprise performance in Gauteng Province, South Africa . Business Strategy and Development, 2, 1-14.
186. Niazkari, F., Arab-Moghaddam N. (2011). Study of Barriers to Women's Entrepreneurship
187. OECD, European Commission (2012). Policy Brief on Senior Entrepreneurship: Entrepreneurial Activities in Europe. Luxembourg.
188. OECD (2004). Women's Entrepreneurship: Issues and Policies. Promoting Entrepreneurship And Innovative SMEs in a Global Economy: Towards a More Responsible and Inclusive Globalisation. 2nd OECD Conference OF Ministers Responsible for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) Istanbul, 3-5 June 2004.
189. Olotu, Boner. Supporting more women entrepreneurs. Daily Trust. 2009, April 2nd. Retrieved from URL: http://www.dailytrust.com/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=23

190. Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD (2015). Cross-country evidence on start-up dynamics. Paris.
191. Orhan, M. (1999). Holding the purse strings, but not business finance, their cup of tea? International Council for Small Business ICSB Conference Proceedings, June, Naples.
192. Orhan, M., Scott, D., (2001). Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-247.
193. Orser, B., Riding, A. (2016); Women entrepreneurs in Northern Canada: contexts and challenges. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 27(2/3), 366-383.
194. Parker, S. (2004); *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*, Cambridge University Press, Cambridge.
195. Perkins, S. J., White, G. (2009). *Reward Management: Alternatives, consequences and context* (2nd ed.). CIPD, London.
196. Perugini, M., Bagozzi, R. (2004). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviour: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Work*, 34(1), 69-84.
197. Pines, A. M., Lerner, M., & Schwartz, D. (2010). Gender differences in entrepreneurship. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 29, 186–198. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/02610151011024493>
198. Poggesi, S., Mari, M., De Vita, L. (2015). Family and work–life balance mechanisms: What is their impact on the performance of Italian female service firms? *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 16(1), 43–53.
199. Popović Pantić S. (2014). Žensko preduzetništvo u Srbiji: od socijalne ka ekonomskoj kategoriji. *Poslovna ekonomija*, 8(2), 143-162.;
200. Porter, L. W., Lawler, E. E. (1968). *Managerial attitudes and performance*. Irwin, Homewood.
201. Privredna komora Beograda, (2015). *Investicije*. Beograd.
202. Raghuvanshi, J., Agrawal, R., Ghosh, P. K., (2017). Analysis of Barriers to Women Entrepreneurship: The DEMATEL Approach. *The Journal of Entrepreneurship*, 26-2, (220-238).
203. Ramaswami, R., Mackiewicz, A., McKay, M. L., Pena, M., Wright, W. (2009). *Scaling up: Why women-owned business can recharge the global economy*. Ernst & Young, New York.
204. Rauch, A., Frese, M. (2000). Psychological Approaches to Entrepreneurial Success. A General Model and an Overview of Findings. In Cooper, C. L., Robertson, I. T. (eds.). *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 101-142, Wiley, Chichester.
205. Rey-Marti, A., Tur Porcar, A., & Mas-Tur, A. (2015). Linking female entrepreneurs' motivation to business survival. *Journal of Business Research*, 68(4), 810–814. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.033>
- 206.
207. Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L., Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor – GEM: 2002 Executive Report*. Babson College,

- Wellesley; Kaufman Center for Entrepreneurship Leadership, Kansas City; London Business School, London.
208. Reynolds, P.D., Camp, S. M., Bygrawe, W. D., Autio, E., Hay, M. (2001). Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2001, Executive Report. Babson College, Wellesley; IBM, ; Kaufman Center for Entrepreneurship Leadership, Kansas City; London Business School, London.
 209. Richardson, P., Howarth, R., Finnegan, G. (2004). The challenges of growing small businesses: Insights from women entrepreneurs in Africa. SEED Working Paper No. 47. International Labour Office, Geneva.
 210. Robb, A., Coleman, S (2009). The Impact of Financial Capital on Business Performance: A Comparison of Women and Men-Owned Firms, Working Paper, Kauffman Foundation.
 211. Romashov, O. V. (2015). Labor Sociology: Textbook. Gardariki, Moscow.
 212. Rotter, J.B (1966). Generalized Expectancies for Internal Versus External Locus of Control of Reinforcement. Psychological Monographs: General and Applied, 109(80), 1-28.
 213. Russell, I. L. (1971). Motivation. William C. Brown, Dubique.
 214. Ryan, R. M., Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. American Psychologist, 55(1), 68-78.
 215. Sanchez, J. C., Licciardello, O., (2012). Gender Differences and Attitudes in Entrepreneurial Intentions: the Role of Career Choice. Journal of Women's Entrepreneurship and Education 8(1-2), 7-27.
 216. Saković, D. (2012). Uticaj poreza na dodatu vrednost na upravljanje i performanse preduzeća u Srbiji. Škola Biznisa, 2, 68-81.
 217. Scheinberg, S., MacMillan, I. C. (1988). An 11 country study of motivations to start a business. In B. Kirchoff, W. Long, W. McMullan, K. H. Vesper, W. Wetzel (Eds.), Frontiers of entrepreneurship research. Babson College, Wellesley.
 218. Schere, J. (1982). Tolerance of Ambiguity as a Discriminating Variables between Entrepreneurs and Managers. Proceedings of the Academy of Management, 42(4), 404-408.
 219. Scott, T. (2005). Managing the New Frontiers. Management Education Services, Panama City (Florida).
 220. Segal, G., Borgia, D., Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 11(1), 42-57.
 221. Sexton, D. L., Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. Journal of Business Venturing, 5, 29-36.
 222. Shane, S., Kolvereid, L., Westhead, P. (1991). An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. Journal of Business Venturing, 6(6), 431-446.

223. Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226
224. Sharafizad, J. (2011). Determinants of Business Networking Behaviour of Women in Small Business. *Small Enterprise Research*, 18, 158-160.
225. Shinnar, R., S., Young, C.A. (2008). Hispanic Immigrant Entrepreneurs in the Las Vegas Metropolitan Area: Motivation for Entry into and Outcomes of Self-Employment, *Journal of Small Business Management*, 46(2), 242-262.
226. Sloka, B., Kantane, I., Avotins, V., and Jermolajeva, E., 2014. Analysis of Entrepreneur's Motivation to Start Business (Comparative Studies in Latvia in Comparison with Canada, USA, Mexico). *European Integration Studies*, 8, 152-158.
227. Solymossy, E. (1997) Push / Pull Motivation: Does It Matter In Venture Performance? *Frontiers For Entrepreneurship Research 1997. Proceedings of the Seventeenth Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference. Babson College, Wellesley.*
228. Staniewsky, M., Awruk, K. (2015). Motivating factors and barriers in the commencement of one's own business for potential entrepreneurs. *Economic Research*, 28(1), 583-592.
229. Stevenson, L. (1984). *An Investigation of the Entrepreneurial Experience of Women Implications for Small Business Policy in Canada. Acadia University, Wolfville.*
230. Stokes, D., Wilson, N., Mador, M., (2010). *Entrepreneurship, South-Western, Hampshire.*
231. Storey, D. J. (1982). *Understanding the Small Business Sector. Routledge, New York.*
232. Storey, D. J., Jones, A. M. (1987). New firm formation – A labor market approach to industrial entry. *Scottish Journal of Political Economy*, 34, 37-51.
233. Stošić, D., Stefanović, S., Predić, B. (2016). Analysis of the start-up motives of female entrepreneurs. *Teme*, 40(1), 217-228.
234. Sulabo, E. C., Domingo, L. P. (2008). Agri-based rural women entrepreneurs in the provinces of Batangas, Laguna, and Romblon, Philippines. *USM R&D Journal*, 16(2), 1134-125
235. Sullivan, P., Halbrendt, C., Wang, Q., Scannell, E. (1997). Exploring female entrepreneurship in rural Vermont and its implications for rural America. *Economic Development Review*, 15(3), 37-42.
236. Tanveer, M. A., Zafar S., Shafique R., Jhangir M., Rizvi S. (2013). Motivational Factors and Students Entrepreneurial Intention in Pakistan. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(4), 263-269.
237. Timmons, J., Bygrave, W. (1986). Venture capital's role in financing innovation for growth. *Journal of Business Venturing*, 1(2), 161-176.
238. Tomski, P. (2014). Entrepreneurship as a Career Choice. The Empirical Perspective. *Polish Journal of Management Studies*, 9, 244-253.

239. Thurik, R., Carre, M., Stel, van A., Audretsch, D.B. (2008). Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*. 23(6), 673-686.
240. Umihanić B., Tulumović R., Arifović-Omerović M., Simić S., GEM BiH; Izveštaj o ženskom poduzetništvu u Bosni i Hercegovini, (znanstvena monografija), CIP - Katalogizacija u publikaciji Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine, Sarajevo, 334.722:305-055.21(497.6)., COBISS.BH-ID 19453702, Centar za razvoj poduzetništva Tuzla.
241. Unija poslodavaca Srbije – UPS (2013). Procena okruženja za žensko preduzetništvo u Republici Srbiji. Beograd.
242. Van de Ven, H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 211-230.
243. Van Dijk, E., Schrevel, L., van Stormbrek-Burgers, R., Blomme, R. J. (2014). How to create effective venture capitalist-entrepreneur relationship: An entrepreneur's perspective. *SAGE Open*, 2(2), 1-15.
244. Verheul, I., Carree, M., Thurik, R. (2009). Allocation and Productivity of Time in New Ventures of Female and Male Entrepreneurs, *Small Business Economics*, 33(3), 273-91.
245. Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J., van der Zwan, P. (2010). Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs. *Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs (SCALES)*, Zoetermeer.
246. Verhuel, I., van Stel, A., Thurik, R. (2002). Explaining female and male entrepreneurship across 29 countries. Max Plank Institute for Research into Economic Systems – Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Jena.
247. Vesalainen, J., Pihkala, T. (1999). Motivational structure and entrepreneurial intentions. In Reynolds, P., Bygrave, W. D., Manigart, S., Maston, C., Meyer, G. D., Sapienza, H. J., (eds.). *Frontiers of entrepreneurship research*, 73-87. Babson College, Wellesley.
248. Veselinović (2017). Ključni aspekti prestrukturiranja privrede Republike Srbije. Leković V. (red.) *Institucionalne promene kao determinanta privrednog razvoja Republike Srbije (65-84)*. Univerzitet u Kragujevcu -EKONOMSKI FAKULTET, Kragujevac.
249. Vlada Republike Srbije (2015). Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost za period 2016-2020. Službeni glasnik RS, 55/5, Beograd
250. Vlada Republike Srbije (2018). Obrazaovanje i ekonomska nezavisnost put za osnaživanje žena. <http://www.srbija.gov.rs/vesti/vest.php?id=314505>
251. Vossenbergh, S. (2013). *Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries : What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it ?* Maastricht School of Management, 1–27.
252. Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. Wiley, New York.
253. Vukmirović, N. I saradnici (2011). *Entrepreneurship development and breaking the vicious cycle of poverty*. Redete

254. Wahba, M. A., Bridwell, L. G. (1976). Maslow reconsidered: A review of research on the need hierarchy theory. *Organizational behavior and human performance*, 15, 212-240.
255. Wasilczuk, J., Zieba, K. (2008). Female Entrepreneurship in Transitional Economies: The Case of Poland. *Journal of Business & Entrepreneurship*, 21(2), 153-169.
256. Welter, F., Smallbone, D. and Isakova, N. (2006). *Enterprising Women in Transition Economies*. Ashgate, Aldershot.
257. Williams, M. K. (2010). *Developing Entrepreneurial Behavior – Facilitating Nascent Entrepreneurship at the University*. University of Technology, Chalmers.
258. Williamson, Oliver. *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York, NY: Free Press. 1985.
259. Wilson, F., D. Marlino, J. Kickul. (2004). Our entrepreneurial future: Examining the diverse attitudes and motivations of teens across gender and ethnic identity. *Journal of Developmental Entrepreneurship* 9 (3), 177-197.
260. World Economic Forum – WEF (2017). *The Global Competitiveness Report 2016-2017*. Geneva.
261. Wright, M., Robbie, K., Ennew, C. (1997). Serial entrepreneurs. *British Journal of Management*, 8(4), 251-258.
262. Xiao, E. A. (2017). *Understanding Employment To Entrepreneurship Transitions Among Women Working in the Tech Industry*. Pepperdine University, Malibu.
263. Yukongdi, V. (2018). Motivational Factors, Facilitators, Obstacles and Gender Differences: An Exploratory Study of Thai Entrepreneurs. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 4(1), 288-297.
264. Zakić, N., Stamatović, M., Stevović, S. (2012). Necessity of entrepreneurship education: A research among entrepreneurs and potential entrepreneurs in Serbia. *African Journal of Management*, 6(9), 3173-3180.
265. Zakić, N., Vukotić, S., Aničić, J. (2017). Entrepreneurship and Self-Employment of Women and Youth as Choice: a Research of Actual Potential Entrepreneurs in Serbia. *Insights and Potential Sources of New Entrepreneurial Growth*. Faculty of Business.
266. Zakić, N., Vukotić, S., Aničić, J., Laketa, M. (2011). Samozapošljavanje i preduzetništvo kao izbor: Primer Srbija. *Zbornik radova Geografskog instituta „Jovan Cvijić“ SANU*, 62(2), 51-68.
267. Zlatkov Cvetković, M., *Women entrepreneurship in Serbia*, SLU, Dept. of Economics, 2015.
268. Žarković, J., Mijačić D., Sovrlić T., (2016). Klasteri desetak godina kasnije analiza efekata programa podrške razvoju klastera u Srbiji 2007-2015. *Institute for Territorial Economic Development*, Beograd.
269. www.poslovnezene.org.rs

SPISAK TABELA

<i>Tabela 1. Ženske i muške menadžerske osobine.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabela 2. Preduzeća u vlasništvu žena u svetu u %.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabela 3. Pokrenuti novi poslovi ili u vlasništvu žena, od 2000. do 2005.godi.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabela 4. Push i pull motivacioni faktori za žene preduzetnike.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabela 5. Racio ženskog preduzetništva zasnovanog na mogućnostima (pull faktori) i na nužnosti (push faktori) po izabranim zemljama.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabela 6. Barijere koje sputavaju žene u započinju biznisa.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabela 7. Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnici.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabela 8. Pokretači ženskog preduzetništva.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabela 9. Opšte karakteristike preduzetnica – deskriptivna statistika.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabela 10. Opšti podaci o biznisu – deskriptivna statistika.....</i>	<i>111</i>
<i>Tabela 11. Motivacioni faktori ispitanika – deskriptivna statistika.....</i>	<i>111</i>
<i>Tabela 12. Barijere koje sputavaju žene preduzetnike u pokretanju biznisa – deskriptivna statistika.....</i>	<i>118</i>
<i>Tabela 13. Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnice – deskriptivna statistika.....</i>	<i>126</i>
<i>Tabela 14. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive Godište i BarijereSamopouzdanja.....</i>	<i>127</i>
<i>Tabela 15. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive Godište i BarijereSamopouzdanja.....</i>	<i>128</i>
<i>Tabela 16. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive Godište i BarijereSocijalnogKapitala.....</i>	<i>129</i>
<i>Tabela 17. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive Godište i BarijerePoIskustva.....</i>	<i>130</i>
<i>Tabela 18. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive ŠkolskaSpr i BarijereIzboraPrGrane.....</i>	<i>131</i>
<i>Tabela 19. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive Godište i BarijereModelaUloga.....</i>	<i>132</i>
<i>Tabela 20. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive BračniSt i BarijereSocijalne.....</i>	<i>133</i>

<i>Tabela 21. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive BrDece i BarijereSocijalne.....</i>	<i>134</i>
<i>Tabela 22. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive BračniSt i NedostatakSlVremena.....</i>	<i>135</i>
<i>Tabela 23. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive BrDece i NedostatakSlVremena.....</i>	<i>136</i>
<i>Tabela 24. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive BračniSt i DvojnaUlogaŽene.....</i>	<i>137</i>
<i>Tabela 25. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive BrDece i DvojnaUlogaŽene.....</i>	<i>138</i>
<i>Tabela 26. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive Godište i NedostatakMenadžerskihVeština.....</i>	<i>139</i>
<i>Tabela 27. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive ŠkolskaSpr i NedostatakMenadžerskihVeština.....</i>	<i>140</i>
<i>Tabela 28. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive Godište i DominacijaMuškarca.....</i>	<i>141</i>
<i>Tabela 29. Raspodela frekvencija (a) i Hi – kvadrat test (b) za promenljive ŠkolslaSpr i DominacijaMuškarca.....</i>	<i>142</i>
<i>Tabela 30. Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnice – deskriptivna statistika.....</i>	<i>143</i>
<i>Tabela 31. Pokretači ženskog preduzetništva – deskriptivna statistika.....</i>	<i>144</i>

13. SPISAK GRAFIKONA

<i>Grafikon 1. Raspodela frekvencija promenljive PrihodŽivotVanSirom – Prihodi koji omogućavaju život van sirom.....</i>	<i>112</i>
<i>Grafikon 2. Raspodela frekvencija promenljive Niske plate – Niske, demotivisuće plate u firmama.....</i>	<i>113</i>
<i>Grafikon 3. Raspodela frekvencija promenljive Nezaposlenost – Nepovoljno stanje na tržištu, nezaposlenost.....</i>	<i>114</i>
<i>Grafikon 4. Raspodela frekvencija promenljive PotrebaZaFleksRVremenom – Potreba za fleksibilnim radnim vremenom.....</i>	<i>115</i>
<i>Grafikon 5. Raspodela frekvencija promenljive PritisakFamilije – Pritisak Familije.....</i>	<i>116</i>
<i>Grafikon 6. Raspodela frekvencija promenljive StresNaPoslu – Stres na poslu.....</i>	<i>117</i>
<i>Grafikon 7. Raspodela frekvencija promenljive FinansijskeBarijere – Finansijske barijere, teško pribavljanje finansijskih sredstava.....</i>	<i>119</i>
<i>Grafikon 8. Raspodela frekvencija promenljive BarijereSamopouzdanja – Barijere vezane za nedostatak samopouzdanja.....</i>	<i>120</i>
<i>Grafikon 9. Raspodela frekvencija promenljive BarijereStrahaOdNeuspeha – Barijere Vezane za strah od neuspeha.....</i>	<i>121</i>
<i>Grafikon 10. Raspodela frekvencija promenljive BarijereSocijalne – Barijere socijalnog kapitala, socijalne/poslovne/tehničke mreže.....</i>	<i>122</i>
<i>Grafikon 11. Raspodela frekvencija promenljive BarijereModelaUloga – Barijere modela uloga (nedostatak uzora za žene preduzetnike).....</i>	<i>123</i>
<i>Grafikon 12. Raspodela frekvencija promenljive BarijerePosIskustva – Barijere nedostatka poslovnog iskustva i menadžerskog rada.....</i>	<i>124</i>
<i>Grafikon 13. Raspodela frekvencija promenljive BarijereIzboraPrGrane – Barijere izbora odgovarajuće privredne grane/sektora.....</i>	<i>125</i>
<i>Grafikon 14. Raspodela frekvencija promenljive BarijereDruštvene – Društveno kulturne barijere.....</i>	<i>125</i>

14. PRILOG UPITNIK

Upitnik									
Molimo vas da izdvojite vreme i odgovorite na način što ćete zaokružiti jedan broj na svako pitanje.									
Godište	1 < 24	2 25-29	3 30-34	4 35-39	5 40-44	6 45-49	7 50-54	8 55-59	9 > 60
Bračni status				1 Neudata	2 Udata	3 Razvedena	4 Udovica		
Školska sprema	1 Osnovna škola	2 SSS 3 razreda	3 SSS 4 razreda	4 SSS VKV	5 Viša ili visoka strukovna škola		6 Trogodišnje akademske studije		
	7 Četvorogodišnje akademske studije/fakultet 4 g.			8 Master/fakultet 5 g.		9 Magistar	10 Doktor nauka		
Broj dece				0	1	2	3	4	>4
Prethodno iskustvo	1 Nezaposlena	2 Vlasnik drugog biznisa (ili samo-zaposlena)	Zaposlena						
			3 Ne-menadžerske pozicije	4 Supervizor	5 Srednji menadžment	6 Top menadžment			
Samo za odgovor 2. Ako ste bili vlasnik prethodnog biznisa šta ste uradili?									
1 Biznis je izbrisan iz registra privrednih subjekata			2 Biznis (ili vaš udeo u biznisu) ste prodali			3 Biznis (ili vaš udeo u biznisu) ste preneli članovima vaše porodice			
4. Nešto drugo (molimo vas upišite)									
Broj godina u sadašnjem biznisu	1 0-5	2 6-10	3 11-15	3 Više od 15 godina					
U kojem sektoru prema klasifikaciji delanosti je vaš Biznis									
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
K	L	M	N	P	Q	R	S	T	
Pravna forma vašeg biznisa									
1 Preduzetnik – fizičko lice	2 Ortačko Društvo		3 Komaditno društvo		4 Društvo sa ograničenom odgovornošću		5 Akcionarsko društvo		
Razvrstavanje vašeg biznisa po veličini									
1	2		3		4		5		

Preduzetnik	Mikro pravno lice		Malo pravno lice		Srednje pravno lice		Veliko pravno lice				
Broj zaposlenih u vašem biznisu	1 Samo vi	2 2-4	3 5-10	4 11-25	5 26-50	6 51-100	7 100-250	8 >250			
Način uspostavljanja vašeg biznisa (bez obzira samostalno ili sa drugim licima)											
1 Osnivanje novog biznisa	2 Kupovina postojećeg biznisa		3 Pridruživanje porodičnom biznisu		4 Nasleđivanje porodičnog biznisa		5 Franšiza				
6. Nešto drugo (molimo vas upišite):											
Početni kapital vašeg biznisa											
1 Vlastita sredstva	2 Porodica	3 Pozajmica od rođaka ili prijatelja		4 Nasleđe	5 Prethodno prodat biznis	6 Kredit od banke	7 Državni fondovi				
8. Nešto drugo (molimo vas upišite):											
Motivacioni faktori											
Navedite u kom stepenu se slažete ili ne slažete sa sledećim faktorima (zaokruživati jedan broj na skali 1-7)											
1 Uopšte se ne slažem	2 Ne slažem se	3 Pomalo se ne slažem	4 Niti se slažem niti ne slažem	5 Pomalo se slažem	6 Slažem se	7 Potpuno se slažem					
Potreba za autonomijom i nezavisnošću					1	2	3	4	5	6	7
Prihodi koji omogućuju život van zone siromaštva					1	2	3	4	5	6	7
Niske, demotivišuće plate u firmama					1	2	3	4	5	6	7
Identifikovane prilike, ponuda proizvoda/usluga potrebnih tržištu					1	2	3	4	5	6	7
Nepovoljno stanje na tržištu rada, nezaposlenost					1	2	3	4	5	6	7
Potreba za fleksibilnim radnim vremenom b					1	2	3	4	5	6	7
Ostvarenje sna					1	2	3	4	5	6	7
Nedovoljan dohodak familije					1	2	3	4	5	6	7
Društveni status i prestiž					1	2	3	4	5	6	7
Što bolja kontrola sopstvene sudbine					1	2	3	4	5	6	7

Želja za sticanjem bogatstva	1	2	3	4	5	6	7
Uticaj drugih ljudi da ja to mogu i ugledanje na druge	1	2	3	4	5	6	7
Pritisak porodice	1	2	3	4	5	6	7
Potreba za samoostvarenjem i ličnim razvojem	1	2	3	4	5	6	7
Stresovi/napori na poslu, stresno okruženje (vreme kada ste radili)	1	2	3	4	5	6	7
Korišćenje prethodnog znanja/iskustva za postizanje većih prihoda	1	2	3	4	5	6	7
Nešto drugo (upišite motivacioni faktor koji smatrate da je važan a nije naveden):							
Nešto drugo (upišite motivacioni faktor koji smatrate da je važan a nije naveden):							
Barijere koje sputavaju žene preduzetnike u pokretanju biznisa: Navedite u kojem stepenu se slažete ili ne slažete sa sledećim barijerama (zaokruživati jedan broj na skali 1-7)							
1 Uopšte se ne slažem	2 Ne slažem se	3 Pomalo se ne slažem	4 Niti se slažem niti ne slažem	5 Pomalo se slažem	6 Slažem se	7 Potpuno se slažem	
Finansijske barijere, teško pribavljanje finansijskih sredstava	1	2	3	4	5	6	7
Barijere neodgovarajuće preduzetničke infrastrukture (poslovne zone, inkubatori, klasteri...)	1	2	3	4	5	6	7
Barijere vezane za nedostatak samopouzdanja	1	2	3	4	5	6	7
Barijere vezane za strah od neuspeha	1	2	3	4	5	6	7
Barijere socijalnih uloga, usklađivanje porodice i biznisa	1	2	3	4	5	6	7
Barijere modela uloga (nedostatak uzora za žene preduzetnike)	1	2	3	4	5	6	7
Barijere socijalnog kapitala, socijalne/poslovne/tehničke mreže	1	2	3	4	5	6	7
Barijere vezane za edukaciju, znanje i veštine	1	2	3	4	5	6	7
Barijere nedostatka poslovnog iskustva i menadžerskog rada	1	2	3	4	5	6	7
Barijere pronalaženja mentora	1	2	3	4	5	6	7
Barijere izbora odgovarajuće privredne grane/sektora	1	2	3	4	5	6	7
Društveno kulturne barijere	1	2	3	4	5	6	7
Barijere koje se odnose na nepovoljan privredni ambijent	1	2	3	4	5	6	7
Barijere vezane za poreze i poreski system	1	2	3	4	5	6	7

Birokratske barijere		1	2	3	4	5	6	7
Nešto drugo (upišite):		1	2	3	4	5	6	7
Nešto drugo (upišite):		1	2	3	4	5	6	7
Problemi sa kojima se suočavaju žene preduzetnice Navedite u kojem stepenu se slažete ili ne slažete sa sledećim problemima: (zaokruživati jedan broj na skali 1-7)								
1 Uopšte se ne slažem	2 Ne slažem se	3 Pomalo se ne slažem	4 Niti se slažem niti ne slažem	5 Pomalo se slažem	6 Slažem se	7 Potpuno se slažem		
Nedostatak lične inicijative		1	2	3	4	5	6	7
Nedostatak slobodnog vremena		1	2	3	4	5	6	7
Izbegavanje rizika		1	2	3	4	5	6	7
Dominacija muškaraca u društvu, postojeća kultura i stereotipi		1	2	3	4	5	6	7
Nedostatak poverenja društva u ženske sposobnosti		1	2	3	4	5	6	7
Dvojna uloga žene u domaćinstvu i biznisu		1	2	3	4	5	6	7
Nedostatak finansijskih resursa		1	2	3	4	5	6	7
Negativan stav finansijskih institucija ka ženama u biznisu		1	2	3	4	5	6	7
Visoke kamatne stope za kredite i nepovoljni uslovi vraćanja		1	2	3	4	5	6	7
Kašnjenje naplate od kupaca		1	2	3	4	5	6	7
Neadekvatan marketing i publicitet		1	2	3	4	5	6	7
Neraspoloživost ljudi sa potrebnim znanjima i veštinama		1	2	3	4	5	6	7
Oklevanje kadrova muškog pola se zaposle kod žene preduzetnika		1	2	3	4	5	6	7
Neadekvatna tehnologija/visoki troškovi nabavke nove tehnologije		1	2	3	4	5	6	7
Neodgovarajuće planiranje		1	2	3	4	5	6	7
Nedostatak menadžerskih veština		1	2	3	4	5	6	7
Nedostatak odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija		1	2	3	4	5	6	7
Nekooperativni vladini službenici i neefikasna birokratija		1	2	3	4	5	6	7
Neadekvatna poreska politika		1	2	3	4	5	6	7

Nerazvijena pravna regulativa i pravna nesigurnost	1	2	3	4	5	6	7
Neodgovarajuća infrastruktura, informacije i komunikacije	1	2	3	4	5	6	7
Nešto drugo (upišite problem koji smatrate da je važan a nije naveden):							
Nešto drugo (upišite problem koji smatrate da je važan a nije naveden):							
Poboljšanje perspektiva ženskog preduzetništva i porast žena preduzetnika Navedite u kojem stepenu se slažete ili ne slažete sa sledećim navodima: (zaokruživati jedan broj na skali 1-7)							
Razvoj ženskog samopouzdanja i percepcija mogućnosti još kroz školski sistem	1	2	3	4	5	6	7
Akademski edukacija	1	2	3	4	5	6	7
Poboljšanje infrastrukture za omogućavanje balansa između biznisa i domaćinstva	1	2	3	4	5	6	7
Porast automatizacije rada u domaćinstvu	1	2	3	4	5	6	7
Porast broja uspešnih žena u društvu i povećanje društvenog priznanja ženama	1	2	3	4	5	6	7
Povećanje svesnosti žena o ekonomskoj nezavisnosti	1	2	3	4	5	6	7
Povećani publicitet u medijima i na Internetu za žene preduzetnike	1	2	3	4	5	6	7
Informaciona podrška i komunikacije	1	2	3	4	5	6	7
Finansijska podrška i razvoj kreditnih aranžmana	1	2	3	4	5	6	7
Poslovna edukacija, posebno skrojeni programi	1	2	3	4	5	6	7
Razvoj socijalnog kapitala i poboljšanje umrežavanja	1	2	3	4	5	6	7
Društvene promene i promene kulture	1	2	3	4	5	6	7
Jačanje privrednog ambijenta i ekonomski rast	1	2	3	4	5	6	7
Promene pravne regulative i povećanje pravne sigurnosti	1	2	3	4	5	6	7
Poboljšanje poreskog sistema i olakšice za žene preduzetnike	1	2	3	4	5	6	7
Nešto drugo (upišite šta još smatrate da je važno a nije navedeno):							
Nešto drugo (upišite šta još smatrate da je važno a nije navedeno):							

15. BIOGRAFIJA AUTORA

Maja Vrbanac je rođena 01.05.1986. godine u Surdulici. Osnovnu školu završila je u Surdulici. Srednje obrazovanje, Gimnaziju završila je u Surdulici 2005. godine.

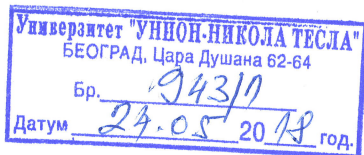
Trogodišnje studije Beogradske poslovne škole, smer bankarstvo i finansije završila upisala je 2005. godine. Diplomski rad na temu investiciono bankarstvo odbranila je sa ocenom 10 godine 2010. i time stekla zvanje strukovni ekonomista (BACHELOR APLL.) iz oblasti finansija, računovodstva i bankarstva.

Nastavlja školovanje na Univerzitetu „Union – Nikola Tesla“, fakultet za preduzetnički biznis 2010. godine. Diplomski rad na temu Preduzetništvo i upravljanje kvalitetom brani ocenom 10 dana 2011. godine i time stiče zvanje diplomirani ekonomista. Iste godine (2011) upisuje master studije na fakultetu za preduzetnički biznis. Masterirala je 2012. godine sa ocenom 10 na temu Uloga organizacione kulture u međunarodnoj poslovnoj komunikaciji.

Tokom master studija počinje sa radom na fakultetu za preduzetnički biznis, Univerziteta „Union Nikola – Tesla“ u Beogradu novembra 2011. godine kao saradnik u nastavi iz oblasti menadžment i biznis.

Doktorske studije je upisala 2012/2013 godine na Univerzitetu „Union – Nikola Tesla,, ,fakulteta za graditeljski menadžment smer menadžment održivog razvoja.

Služi se engleskim jezikom, dobro poznaje rad na računaru.



Прилог 1.

Изјава о ауторству

Потписани-а **Маја (Аца) Врбанац**

број уговора са датумом потписивања: 2552/1 од 26. 11. 2012. год.

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом:

“Баријере и покретачи женског предузетништва у Србији”

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да предложена дисертација у целини ни у деловима није била предложена за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

У Београду, 24.05.2019.

Потпис докторанда

Маја А. Врбанац

Маја А. Врбанац

Прилог 2.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора: **Маја (Аца) Врбанац**


Број уговора са датумом потписивања: **2552/1 од 26. 11. 2012. год.**

Студијски програм **Менаџмент одрживог развоја**

Наслов рада :

“Баријере и покретачи женског предузетништва у Србији”

Ментор: **проф др Небојша Закић**

Потписани 


изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла Универзитетској библиотеци **Универзитета „Унион-Никоа Тесла“ у Београду.**

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета „Унион- Никола Тесла“у Београду.

У Београду, 24.05.2018

Потпис докторанда



Маја (Аца) Врбанац

Прилог 3.

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку Универзитет „Унион-Никола Тесла“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета унесе моју докторску дисертацију под насловом:

“Баријере и покретачи женског предузетништва у Србији”

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигитални репозиторијум Универзитета „Унион-Никола Тесла“ могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство
2. Ауторство - некомерцијално
3. Ауторство – некомерцијално – без прераде
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима
5. Ауторство – без прераде
6. Ауторство – делити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

У Београду, 24.05.2018.

Потпис докторанта

Maia Vrbanac

Маја (Аца) Врбанац

1. Ауторство - Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце, чак и у комерцијалне сврхе. Ово је најслободнија од свих лиценци.
2. Ауторство – некомерцијално. Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела.
3. Ауторство - некомерцијално – без прераде. Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела. У односу на све остале лиценце, овом лиценцом се ограничава највећи обим права коришћења дела.
4. Ауторство - некомерцијално – делити под истим условима. Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада.
5. Ауторство – без прераде. Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела.
6. Ауторство - делити под истим условима. Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада. Слична је софтверским лиценцама, односно лиценцама отвореног кода.