

др Сања Поповић Пантић¹,

Институт „Михајло Пупин“, Београд

ЖЕНСКО ПРЕДУЗЕТНИШТВО У СРБИЈИ: ЕВОЛУЦИЈА ОД СОЦИЈАЛНЕ КА ЕКОНОМСКОЈ КАТЕГОРИЈИ*

САЖЕТАК: У истраживању се полази од дефинисања женског предузетништва као предуслова за адекватну анализу појаве са аспекта еволуције од социјалне ка економској категорији. Представљене су различите дефиниције укључујући и ону која је прихваћена као релевантна у првом свеобухватном институционалном истраживању женског предузетништва у Србији. У анализи фактора женског предузетништва полази се од извештаја *Глобални мониторинг предузетништва (ГЕМ)* који дефинише и објашњава ове факторе груписане у економске и социо-економске. У наставку, представљено је женско предузетништво у Србији на основу поменутог истраживања које даје увид у обим и карактеристике појаве, профил предузетница у Србији и њихову укљученост у расположиве финансијске програме подршке развоју малих и средњих предузећа.

Кључне речи: женско предузетништво, ГЕМ, мала и средња предузећа, Србија

1 sanjap.pantic@pupin.rs

* У раду су саопштени резултати истраживања на пројекту: „Нове технологије у интелигентним транспортним системима – примена у градским и приградским условима” ев. б. 36005

УВОД

У земљама у транзицији се женско предузетништво третира махом као социјална категорија. То се у великој мери може објаснити чињеницом да се у овим земљама предузетништвом претежно баве оне категорије становништва које нису имале други избор на тржишту рада те су постајали тзв. предузетници нужде, међу којима су жене у већини. Такође, жене су у највећем проценту присутне у категорији микро предузећа (до 10 запослених) а најчешће немају више од 5 запослених. Одрживост оваквих предузећа је ризична тако да је њихово пословање увек високо угрожено, због чега такође више имају одлике социјалне категорије, будући да углавном покривају трошкове и не исказују добит. Овај тренд се, међутим, мења како све већи број економија завршава са транзиционим процесом и интегрише се у тржиште Европске уније (ЕУ) или му се приближава. Тако, на пример и у Србији, индекс мотивације за бављењем предузетништвом², мерен методологијом Глобалног монитора предузетништва (ГЕМ 2007), од 1,12 показује да се предузетништво у Србији у нешто већој мери развија због учених прилика (2,25), него због недостатка другог начина да се обезбеди егзистенција (2,01).

Што се тиче жена у Србији, оне су се укључиле у предузетништво одмах након стварања законских услова са уласком у период пост-социјалистичке трансформације. Држава Србија је прихватила Закон о малим предузећима (Small Business Act-SBA), који је донела Европска комисија 2008. чиме се обавезала да се у вођењу економске политике прво мисли о потребама „малих предузећа“ и о импликацијама мера економске политике на њих, што је основа прокламованог принципа „Мислити прво на мале“ („Think small first“). Република Србија укључила се и у процес праћења примене SBA на нивоу ЕУ кроз учешће у процесу SME Performance Review – Сагледавање перформанси МСП. У оквиру овог процеса, израђени су национални извештаји о примени SBA за 2008. и 2009. годину (SBA Fact Sheet), који се заснивају на квантитативним индикаторима и навођењу најважнијих резултата по димензијама SBA. SBA има дест принципа и у оквиру првог који се односи на стварање повољног окружења за предузетништво и развој породичних бизниса, прати се и женско предузетништво.

Укључивање жена у предузетништво константно је испод нивоа укључивања мушкараца, а може се рећи и да временски за њим заостаје (Secons,

2 Индекс мотивације за бављење предузетништвом (ТЕА) представља однос индекса могућности (ТЕА могућност) и индекса потреба (ТЕА потреба).

2011). Предузетништво жена показује први значајан пораст након 2000., а посебно након 2004. године. Од 2010. бележи се нагли пад оснивања женских предузећа и у складу је са општим трендом пада економске активности, као последицом утицаја светске финансијске кризе. Међутим, податак да је више од половине женских предузећа која су основана „из нужде“ и уз подршку Националне службе за запошљавање (Поповић-Пантић, 2010) успело да се након три критичне године одржи, говори у прилог чињеници да се о женском предузетништву у Србији може говорити не само као о социјалној већ и о економској категорији, која има потенцијал за економски раст и развој.

ДЕФИНИСАЊЕ И ФАКТОРИ ЖЕНСКОГ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

Иницијатива праћења предузетништва новијег је датума и у ЕУ, те су и методологије праћења још у почетним фазама развоја, а подаци недовољно доступни (Avolio B, 2011).

Већина студија о женском предузетништву се фокусира на индивидуалне случајеве. Прве студије су биле посвећене анализи окружења и организационој структури женских предузећа.

Новије студије су међутим више окренуте истраживању проблема са којима се суочавају предузетнице, пракси, перцепцији жена које управљају фирмом, њиховој способности да остваре успех, конфликту улога жене као предузетнице и улоге у породици, као и њиховим визијама о пословању. Методолошки, већина студија се базира на извештајима и студијама случаја, које су углавном дескриптивне и користе доступне узорке (који често нису довољно репрезентативни) с обзиром да не постоје базе података о женама предузетницама и те студије обично не повезују истраживање и теорију.

Други методолошки проблем је непостојање инструмената за валирање као и тенденција генерализовања понашања и карактеристика различитих група жена у предузетништву (жене које оснивају нова предузећа, жене које су део породичног бизниса, разлике у годинама, сектору и величини) (Brush, 1992). Упркос свим овим мањкавостима, студије су пружиле солидну основу за даља истраживања женске предузетничке активности.

Неке од дефиниција које се користе у академском сектору биће овде презентирание. Предузетнице су само жене оснивачи фирми (Bennett & Dann, 2000; Hisrich & Brush, 1986; Inman, 2000;). Предузетнице су само жене власнице предузећа, без обзира на начин како је оно стечено (да ли наслеђем, куповином фирме, или на други начин) (Aidis, 2005; Izyumov & Razumnova, 2000). Предузетнице су само оне жене које запошљавају друге-послодавци, (Hisrich & Fulop, 1994; Inman, 2000), док други аутори сматрају да треба узети у обзир и samozапослена лица која не запошљавају друге (Aidis, 2002; Izyumov & Razumnova, 2000). Предузетнице су жене које су истовремено власнице и директорке у предузећу (Aidis, 2002; Inman, 2000; Lee-Gosselin & Grise, 1990). Предузетнице су жене које су основале фирму ради остварења профита и раста (Bennett & Dann, 2000), укључујући и власнице малих фирми које су покренуле бизнис и ради остварења личних амбиција, где је бизнис главни извор прихода, ангажујући највећи део времена предузетнице.

Једна од прецизнијих дефиниција подразумева под појмом предузетнице жену која је власница најмање 1% предузећа, обавља најмање једну руководећу функцију у предузећу (маркетинг, финансије, људски ресурси) и запослена је у предузећу.

На основу ових изложених дефиниција, најадекватнија дефиниција која би се користила у будућим истраживањима би обухватила ону категорију предузетница које су власнице више од 50% предузећа (без обзира на начин на који су стекле власништво), које су активно укључене у пословање фирме као менаџерке и које креирају запослење како за себе тако и за друга лица. Ако пођемо од тога да је оваква дефиниција најпрецизнија за сврхе истраживања, онда је могуће дефинисати 8 критеријума које би требало да испуни жена предузетник (Avolio, B., 2011). Пре свега, мора да поседује више од 50% власништва у предузећу, без обзира на начин на који је власништво стечено; да запошљава најмање два лица, како би се разликовало од samozапослених жена; да има важну улогу у пословању фирме у моменту када се истраживање ради; да ради пуно радно време у фирми чиме се разликује од оних предузетница које повремено обављају неке послове за фирму; да остварује највећи део својих прихода из фирме којом руководи, чиме се одваја од оних које раде пола радног времена хонорарно и нису потпуно посвећене фирми; да буде у предузећу минимум две године, како би се одвојиле од категорије оних које нису посвећене фирми у потпуности; фирма мора да послује најмање две године формално, како би се разликовале краткорочне и дугорочне перспективе оснивања фирме и на крају, фирма мора формално да постоји у моменту истраживања и узи-

мања у узорак (регистрована, измирује пореске обавезе, исплаћује зараде итд).

Ова дефиниција препоручена за коришћење у истраживачке сврхе, узима у обзир неколико типова предузетница: жене које су истовремено власнице и менаџерке у фирми, оне које преузимају ризик, инвестирају и креирају пословање, оне које су samozапослене али истовремено запошљавају друге. Дефиниција не узима у обзир начин на који је власништво стечено нити разликује оне које су основале фирму са циљем да остварују профит и раст од малих бизниса који се оснивају из нужде. Такође, мањкавост ове дефиниције је у томе што се узима у обзир само критеријум да фирма постоји минимум две године, без обзира на њене финансијске перформансе. С друге стране, усмерена је на оне предузетнице које остварују највећи део својих прихода на бази пословања фирме и које су укључене у управљање фирмом, што је објективно. Кад је реч о примењеним дефиницијама предузетница, оне такође не показују конзистентност.

Полазећи од методологије ГЕМ по којој се предузетником сматрају само особе које истовремено поседују власништво над капиталом предузећа и њиме управљају, дефиниција женског предузећа би била слична академској односно да је то оно предузеће чији је жена већински власник и директор, истовремено. С обзиром на актуелну праксу у европским земљама, ова дефиниција би могла у проширеној верзији да обухвати и она предузећа где жена уз већинско власништво заузима и позицију у доношењу стратешких, управљачких одлука у предузећу у релевантним областима као што су на пример финансије, тржишни пласман, развој нових производа и тржишта и сл. У сваком случају, постоји сагласност великог дела стручне јавности у области предузетништва да је тешко дефинисати женско предузетништво и да се упркос покушајима прецизног дефинисања било академског или примењеног, отварају нове дилеме попут оне како третирати случајеве где је жена власница мањинског дела капитала у предузећу а заузима позицију директорке и активно управља предузећем (Поповић-Пантић, 2013).

Узимајући у обзир чињеницу да ни европска пракса није јединствена у дефинисању женског предузећа, па под женским предузећем подразумева предузеће којим управља жена иако власница мањинског дела, препорука је да се овај случај такође укључи у статистику праћења женских предузећа, а да се други модалитети не узимају у обзир, као што је на пример: власница мањинског удела без позиције у управљању фирмом односно власница мањинског дела на позицији средњег и нижег нивоа менаџмента. Такође, треба имати у виду и чињеницу, да и овај приступ има мањкавости

због могућности преклапања овако дефинисаних предузетница са самозапосленима који запошљавају друге као и са онима који су регистровани као МСП а у њему је само један запослени.

Проблем, такође, настаје и код правне форме акционарског друштва, у којима је сложенија структура, са више власника/ца и више управљачких функција. У оваквим предузећима је могуће да и жене и мушкарци истовремено обављају предузетничке улоге, те се она не дају једнозначно разврстати нити у предузетништво жена нити у предузетништво мушкараца. Ипак, како у структури МСП преовлађују махом „чисти“ случајеви, можемо закључити да је женско предузеће оно у којем је жена истовремено већински власник и директор али и оно предузеће у којем је жена истовремено мањински власник (власник мањег броја удела) и директор односно руководилац у предузећу (на пример финансијски директор). При томе, није нужно да жена буде послодавац, већ у ову категорију убрајамо и поред предузетница које су послодавци, и оне које за сада не запошљавају друга лица, што је случај обично у раним фазама постојања предузећа, када су оне најчешће и једина запослена лица.

Овом дефиницијом искључују се особе које су неформално самозапослене, особе које управљају и руководе пословањем фирми а нису (су) власници/е капитала у датом предузећу, као и особе које су (су) власници капитала али не обављају никакву управљачку улогу у предузећу.

У подручју Европске уније, као и у Србији, предузетништво жена могуће је пратити преко статистике запослености и статистике предузећа. Статистичко праћење пословне демографије предузетништва у које спада и родна статистика очигледно представља изазов за који још увек није дефинисан јединствени приступ.

За сада, *OECD* је у оквиру тзв. *EIP* програма започео усклађивање и праћење предузетништва у које је укључена 21 земља, а ради се на томе да се иницијатива прошири на већи број *OECD* и Г20 земаља. У складу са циљевима ове иницијативе, разрађен је и систем праћења пословне демографске статистике који даје стандардне дефиниције и методологије за прикупљање података на јединственим статистичким пословним регистрима (*OECD, Eurostat, 2007*). Међутим, у овим настојањима да се развију међународно стандардизоване дефиниције и методе праћења, не називају се намере да се стандарди и методологије поставе тако да омогућавају лако и редовно праћење родних разлика у предузетништву. Ове иницијативе ЕУ и *ОЕЦД* значајно ће одредити и оквир праћења у Србији.

Фактори који утичу на женско предузетништво

Извор за анализу фактора који глобално утичу на женско предузетништво представља такође Глобални монитор предузетништва (ГЕМ) који прати предузетништво на општој пунолетној популацији, а стање се прати преко 19 основних индикатора којима се мере предузетничке активности, аспирације, ставови и перцепције.

Утицај националног богатства, социјалног статуса и перцепција

Резултати ГЕМ истраживања показују да на родне варијације у почетној фази предузетништва највише утиче снага перцепције, затим следи бруто друштвени производ (БДП) и социјална позиција. БДП објашњава тек 3 процента родне варијације у започињању пословне активности.

Истраживиња су такође показала да се родне разлике не могу до краја објаснити различитим капиталним ресурсима, већ пре различитим односима према тим капиталним ресурсима. Ако располажу сличним економским ресурсима, жене ће донети потпуно другачије одлуке о томе шта учинити с тим капиталом. Под претпоставком да имају исте информације и образовање, жене ће и с тим ресурсима сасвим другачије поступити. У ситуацији истих социјалних веза, жене ће се њима користити на фундаментално другачији начин него мушкарци. Коначно, жене ће другачије од мушкараца користити и кредибилитет као ресурс, са истим нивоом овог ресурса.

Институционални фактори

Институционални и законски оквир имају важну улогу у женском предузетништву, утичући на његову природу и распрострањеност, као и потенцијални економски допринос (*Aidis* и други 2006. и *Welter* и други 2002). Иако је родна равноправност унета и званично у уставе многих земаља, њена примена у економији и друштву још увек може водити ка отвореној или прикривеној дискриминацији жена.

Недовољно развијени институционални оквир може ограничити формалну интеграцију жена у тржишну економију у настанку, због редефинисаних и промењених родних улога, ограничавајући њихов приступ ек-

терним ресурсима који су неопходни за реализацију пословних подухвата и приписујући им улогу домаћице која би могла бити у сукобу с предузетничким активностима.

Демографски и економски фактори који утичу на предузетничко понашање жена

Истраживања показују да су године, радни статус, образовање, приход, социјалне везе и перцепције важни социоекономски фактори који утичу на одлуку појединца да оснује фирму. ГЕМ пружа увид у демографске, економске и перцептивне карактеристике предузетница широм света. Иако су односи између ових карактеристика углавном конзистентни на целој планети, има неких разлика између земаља с високим приходом и групе земаља с ниским/средњим приходом.

Старост

Подаци ГЕМ-а из 2007. (ГЕМ, 2007) потврђују резултате из прошлости и откривају да образац предузетничке активности не варира знатно од земље до земље у зависности од година. Образац старосне дистрибуције код жена и мушкараца предузетника сличан је и упоредив независно од земље или фазе предузетништва.

Радни статус

Независно од родне припадности или групе земаља, запосленост је значајна за предузетничку активност. Вероватноћа да ће започети с предузетничком активношћу је три до четири пута већа међу женама које су стално запослене (пуно радно време или скраћено) у поређењу са женама које не раде или су у пензији, или још увек студирају. То значи да радно место омогућава приступ ресурсима, социјалном капиталу и идејама које могу помоћи у пословном подухвату.

Образовање

Иако образовни ниво утиче на могућности појединца да се запосли и у том смислу има потенцијал да индиректно утиче на предузетничко понашање жена, директан утицај образовања на предузетничку активност жена је комплексно питање и варира од земље до земље.

У просеку, жене предузетнице у земљама с високим приходом су образованије од жена у земљама с ниским/средњим приходом.

Приход домаћинства

Један од највећих проблема с којим се суочавају сви предузетници, генерално, је приступ капиталу за оснивање фирме. У све три групе земаља, жене и мушкарци из домаћинстава с високим приходом имају више изгледа да започну бизнис.

Подаци ГЕМ-а показују како приход домаћинства утиче на предузетничку активност жена, зависно од фазе пословања и региона. Стопе активности се повећавају с растом прихода домаћинства за власнике етаблираног бизниса у свим групама земаља без обзира на пол и за све предузетнице, независно од фазе пословања у свим земљама с високим приходом. Обратно, приходи домаћинства који се крећу од ниског ка средњем, не утичу значајно на стопе почетне фазе предузетништва ни у једној од земаља с ниским/средњим приходом.

РАЗГРАНИЧЕЊЕ ПОЈМОВА “САМОЗАПОСЛЕНОСТ” И “ПРЕДУЗЕТНИШТВО” КАО СОЦИЈАЛНИХ КАТЕГОРИЈА – РОДНИ АСПЕКТ

Према резолуцији која је усвојена на 77. Међународној конференцији рада, 1990. године, samozaposleni су радници који раде за сопствени радун, власници који раде и сви зависни радници у вези са њима, стално запослени и надничари, шегрти-приправници и неплаћени породични радници, као и чланови произвођачких задруга. Самозапосленост се у земљама у транзицији неретко повезивала превасходно са реинтеграцијом радника који имају проблема у запошљавању, у тржиште рада.

Дефиниција која свеобухватније од других одређује предузетништво, полази од тога да је предузетништво „ процес који се састоји у креирању нечег новог за шта је потребно време и велики уложен труд, при чему се преузимају психолошки, финансијски, и други облици ризика, а за узврат добија материјална сатисфакција“ (Hisrich, R. D., 1986).

Комбинујући ове две најчешће цитиране дефиниције, можемо констатовати да се за предузетника везују одлике као што су креативност, иновативност, што имплицира и способност реализовање профитабилне активности која обезбеђује одрживо запошљавање како предузетнику тако и радницима које запошљава. Самозапосленост потенцијално представља резервоар за предузетнике и предузетнице. Да ли ће самозапослено лице прећи у статус предузетника ствар је личног опредељења при избору правне форме за регистрацију фирме као и предузетничких аспирација за ширењем бизниса. За разлику од предузетништва, самозапосленост укључује и неке облике који не поседују основне карактеристике предузетништва, као у случају лица која обављају слободне професије или неформално самозапослених.

Од недавно, значајне глобалне промене су се десиле у самозапошљавању, посебно жена. Стопа самозапошљавања жена, глобално посматрано, се повећала са 5,1% на 6,8% између 1979. и 2003. Већина ових повећања се десила током 80-тих, мада када је реч о самозапошљавању жена, дошло је у касним 90-тим до благог пада како би поново од 2003. дошло до пораста. Самозапосленост мушкараца је значајно виша него код жена јер је стопа 2003. била на нивоу од 12,4%. Али пошто је било много мање током касних 70-тих, овај геп је наставио да се сужава (F.Blau, M.Ferber A.Winkler, 2006).

Већи је број фактора који су вероватно допринели да самозапосленост жена бележи континуирани пораст. Треба пре свега поћи од мотивације за самозапосленост, која је код оба пола узрокована најчешће губитком посла, посебно у привредама у транзицији. У другим, економски развијенијим привредама, значајан фактор је могућност флексибилног одређивања радних сати, посебно за жене које на овај начин могу лакше да комбинују пословне и породичне обавезе. Пораст плата самозапослених жена у великој мери је допринео значајном расту стопе самозапошљавања жена током 80-тих, што сугерише да је веће учешће жена у самозапошљавању и доказ ширења дијапозона пожељних решења за запошљавање на тржишту рада, за женску популацију (F.Blau, M.Ferber A.Winkler, 2006) и превласт економских над социјалним мотивима.

Такође, све чешће у предузетништво улазе и жене које достижући „стаклени плафон“ у корпоративном сектору а у жељи за пуном афирмацијом, напуштају посао за плату јер у samozапoшљавању виде могућност да остваре све своје потенцијале. Оне најчешће постају и „предузетници шансе“, са свим одликама ове групације, која увек и свуда предводи економски раст. У европским земљама евидентни су континуирани напори доносилаца одлука на унапређењу женског предузетништва кроз различите пројекте које финансира ЕУ, са циљем његове што потпуније интеграције у главне економске токове. Међутим, у економијама у транзицији, жене улазе у предузетништво најчешће кроз програме подстицања samozапoшљавања, што значи да оне, заправо, постају предузетнице нужде а не шансе, као што је случај у развијеним привредама. Како се привреде у транзицији све више реформишу у правцу тржишних економија, тако се и samozапoсленост позиционира као вид предузетништва са искључиво економском конотацијом, губећи постепено социјални карактер.

Кад је реч о Србији, истраживања показују да samozапoсленост као вид женског предузетништва, настаје најчешће из нужде и због обезбеђивање пуке егзистенције, због чега и има карактеристике социјалне категорије. С друге стране, многа мала и средња предузећа, која данас запoшљавају на десетине радника, почела су samozапoшљавањем њиховог власника. Она су најчешће у самом старту регистрована као профитна, са искључивим економским циљем иако су неретко њихови власници(це) и оснивачи(це) били мотивисани нуждом. Ови предузетници(е) су, међутим, еволуирали од предузетника(ца) „нужде“ до предузетника(ца) „шансе“ и превели своја предузећа из социјалне у развојну категорију.

ЖЕНСКО ПРЕДУЗЕТНИШТВО У СРБИЈИ КАО СОЦИО-ЕКОНОМСКА КАТЕГОРИЈА

Актуелно стање женског предузетништва у Србији

У последње две деценије, у Србији се преплићу две категорије предузетника: предузетници(е) нужде и предузетници(е) шансе што имплицитно значи да модел развоја наше привреде чији је кључни сегмент сектор малих и средњих предузећа, има још увек комбиноване одлике социјалног и развојног концепта.

Женско предузетништво у Србији се први пут помиње као појам у првој половини 90 -тих година, пре свега у вези са програмима подршке

међународних организација бржој интеграцији избегличке женске популације у економске и друштвене токове. У оквиру ових програма организоване су различите едукације жена за *start up* пре свега за оснивање радњи и мануфактурних радионица, како би се samozапослиле и обезбедиле себи и породици егзистенцију. У последњих 10-15 година, слика се постепено мењала, број женских предузећа је постепено растао а мењала се и структура, па су се женска предузећа у све већој мери појављивала поред традиционално “женских” области, и у делатностима које су мање радно интензивне а највише у сектору услуга што су ИКТ, књиговодствене услуге, интелектуалне услуге (финансијски консалтинг, управљање људским ресурсима, едукација) и сл. Трговина је од самог почетка област где женски бизниси доминирају (Поповић-Пантић, Петровић 2007). Женско предузетништво показује први значајан пораст након 2000., а посебно након 2004. године. Од 2010. бележи се нагли пад оснивања женских предузећа и у складу је са општим трендом пада економске активности, као последицом утицаја светске финансијске кризе.

Кад је реч о мотивацији за предузетништво, жене у Србији се одлучују за оснивање сопственог предузећа углавном тек онда кад остану без посла, када их прогласе у предузећу у коме су биле запослене за технолошки вишак или ако добију отказ због реструктурирања.

Иако је статистика у овој области недовољно развијена и непотпуна, најрелевантнији извор података за број женских предузећа је Агенција за привредне регистре. Међутим, званични подаци показују колико је жена у формалном статусу предузетника али не и колико жена међу регистрованим предузетницима стварно управља својим предузећима. Поједина истраживања показују да се међу предузетницама налази и одређен број жена које су само формалне власнице предузећа, док предузетничке активности и управљачке функције обављају мушкарци, најчешће њихови супрузи³. Ако се као критеријум узме у обзир, поред власништва или удела у власништву и менаџерска функција коју жена обавља у предузећу чији је власник, онда се овај број скоро преполови (ибид).

Најважније базе података на које се ослањају анализе обима и карактеристика предузетништва жена у Србији и то у компаративној перспективи, представљају база података из међународног истраживања ГЕМ, база

3 Истраживање предузетница на општини Звездара (Џевердановић, Н., 1998.), показало је да у узорку од 50 случајно изабраних предузетница, чак 20% представљају само формалне власнице предузећа, док предузетничку активност и стварно управљање фирмом обављају њихови супрузи.

података регистрованих предузетника и привредних друштава Републичког завода за статистику (РЗС), као и пословне статистике *Еуростат*.

За потребе првог свеобухватног истражавања женског предузетништва у Србији које је спровео *Secops* у периоду од августа до децембра 2011. формирана је јединствена база предузетника и привредних друштава РЗС, која је обухватила и предузетнике/це (према законској дефиницији) и привредна друштва⁴, како она активна, тако и она која су тренутно неактивна али и даље регистрована, она која се налазе у процесу регистрације, превођења, ликвидације или стечаја, као и она која су угашена, односно брисана из регистра. Стога ова база не само да је понудила основе за анализу карактеристика актуелног предузетништва жена, већ и неке увиде у карактеристике неуспешних предузетничких подухвата.

Потребно је напоменути да ће у даљој анализи термин *предузећа* бити коришћен збирно за радње и привредна друштва, а да ће ова последња два термина бити коришћена онда када се искључиво говори о датом типу привредног субјекта (*Secops*, 2011.)

Обим предузетништва жена могуће је проценити на више начина: преко учешћа жена у укупном броју предузетника, преко удела предузетница у укупном броју запослених, радно активних или пунолетних жена и др. Први начин омогућава да се непосредно и прецизно измери родни јаз у предузетништву, али он не говори ништа о томе колики је укупан обим предузетништва у датом друштву, односно, да ли се тај јаз успоставља у условима високо или ниско распрострањеног предузетништва. Други начин процене обима предузетништва жена такође омогућава поређење са мушкарцима, али се у овом случају остварују и увиди у то колико је економски потенцијал жена и мушкараца искоришћен или остварен кроз предузетништво. На овом месту биће изложена оба типа процене обима предузетништва жена, при чему ће се први ослањати на податке база предузетника и привредних друштава РЗС, а друга на податке из истраживања ГЕМ-а.

Већ је више пута поменуто да истраживање ГЕМ-а представља једну од ретких иницијатива која омогућава праћење предузетништва на међународном нивоу према стандардизованим показатељима и методологији.

4 У бази привредних друштава задржана су друштва ограничене одговорности, ортачка, командитна и акционарска друштва, а искључена су јавна, друштвена предузећа, задруге, страна предузећа и представништва.

Нажалост, подаци који омогућавају систематско међународно поређење са увидима у родне разлике, доступни су само за 2007. годину.⁵

Према тим подацима у Србији је, у 2007. години међу женама старости 18-64. године било 7.9% предузетница док је међу мушкарцима исте старости било 19.9% предузетника (ГЕМ Србија, 2008). Притом, 5% жена наведеног узраста биле су у фази оснивања посла или фази раног бизниса (за разлику од 12% мушкараца), док је 2.8% жена датог узраста било на челу утемељеног бизниса (за разлику од 7.7% мушкараца). На основу међународних упоредних података можемо закључити да је у свим земљама распрострањеност предузетништва код жена значајно мања него код мушкараца.

Србија се међу посматраним земљама релативно високо позиционира и по заступљености предузетништва мушкараца је на трећем месту (иза Грчке и Португала), а жена на четвртом (иза Грчке, Португала и Мађарске). Родни јаз у распрострањености предузетништва најизраженији је у Србији и износи 12 процентних поена. Релативно висок ранг Србије по распрострањености предузетништва може да наведе на погрешан закључак о развијености предузетништва код жена (а и мушкараца) јер се не узима у обзир мотивација.

Док статистика ГЕМ-а указује на распрострањеност предузетништва код жена и мушкараца, статистика предузећа омогућава да се ниво предузетништва жена сагледа из другачијег угла – са становишта заступљености жена међу власницима и менаџерима предузећа. Стога ће у наставку бити изложени налази и процене засновани на подацима из база регистрованих предузетника/ца и привредних друштава РЗС (Secons, 2011).

Јединствена база предузетника и привредних друштава РЗС обухватила је укупно 654.163 предузећа (привредних друштава и радњи) међу којима је било 323.556 активних.

Као што се могло и очекивати, предузећа која би се могла сврстати у предузетништво жена представљају мањину у укупној популацији активних предузећа. Удео женских предузећа у укупном броју активних пре-

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

дузећа је 25,8% што не одудара превише од европског просека (30%). Оно што је већи проблем код женских предузећа у Србији у односу на оне у ЕУ, јесте њихова одрживост (Поповић Пантић, 2013.), будући да је стопа гашења ових предузећа 47% (код предузећа у власништву и под управом мушкараца је такође висока - 38%).

Уколико се пажња обрати на обим предузетништва кроз различите правне форме предузећа, запажа се да је посебно мали удео предузетница које воде привредна друштва (19,6%). Може се претпоставити да је један од најважнијих разлога за то што у привредним друштвима, поготово акционарским друштвима која често имају велики број власника и управљача, жене теже доспевају до водећих управљачких позиција у конкуренцији са мушким колегама.

Може се претпоставити да се због генерално слабијег имовинског и економског положаја, као и мање склоности ризику, жене више него мушкарци опредељују за форму радње. Иако пословање кроз радњу подразумева да се за вођење посла одговара читавом имовином, радња нуди више погодности: није обавезно имати запослене, комунални порези су нижи, уколико се обим финансијског промета креће испод прописане границе, плаћа се паушални порез који подразумева не само ниже порезе, већ и једноставнију организацију (вођење књига, одсуство обавезе предавања годишњег финансијског извештаја и сл.). Имајући у виду раније изложен податак о томе да је предузетништво жена у Србији изразито вођено економском нуждом, сасвим је очекивано да радња буде најзаступљенија правна форма, која подразумева и лакше оснивање и вођење посла.

Жене у Србији су углавном предузетници нужде јер их је већа дугорочна незапосленост погурала да уђу у предузетништво, као последњу шансу да нађу посао. Чак 66% предузетница припада овој категорији док је 34% у категорији предузетника шанси или оних којима бављење предузетнишвом представља први избор, изазов и прилику. Чак 99 % предузетница поседује микро фирме. Шансу да буду успешне у приватном бизнису имају претежно млађе жене са претходним радним искуством које користе као предност у сфери у којој се опробава као предузетница.

Жене доминирају у сектору трговине и класичних услуга (претежно личне услуге). Запажа се пораст учешћа предузетница (посебно високог образовања и млађег узраста) у економији знања (консалтинг, едукације).

Подаци даље указују да су важни разлози због којих се предузетништво жена мање остварује кроз форме привредних друштава и то што ређе по-

седују власничке уделе над овим формама предузећа, као и то што се теже „пробијају“ на највише менаџерске позиције онда када су сувласнице капитала са мушкарцима.

Родна анализа институционалних програма финансијске подршке малим и средњим предузећима (МСП) у Србији

Генерално, приступ изворима финансирања је отежан женама јер су у скромним процентима власнице некретнина као колетерале коју захтевају банке, посебно за *start up* кредите (15% поседује стан, 19% пословни простор, у 18% је макар део земљишта уписан на жене.

Родна анализа програма подршке МСП урађена је тек 2011. и њоме су обухваћени: програм *start-up* кредита и субвенција за самозапошљавање, који су додељивани 2009. и 2010. године као и “напредни” програми за развој иновативности и конкурентности као и извозне конкурентности малих и средњих предузећа (ФРЕН, 2011). Жене корисници учествују са 38,6% у укупном броју корисника за *start-up* кредите у 2009. и 2010. Мада жене представљају мање од половине укупног броја подносилаца захтева, оне су у релативно већем обиму кориснице *start up* кредита од мушкараца (у поређењу са укупним бројем активних малих и средњих предузећа и предузетника - МСПП у Републици Србији). Ово је случај јер су жене власнице мање од једне трећине МСПП у Србији.

Жене су такође биле успешније, укупно гледано, у аплицирању за кредите од мушкараца. Наиме, 56,6% свих жена које су аплицирале за кредит су га и добиле (у поређењу са стопом успеха од 53,9% за мушкараце). Евидентан је тренд већег броја захтева за кредите жена него мушкараца (у односу на учешће оба пола у укупном броју МСПП). То је у складу са претходном констатацијом о недовољној приступачности изворима финансирања за жене, посебно за отпочињање бизниса јер су у тој фази можда највише дискриминисане, с обзиром да у драстично мањем проценту од мушкараца поседују некретнине као прихватљиву колетералу код банака за кредит. Зато су им мање захтевни државни програми подршке, за сада и једини приступачни, с обзиром и на оскудицу инструмената микрофинансирања, који спадају у повољније за *start up*.

Да су ови државни програми подршке за жене практично „последња шанса“ да дођу до почетног капитала, говори податак о порасту учешћа жена у овом програму у 2010. у односу на 2009. Просечан износ кредита је

сса 15.000 еура за 2009. и 2010. годину што је можда објашњење за чињеницу да је за *start-up* кредите аплицирало више предузећа него радњи (предузетника) који обично траже мања средства и имају мањи капацитет да отплаћују веће износе кредита.

О томе да су *start-up* кредити изгледа преферирани облик финансирања жена почетница, говори и податак да је њихово учешће у овим програмима изнад просека у односу на укупан број предузетница у Србији (према критеријуму власништва и управљања).

Анализа сектора из којих потичу предузетнице, показује да више од половине њихових апликација долази из прерађивачке индустрије а одмах затим из сектора „остале услуге“ у којем доминирају личне услуге (козметичарка, фризерка, итд) и на трећем месту је трговина на велико и мало. Студија о женском предузетништву *SeConsa* из децембра 2011. показује да је стопа неуспеха предузетница и предузетника који раде у сектору личних услуга, као што су фризерски и козметички салони, највећа у Републици Србији; то додатно наглашава могућност да су овакви подухвати заправо покушаји запошљавања из економске нужде.

Субвенције за самозапошљавање су, изгледа, популарније код жена, пре свега, због тога што овај програм њима даје извесну предност јер се у критеријумима жене третирају као рањива група која има предност. Жене представљају 40,4% свих успешних и 35% свих неуспешних подносилаца захтева (2.633 од 7.522) за субвенцију за самозапошљавање (ФРЕН, 2011). Износи субвенција су у просеку 140 000 динара (сса 1400 еура) што можда објашњава делимично популарност ове мере код жена јер су склоније да оснивају предузетничке радње него предузећа, будући да су радње мање захтеван правни облик у погледу финансијских средстава неопходних за почетак Већина корисница *start-up* кредита и субвенција за самозапошљавање су по типу предузетници нужде а не шансе, тако да је и њихова одрживост ризична.

Кад је реч о програмима који су намењени већ етаблираним фирмама за јачање иновативности и извозне конкурентности, свега 12 % предузетница су кориснице ових програма, јер захтевају значајно суфинансирање (50%) а с друге стране, у питању је улагање у развој, чега су се изгледа женска предузећа више уздржавала у периоду кризе од мушких. Секторски, доминира прерада.

ЗАКЉУЧАК

Иако је најадекватнија дефиниција женског предузетништва према већини аутора она која обухвата предузетнице које су истовремено власнице више од 50% предузећа (без обзира на начин на који стекле власништво) и које управљају својом фирмом ипак се као најраспрострањенија прихвата она по којој је критеријум власништва знатно ублажен па се односи на предузетнице које су власнице минимум 1% капитала фирме и које управљају предузећем. По том критеријуму, у Србији се удео предузетница не разликује битније од просека за земље ЕУ, али оно што представља посебан изазов за женска предузећа у Србији је њихова одрживост.

Генерално, у Србији је мала диверзификација инструмената финансирања МСП, а посебних програма за развој женског предузетништва је недовољно и уводе се на *ad-hoc* основи. Међутим, родна анализа расположивих програма подршке МСП сектору показала је да се жене мање опредељују за коришћење програма за јачање конкурентности и иновативности а више за програме подршке samozапшљавању и за *start-up* кредите. Један од разлога је што ови други програми не захтевају учешће односно суфинансирање, што опет указује на слабу економску снагу женских предузећа. У овој анализи такође можемо назрети одлике женских предузећа као социјалне категорије, будући да међу корисницима програма подршке МСП преовлађују предузетнице нужде, односно оне жене које бирају предузетништво као алтернативу на тржишту рада, јер не могу на други начин да се запосле. Ова предузећа углавном стагнирају у свом расту и развоју и мали је број оних који имају капацитета да пређу из фазе пуког преживљавања.

Међутим, чињеница да нешто мало више од трећине женских предузећа представља предузетнице шансе, говори у прилог чињеници да је у Србији ипак оформљена једна групација предузећа под управом и у власништву жена, које имају капацитет за ширење пословања, креирање нових радних места и извоз. Један мањи број ових предузећа користи и институционалне програме подршке конкурентности и иновативности МСП-а и то само као комплементарни финансијски инструмент а већина се ослања искључиво на сопствене, интерне ресурсе. Предузетнице шансе, дакле, воде фирме које имају одлике економске, развојне категорије, док из категорије предузетница нужде, само ограничени број успева да пређе праг стагнације.

SUMMARY
FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN SERBIA: EVOLUTION
FROM THE SOCIAL TOWARD THE ECONOMIC
CATEGORY

The research is based on the definition of female entrepreneurship - as a prerequisite for conducting an adequate analysis of this phenomenon, from the aspect of evolution, moving from the social to the economic category. Various definitions are presented including the definition accepted as relevant in the first comprehensive institutional research on female entrepreneurship in Serbia. The initial point in the analysis of factors of female entrepreneurship is the report of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), which defines and explains these factors - grouped as economic and socio-economic. Further on, female entrepreneurship in Serbia is presented, and it is based on the previously mentioned research which provides the insight into the scope and features of this phenomenon, into the profiles of female entrepreneurs in Serbia and their involvement in the available financial programs for the development support of SME's.

Keywords: female entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor, social enterprise, SMEs, Serbia

ЛИТЕРАТУРА

1. Aidis, R., Why less? The gendered aspects of small- and medium-sized enterprise ownership under economic transition. Working paper. Retrieved on December 15, from Tinbergen Institute Amsterdam in <http://www.tinbergen.nl>, 2005.
2. Avolio, B. E, A Methodological Problem Associated with Researching Women Entrepreneurs”, Journal of Women’s Entrepreneurship and Education, No, 1-2, str.9-25., 2011.
3. Brush, C.). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. Entrepreneurship Theory and Practice, 16, 5- 30, 1992.
4. Bennett, R., & Dann, S. The changing experience of Australian female entrepreneurs. Australian Female Entrepreneurs, 7(2), 75-83., 2000.
5. F.Blau, M.Ferber A.Winkler: The Economics of Women, Men, and Work, 5th ed, Pearson, 2006.
6. ФРЕН, Родна анализа институционалних програма подршке МСП сектору 2011
7. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), London Business School 2007.

8. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Srbija, Ekonomski fakultet u Subotici, 2008.
9. Hisrich, Robert D., ed., *Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital: The Foundations of Economic Renaissance*. (Lexington, MA: Lexington Books, Inc., 1986.
10. Inman, K. *Women's resources in business start-up, a study of black and white women entrepreneurs*. New York: Garland Publishing, 2000.
11. Izyumov & Razumnova, 2000) Izyumov, A., & Razumnova, I. *Women entrepreneurs in Russia: Learning to survive the market*. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 5(1), 1-19., 2000.
12. Lee-Gosselin, H., & Gris , J. *Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey*, *Journal of Business Ethics*, 9(4), 423-433., April/May 1990,.
13. Поповић Пантић Сања, Милина Петровић "Од рањиве до одрживе групе-превазилажење сиромаштва жена путем самозапошљавања", Удружење пословних жена, УНДП, јули 2007.
14. Поповић Пантић Сања, докторска дисертација, „Женско предузетништво кроз самозапошљавање у Србији током транзиције: упоредна анализа и емпиријско истраживање, Економски факултет у Београду, јун 2013. стр.138-150.
15. Secons, *Полазна студија о женском предузетништву*, 2011.
16. Welter F. Smallbone D. and Schakirova N., 'Women Entrepreneurship in Transition Economies: Necessity or Opportunity Driven?', paper presented to the Rent XVII, November 20-21, Lodz, Poland, 2003.

Овај рад је примљен **08.05.2014.** а на састанку редакције часописа
прихваћен за штампу **12.11.2014.** године.