

# ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO

ANALIZA POSLOVANJA  
NA KOSOVU



2017





# ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO

ANALIZA POSLOVANJA  
NA KOSOVU



2017

**Podržan od:**



**USAID**  
NGA POPULLI AMERIKAN  
OD AMERIČKOG NARODA



german  
cooperation  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

**giz**  
Gesellschaft für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



**Izjava o ograničenju odgovornosti:**

Ovo je istraživanje nastalo uz podršku Programa angažovanja za jednakost– E4E, koju finansira Agencija SAD za međunarodni razvoj (USAID), a sprovodi Centar za obuku i resurse u zastupanju (ATRC), i kao i German Cooperation kroz GIZ. Sadržaj ovog istraživanje je isključiva odgovornost Instituta Riinvest i ni u kom slučaju ne predstavlja stanovišta ATRC, USAID ili vlade Sjedinjenih Američkih Država, German Cooperation, ili GIZ.

**Autori:**

Ilire Mehmeti, Dita Dobranja, Alban Hashani i Gent Beqiri

**Spoljni saradnik:**

Olivera Ceni Bardiqi

**Originalna verzija napisana je na engleskom jeziku**

**Izdavač:**

RIINVEST INSTITUTE  
Lidhja e Prizrenit nr. 42  
Priština 10000, Republika Kosovo  
Tel: + 381 (0)38 244320; 223816  
[www.riinvestinstitute.org](http://www.riinvestinstitute.org)



Autorska prava © 2017 RIINVEST INSTITUTE. Sva prava zadržana. Nijedan deo ove publikacije ne može biti reprodukovan niti prenet u bilo kom obliku ni bilo kakvim sredstvima ili mehaničkim putem, uključujući fotokopiranje, snimanje i bilo kakav sistem za skladištenje podataka ili njihovo prenošenje bez prethodne pismene dozvole izdavača.

# SADRŽAJ

Tabela Figura .....	6
Izvršni sažetak .....	7
1. Pregled postojećih istraživanja .....	9
2. Metodologija .....	13
3. Rezultati ankete .....	15
3.1. Profil preduzeća u vlasništvu žena .....	15
3.2. Uspešnost poslovanja u vlasništvu žena preduzetnica .....	19
3.3. Pitanja radne snage preduzeća u vlasništvu žena .....	23
3.4. Finansiranje .....	29
3.5. Fiskalni problemi.....	30
3.6. Barijere vezana za poslovanje .....	32
3.6.1 Fiskalne prepreke .....	32
3.6.2 Finansijske barijere .....	32
3.6.3 Tržišne barijere.....	32
3.6.4 Barijere koje se odnose na nelojalnu konkurenciju .....	33
3.6.5 Barijere koje su specifične za preduzeća u vlasništvu žena.....	33
3.7. Društveno-kulturni aspekti u vezi žena preduzetnica .....	35
Zaključci i preporuke .....	39
Referencije .....	40

## TABELA FIGURA

Figura 1: Generalni profil anketiranih žena preduzetnica .....	15
Figura 2: Zakonski status preduzeća u vlasništvu žena.....	16
Figura 3: Glavni sektori operacija.....	16
Figura 4: Način pokretanja biznisa .....	17
Figura 5: Izvor kapitala start-up preduzeća .....	18
Figura 6: Motivacija pokretanja biznisa .....	18
Figura 7: Vlasništvo poslovnih prostora i pogonskih sredstava između žena preduzetnica i muških preduzetnika.....	19
Figura 8: Glodišnja prodaja preduzeća u vlasništvu žena .....	19
Figura 9: Predviđanje konjunktornog razvoja i prodaje .....	20
Figura 10: Izvor prihoda.....	20
Figura 11: Vrste investicija.....	21
Figura 12: Izvor investicija.....	22
Figura 13: Broj radnika u preduzećima u vlasništvu žena .....	23
Figura 14: Obrazovni nivo radne snage .....	24
Figura 15: Rodna dimenzija obrazovnih postignuća kadrova .....	24
Figura 16: Prosečan broj zaposlenika prema preduzeću kroz godine .....	25
Figura 17: Metode zapošljavanja novih radnika .....	25
Figura 18: Najvažni kriterij tokom primanja novih radnika.....	25
Figura 19: Učinak Zakona o radu.....	26
Figura 20: Predložene izmene i dopune Zakona o radu .....	27
Figura 21: Razlog zašto zaposlenici ne traže roditeljski dopust .....	28
Figura 22: Glavni uzroci zašto žene napuštaju posao .....	28
Figura 23: Udeo žena koje su dobile kredit u 2016 godini .....	29
Figura 24: Učestalost pravovremene isplate rate kredita.....	29
Figura 25: Razlozi zašto preduzetnice ne traže komercijalni zajam.....	30
Figura 26: Suglasne "tretirana sam od pravnog sistema na istom načinu kao i muški preduzetnici" .....	30
Figura 27: Da li se ikada od vas tražio mito od strane javnih službenika?.....	31
Figura 28: Postotak prijavljivanja prometa za oporezivanje.....	31
Figura 29: Postotak prijavljenih zaposlenika za oporezivanje.....	31
Figura 30: Postotak isplate zaposlenika preko bankarskih transakcija .....	32
Figura 31: Barijere vezana za poslovanje.....	34
Figura 32: Učestvovanje u sastancima .....	35
Figura 33: Nivo saglasnosti sa sledećim izjavama .....	36
Figura 34: Nivo poteškoće u poslovnim delatnostima u poređenju s muškarcima .....	36
Figura 35: Glavne prepreke u pokretanju biznisa .....	37
Figura 36: Poverenje u institucije.....	38

# IZVRŠNI SAŽETAK

Važnost ženskog preduzetništva je neosporna ne samo poslovnoj zajednici nego i celoj privredi Kosova. Da bi se postigao potencijalni porast privrede, žene trebaju preduzeti aktivniju ulogu u samoj privredi, bilo kao preduzetnice ili radnice. Kao preduzetnice, žena u privredi Kosova zastupaju samo 10% vlasništva preduzeća odnosno vlasnica, i to mahom kao vlasnice mikro ili malih preduzeća.

Nakon prvog izveštaja ženske radne snage, institute Riinvest je sproveo studiju sa 313 žena preduzetnica, s ciljem procene preduzeća u vlasništvu žena unakrst Kosova. Anкета je sačinjena od pitanja poslovnog karaktera, performanse, barijera u poslovanju, finansiranja, i društveno-ekonomska pitanja. Ovaj izveštaj analizira prikupljene podatke, da bi se stekao uvid o jedinstvenim karakteristikama, trenutnoj ulozi, i mogućnosti porasta žena preduzetnica.

## Glavni nalazi anekta su prema sledećem:

- 01** Od ukupnog broja anektiranih žena, najveći udeo, odnosno 48% su završile osnovnu školu, 29% poseduje diplomu fakulteta dok otprilike 10% magistraturu.
- 02** Skoro 94% preduzeća u vlasništvu žena zastupaju individualno organizovana preduzeća. Specifičnije rečeno, 29% su preduzeća bez radnika i oko 64% mikro preduzeća do 5 radnika. Samo 7% anektiranih subjekata su mala preduzeća.
- 03** U pogledu sektora, preduzeća u vlasništvu žena pretežno su orijentisane prema uslugama, trgovni i proizvodnje. To jest, 31% nude usluge; 29% su trgovinski orijentisane; i otprilike 15% angažovane su u proizvodnji. Što se tiče sektora usluga, većina nudi kozmetičke usluge kao što su frizernice.
- 04** Blizu 88% žena preduzetnica su same osnivale sopstvena preduzeća, i nešto više od polovine sa sopstvenim kapitalom za osnivanje.
- 05** Kada je reč o infrastrukturi ili pogonskim sredstavima preduzeća, 21% žena su same vlasnice, 15% koriste vlasništvo njihovih supruga ili porodice, dok većina koristi iznajmljeni prostor za vršenje njihovih delatnosti.

**06** Glavni motivator o pokretanju biznisa anektiranih žena jeste potencijal finansijskih dobitaka, praćeno nevoljnošću da se radi za nekoga drugog, i nezaposlenost.

**07** U pogledu poslovnog prometa, 98% preduzeća u vlasništvu žena su generisale prodaju u iznosu do 100,000€, od kojih nešto više od 70% s poslovnim prometom do 10,000€, i samo 1.4% su zabeležile prodaju više od 100,000€.

**08** Premda njihov poslovni promet ostaje na nižem nivou, oko 10% anektiranih preduzeća uspešno se plasiralo na strana tržišta od kojih izvoz zastupa u proseku 30% njihovih prodaja.

**09** Veći deo preduzeća u vlasništvu žena, to jest 94%, generiše prihode sa njihovih krajnjih korisnika, i.e. domaćinstva, i nekoliko sa drugih preduzeća, vlade, i zajednice donatora.

**10** Samo 38% žena preduzetnica su ulagale u njihova preduzeća tokom prošle godine. Dotične investicije su mahom usredsređene na kapitalin investicijama, praćeno marketingom, i ljudskim kapitalom. Samo 12% preduzeća u vlasništvu žena su podigla kredite od banake ili drugih finansijskih institucija za njihove investicijske svrhe.

**11** U vezi postupaka primanja radnika, anektirane žene tvrde da je glavni kriterijum radno iskustvo, praćeno dokazanim veštinama, i obrazovna postignuća. Na bazi odnosnih kriterija i prema potrebama svojih preduzeća, oko 60% anektiranih žene tvrde da su zadovoljne s trenutnom ponudom radne snage.

**12** Međutim, zakonodavno gledano, samo 42% veruje da se poštuje zakon o radu, ipak većina žena ne veruje da sprovedba dotičnog zakona utiče na njihovo poslovanje.

- 13** Oko 64% anketiranih žena vlasnice preduzeća veruje da radnice koje su primljene od njihove konkurencije ne uživa roditeljski dopust odnosno majčinstvo koji se zakonom jemči uz obrazloženje da njihova konkurencija ne nudi plaćeni roditeljski dopust to jest majčinstvo. Od 36% žena koje koriste roditeljski dopust, prosek trajanja iznosi 7 meseci.
- 14** Međutim, 86% žena preduzetnica zapravo veruje da zakon treba jemčiti roditeljski dopust za očeve odnosno očinstvo. Šta više, četiri od pet žena preduzetnica izrazile su spremnost nadoknađivanja muškaraca za roditeljski dopust tokom očinstva.
- 15** Procenjujući postotak uporezivanja godišnje prodaje njihove konkurencije, 49% intervjuisanih žena vlasnice preduzeća veruje da njihova konkurencija prijavljuje njihovu godišnju prodaju između 70% i 100% za plaćanje poreza. Ipak, 51% veruje da firme u njihovim sektorima prijavljuju između 70 i 100% svoje zaposlenike.
- 16** Najveće tri barijere prema anektiranim ženama jesu poreska stopa, malo tržište kao i administrativni teret, sve tri barijere zabeležene su intenzitetom bodovanja iznad 50. Za preostali deo anektiranih žena, najveće tri barijere zabeležene su kao oskudica vremena za specifične vežbe/obuke, vreme za porodicu i negu. Uopšte gledano žene u poređenju sa muškarcima koji su vlasnici preduzeća rangiraju odnosne barijere za manjom stopom bodovanja intenziteta.
- 17** Uprkos kulturnim i društvenim pitanjima s kojima se žene suočavaju, većina anketiranih žena tvrde da same pohađaju to jest učestvuju u poslovnim ili institucionalnim sastancima. Šta više, većina anektiranih žena tvrde da uživaju podršku njihovih porodica za upravljanje poslova. U pogledu pozicioniranja žena u poslovnom svetu, veći deo žena veruje da zapravo nije nešto teže sklopiti poslovni dogovor, pregovarati s institucijama ili primiti kvalifikovano osoblje, od njihovih muških kolega.
- 18** Kada je reč o poverenju u institucije i srodnim ustanovama, anketirane žene plasiraju najveći nivo poverenja u njihovim zaposlenicima, snabdevačima, i njihovim kupcima/klijentima. Najniži nivo poverenja je usmeren prema centralnoj vladi i sudovima.

Ova je studija strukturisana prema sledećem: prva sekcija obuhvata pregled postojećih studija i literature na terenu; druga sekcija obuhvata metodologiju studije; treća sekcija obuhvata detaljne nalaze ankete uređene u podsekcijama koje obuhvataju specifične oblasti studije; i na kraju, zadnja sekcija sadrži završne napomene i zaključke analiza.



# 1. PREGLED POSTOJEĆIH ISTRAŽIVANJA

Danas, preduzetništvo smatra se potstrekom ekonomskog razvoja i održivosti. Preduzimači osim samozaposlenosti stvaraju radna mesta čak i drugima odnosno zaposlenicima ali istodobno služi njihovim investitorima, snabdevačima kao i zajednice u kojoj deluju. U većoj skali inovacije preduzimača dovode do sve većeg prosperiteta u društvu, kreativnog rešavanja problema i identifikovanju novih industrija. Ipak preduzetništvo, među žena ostaje oskudno i ograničeno, s manje izgleda da žene započnu sopstveni biznis nego njihove muške kolege. Biznis koji je započet i vođen od strane žena uglavnom je manji po veličini, preovlađujući u neformalnom sektoru i manjeg izgleda u sektorima veće vrednosti s potencijalom porasta. To bi se uglavnom moglo prepisati poteškoćama s kojima se žene suočavaju u pogledu pristupa kreditima, informacijama, potencijalnim tržištima i tehnologiji, i istodobno uzimajući u obzir negu porodice i druge socijalne norme unutar zajednice u kojoj žive. Osim uloge stimulisanja ekonomskog razvoja, privatni sektor doprinosi i stvaranju novih radnih mesta i poboljšanju životnog standarda. Dakle imajući na umu da žene čine polovinu opšteg stanovništva sasvim je nužno angažovati žene u privrednim aktivnostima u njihovim sredinama odnosno zajednicama. U slučaju kada se omogućuje inkluzivno preduzetništvo, ekonomija će imati korist od ideja i potencijala koje žene mogu doneti na tržištu rada.

Individualno gledano, žene su ostvarile značajan napredak u ekonomiji, međutim kolektivno opšti ekonomski učinak ostaje umeren. Globalno gledano žene su vlasnice preduzeća oko 37%; ipak, zastupljenost žena u rukovodećim pozicijama jeste u 18% kompanija; dok u položaju glavnog izvršnog direktora u manje od 5% najvećih svetskih kompanija.<sup>1</sup> Prema Globalnom monitoru preduzetništva (Global Entrepreneurship Monitor), 126 milion žena su nedavno započele novi biznis i 98 miliona žena vode dobro uspostavljene kompanije, s ukupnim iznosom od 224 miliona žena koje aktivno doprinose u ekonomijama širom sveta. Iz ove brojke, 112 miliona preduzeća zapošljava više od jedne osobe, i 12 miliona<sup>2</sup> planira zaposliti do šest osoba tokom sledećih par godina.

Premda je veći deo ovih biznisa samozapošljavajući, to jest vlasnica je jedina radnica, ova preduzeća u vlasništvu žena predstavljaju važnu komponentu ekonomije, kao izvor zapošljavanja i prihoda samih preduzetnica kao i potencijalni izvor zaposlenja i prihoda budućih zaposlenika/radnika. Unatoč tome, uspoređavajući preduzeća u vlasništvu muškaraca, razlike u zapošljavanju kao i prihodima su očite. Oko 22% preduzeća u vlasništvu muškaraca predstavljaju biznis zapošljavanja, za razliku od 10% preduzeća u vlasništvu žena. U pogledu zapošljavanja, preduzeća u vlasništvu žena u proseku zapošljavaju manje osoba; to jest za svakih 10 zaposlenika u preduzećima u vlasništvu žena preduzeća u vlasništvu muškaraca zapošljavaju 15 osoba. Isti trend važi i za prihode – žene u proseku zarađuju manje od muškaraca; odnosno za svaki zarađeni dolar u prihodima preduzeća u vlasništvu žena, preduzeće u vlasništvu muškaraca zarađuje u proseku \$2.30.<sup>3</sup> U ovom pogledu starost kompanije uglavnom predstavlja važan faktor; pošto su preduzeća u vlasništvu žena mahom nova, i kao takva imaju manji broj zaposlenika i zarađuju manje u poređenju sa starim biznisima/preduzećima. Sektor u kojim preduzeće deluje takođe igra važnu ulogu – preduzeća u vlasništvu žena su ponajviše koncentrisana u industriji s manjim brojem zaposlenika, nego u industrijama većeg zapošljavanja. Slično, preduzeća koje žene rukovode su ponajviše zastupljena u industrijama niže prodaje i sasvim malo u industrijama većih prodaja.<sup>4</sup> Prema RBS Group, žene preduzetnice uspostvljavaju potkapitalizirani biznis, koji je u korelaciji sa neuspehom i gašenjem biznisa. Potkapitaliziranje smanjuje prospekt biznisa žena preko ograničenja u kritičnim investicijama, primera radi tehnologiji i zaposlenicima neophodne za porast firme.

Preduzeća u vlasništvu žena pretežno su aktivne u potrošačko orijentisani sektor, više od 67%, u poređenju sa 45% biznisa u vlasništvu muškaraca, sektor koji se generalno karakteriše sa jednostavnošću ulazka, ali s visokom konkurencijom. Međutim, preduzeća u vlasništvu žena promovisu organske proizvode kao i zelene i lokalne proizvode, primera radi u prehrambenu i tekstilnu industriji sve više dobijaju značaj i s time se ističu kao kompanije, istrajne su i šta je važno prave razliku.<sup>5</sup>

1 ILO 2015, Women in Business and Management: Gaining Momentum.

2 U.S. Small Business Administration, 2017 Women's Business Ownership.

3 Ibid.

4 U.S. Small Business Administration, Women's Business Ownership, 2017.

5 GEM Specijalni Izveštaj: preduzetništvo žena, 2015.

Glavni motivator anektiranih žena o pokretanju biznisa jeste mogućnost obezbeđivanja dodatnih prihoda za porodicu kao i fleksibilnost u ravnoteži između porodičnih i poslovnih odgovornosti. Žene teže puno više od muškaraca da započnu određeni biznis usled porodičnih obaveza, s ciljem stvaranja optimalne ravnoteže između privatnog i poslovnog života. To potvrđuju i podatci da žene u proseku češće rade u kućnoj sredini, naime 30% žena upoređenju sa 8% muškaraca. S druge strane, muškarci u dvostruko većem broju teže više od žena da započnu određeni biznis radi zarađivanja više novaca za sebe.<sup>6</sup>

Druga studija takođe potvrđuje gore nanetu stavku, odnosno nedavno je otkriveno da kada je reč o sopstvenim prihodima, žene preduzetnice reinvestiraju u zapanjujućem iznosu do 90 centi svakog zarađenog dolara u njihovim porodicama, to jest, u obrazovanju i zdravstvu; u poređenju s muškarcima, koji reinvestiraju samo 30-40 centi.<sup>7</sup> Uopšte gledano, žene više doprinose u blagostanje njihovih zajednica bilo preko realociranja zarade biznisa ili preko mentorisanja drugih žena preduzetnica. Vredi napomenuti, da žene direktno doprinose u njihovim privredama, uzevši u obzir da oko 20% žena postaju preduzetnice od stanja nezaposlenosti za razliku od oko 7% muškaraca.<sup>8</sup>

To posebno važi za dobre preduzetničke mogućnosti koje žene opažuju. Specifično rečeno, preduzetničke aktivnosti u ranim fazama među žena veće su u ekonomijama s većim brojem žena preduzetnica. To je zbog činjenica da u društvima u kojima su žene više angažovane u biznisu veća je verovatnoća da se prepoznaju od drugih žena. Odnosne preduzetnice deluju kao uzor, i osim poznastva s drugim ženama rado dele vredne savete, informacije i veze s njihovim poznanicima. To utiče na percepciji aktualnih mogućnosti žena koje razmišljaju o preduzetništvu, šta vodi do veće stope start-up preduzeća.<sup>9</sup>

U odnosu na preduzetnike muškog pola, žene će najverovatnije opaziti poslovnu mogućnost okolo njih, međutim, polna razlika ustraje u percepciji sposobnosti. Dok je opažanje mogućnosti udruženo sa vanjskom sredinom, opažanje sposobnosti s druge strane udružuju se s prirodnim instinktom, sopstveno opažanje. Sposobnosti su ukorenjene ne samo u obrazovanju, negu i u društvenoj podršci. Društva koje promovišu i podržavaju žene preduzetnice imaju tendenciju motivisati veći broj žena da pokrenu

poslovni poduhvat. Osim ostalog, iako obrazovna postignuća su skoro jednaka između muških preduzetnika i žena preduzetnica (33% žena preduzetnica s srednjom školom ili diplomom fakulteta, u poređenju sa 36% muškaraca) i u nekim privredama veća su obrazovna postignuća žena nego muškaraca, odnosno žene imaju više samopoverenja u njihovim sposobnostima preduzetništva.<sup>10</sup>

Nisko samopoštovanje i strah od neuspeha žena preduzetnica potvrđuje se u brojnim studijama kao razlog niskog nivoa aktivnosti preduzetništva među žena, bez obzira na obrazovanje i veštine. Žene mogu se suočiti sa strahom od neuspeha prilikom razmatranja potencijalnih rizika koji su udruženi sa pokretanjem biznisa, ili nedostatkom podrške porodice ili zajednice. Šta više, mogu osećati strah od mogućih posledica gubitka prihoda ako njihova preduzeća ne budu uspešna.<sup>11</sup> U ovom slučaju, program koji je posebno izgrađen za poboljšanje poslovnih veština i sposobnosti, stoji na raspolaganju žena s nemerom ulaska u poslovnom svetu. Šta više, mentorisanje i obuka o tome kako reagovati i iskoristiti poslovnu mogućnost i upravljati rizikom, pomaže ženama u izgradnji njihovog poverenja, šta na kraju vodi do sužavanja polnog jaza poverenja. Uopšte gledano, žene preduzetnice traže savete poslovne podrške učestalije nego muškarci, posebno u početnoj fazi pokretanja biznisa. Žene su takođe sklone traženju svih vrsta poslovne podrške, bilo javne ili private, u poređenju s muškarcima. U stvari preduzetnice koje su pohađale obuku o biznisu trostruko imaju više poverenja u njihovim veštinama i sposobnostima za pokretanje biznisa.<sup>12</sup>

Prelazak sa start-up preduzeća na održivost predstavlja puno teži zadatak. Osim činjenice da je broj žena u pokretanju novog biznisa manji od muškaraca, taj broj je čak i manji kada je reč o održavanju biznisa. Preduzetništvo je višeslojni i ambiciozni poduhvat koji zavisi od podrške tokom početne faze ali značajno više nakon start-up faze. Istraživanja otkrivaju da se preduzeća u vlasništvu žena suočavaju s velikim poteškoćama prelaska u održivo preduzeće. U tome spadaju unutrašnji problem kao što su poteškoće u formiranju strateškog partnerstva i pretvaranja ideja u realnost, ili spolašnji faktori kao što su prepreke pristupa fondovima za proširenje biznisa. Zaista pristup fondovima je jedna od najučestalijih prepreka koja očividno sprečava porast preduzeća u vlasništvu žena.<sup>13</sup>

6 Office for National Statistics, Women in Business, 2009.

7 Vanderbrug, J., The Global Rise of Women Entrepreneurs. Capital Acumen, Issue 25, 2013.

8 Promoting Female Entrepreneurship' SBS/ DTI, 2005.

9 GEM Special Report: Women's Entrepreneurship, 2015.

10 Ibid.

11 Exemphas, Women Entrepreneurs – Issues and Barriers, 2004.

12 GEM Special Report: A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training, 2010.

13 GEM Special Report: Women's Entrepreneurship, 2015.

Pristup finansijama je neophodan u svim fazama razvoja biznisa za žene preduzetnice, ne samo za dalje proširenje biznisa nego takođe u generisanju novih radnih mesta. Žene 10% više od muškaraca identifikuju pristup finansiranja kao glavnu prepreku poslovanja. To je dokazano činjenicom da preduzeća u vlasništvu žena, širom sveta, dobijaju samo 4% vrednosti dolara svih poslovnih kredita.<sup>14</sup> Nezavisno od poslovnog sektora ili veličine, žene imaju samo 33% vrednosti finansija u poređenju s njihovim muškim kolegama tokom pokretanja biznisa. Šta više, žene iskorišćavaju samo nekoliko oblika finansiranja.<sup>15</sup> Studije otkrivaju da žene koje pokretaju i vode određeni biznis uglavnom koriste neformalne izvore finansiranja, kao što je lična ili porodična ušteđevina, prihodi domaćinstva, nasledstvo i pozajmljivanje novca od prijatelja ili rodbine. Muškarci koji pokretaju i vode određeni biznis uglavnom koriste tradicionalne oblike finansiranja, to jest bankovni krediti za poslovno finansiranje, posebno kada je reč o investicijama za proširenje biznisa, preduzeća u vlasništvu muškaraca koriste kredite finansijskih institucija učestalije u poređenju sa preduzećima u vlasništvu žena.<sup>16</sup>

Prema izveštaju o barijerama i preprekama žena preduzetnica, kapital start-up preduzeća u vlasništvu žena sačinjen je 80 do 99% iz lične ušteđevine, u poređenju s muškarcima od 30 do 59%.<sup>17</sup> Premda žene preduzetnice zaslužuju pohvale, veoma često to rezultira sa posledicama za preduzeće odnosno biznis. Uvideno je da biznisi koji su pokrenuti s malim preduzetničkim kapitalom suočavaju se s malom prodajom i nižim brojem zaposlenika. Posebno za samozapošljavajuće firme s oskudnim izvorima finansiranja skoro je nemoguće pretvoriti se u zapošljavajuću firmu. Održivi uspeh biznisa žena uslovljava se dostatnom kapitalizacijom i mogućnostima finansiranja.<sup>18</sup> Međutim kada je reč o apliciranju za kredite, žene su obezhrabljene, premda studije potvrđuju da stopa otplate kredita od strane žena je višlja od stope muškaraca. Kada govorimo o apliciranju, žene uglavnom traže manje kredite u poređenju s muškarcima, šta za uzvrat vodi i do odbijanja kredita i to veoma često, usled činjenice da zajmodavci preferiraju veće kredite zbog veće zarade, za razliku od pretpostavke da je kredit odbijen iz činjenice da se radi o ženama.<sup>19</sup> Šta više, brojne žene koje traže kredit u banci su odbijene usled nedostatka ili nedostatnog kolaterala, šta se nadovezuje s drugom barijerom s kojom se žene suočavaju, odnosno nedostatkom privatnog poseda i imovine.

Druga barijera s kojom se žene suočavaju tokom pokretanja start-up preduzeća i vođenje biznisa povezuje se sa tradicionalnim pogledom uloge žena. Istraživanja otkrivaju da porodice uglavnom igraju centralnu ulogu u odluci žena o pokretanju poslovnih delatnosti. Doslovno rečeno imaju moć uticaja na izboru i ponašanju žena bilo na pozitivnom ili negativnom načinu. Češće nego suprotno, izbor žena za pokretanje biznisa potstreknut je iz čiste potrebe, radije nego individualne aspiracije. Pored toga stav porodice prema preduzetništvu može imati uticaja ne samo na start-up preduzeće, nego uopšte na poslovno iskustvo i uspešnost poslovanja, utičući na uspeh ili neuspeh samog biznisa. Ipak sve to zavisi od uloge člana porodice na poduhvatu žena, odnosno restriktivne ili podržavajuće uloge.<sup>20</sup>

Kada žene imaju težnju, slobodu izbora i podršku pokretanja biznisa, to čine uglavnom zbog veće nezavisnosti, finansijske zarade i posebno zbog fleksibilnosti radnog vremena kako bi uravnotežili poslovna i porodična angažovanja. Iako se fleksibilnost radnog vremena opažuje kao osnažujuća, često ometa opštu uspešnost poslovanja.<sup>21</sup> Istraživanja otkrivaju da žene preduzetnice nedeljno rade manje od muškaraca, ali s druge strane više rade iz kućne sredine istovremeno vodeći računa o porodičnim obavezama.<sup>22</sup> Pod porodičnim obavezama uglavnom spada briga o detetu, s obzirom da je pristupačnost brige deteta oskudna, prema tome i daleko ostaje kao neizbeživa barijera žena preduzetnica. Dakle u poređenju s muškim rodom, puno je teže za žene preduzetnice da vode uspešno poslovanje, s obzirom da moraju uravnotežiti porodične i poslovne obaveze. Iz toga razloga, značajan broj žena gleda na preduzetništvo kao na kratkovečnu stvar tokom posebnog razdoblja u njihovom životu, to jest, veza između brige deteta i generisanja prihoda, stoga veoma često se vraćaju na zapošljavanje ako iskrasne mogućnost u pravo vreme.<sup>23</sup>

Na Kosovu stanje nije nešto različito, žene nose veliki broj izazova u pogledu start-up preduzeća i vođenju biznisa. Spori ekonomski razvoj i nepovoljna poslovna sredina uglavnom utiče na žene, ipak nije preduzeto skoro ništa za poboljšanje situacije i barijere nisu odstranjene. Dok žene preduzetnice predstavljaju važan doprinos u privredi zemlje, većina tih žena deluje neformalno, prema tome pravi uticaj žene uglavnom ostaje nezapažen. Preduzeća u vlasništvu žena na Kosovu uglavnom zapošljavaju neformalne radnike, raspo-

14 Cantwell, M., 21st Century Barriers to Women's Entrepreneurship, 2014.

15 Carter, S., & Shaw, E., Women's Business Ownership, 2006.

16 U.S. Small Business Administration, Women's Business Ownership, 2017.

17 Exemphas, Women Entrepreneurs – Issues and Barriers, 2004.

18 U.S. Small Business Administration, Women's Business Ownership, 2017.

19 Exemphas, Women Entrepreneurs – Issues and Barriers, 2004.

20 Cesaroni, M. & Paoloni, P., Are Family Ties an Opportunity or an Obstacle for Women Entrepreneurs?, 2016.

21 Exemphas, Women Entrepreneurs – Issues and Barriers, 2004.

22 European Commission, Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe, 2014.

23 Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J., Entrepreneur Motivations and Life Course, 2011.

lažu zastarelom opremom i ponjaviše su aktivne u tradicionalnim ženskim aktivnostima, kao što su kozmetički saloni, frizernice, krojačnice i priprema hrane.<sup>24</sup> Tokom zadnje dve decenije kako vladine institucije tako i zajednica donator bile su angažovane i finansijski su uložile u podršku malih preduzeća, razvoju veština i tehnološkoj modernizaciji; međutim pored svega toga zabeležen je samo minimilani progres preduzeća u vlasništvu žena. Država i dalje nema sveobuhvatnu dugo-ročnu strategiju o integrisanju žena u poslovnom svetu i suženju participacije polnog jaza. Šta više, ništa nije preduzeto za podsticanje i ohrabrenja ženama u poslovnom svetu i prema tome je udeo preduzeća u vlasništvu žena u privatnom sektoru i dalje toliko mali.<sup>25</sup> Kao rezultat svega toga, na bazi Statističke agencije Kosova (SAK) i podacima instituta Riinvest prikupljenih sa anketa o MSP tokom zadnjih godina, žene su vlasnice u nešto od manje od 10% preduzeća Kosova, suočavaju se s barijerama osim uobičajnih poslovnih problema tržišta, i rade u sektorima koji ne obećavaju mogućnosti porasta. Specifično rečeno, ekonomske delatnosti žena su usredsređene na uslugama i trgovinskim sektorom dok sektor proizvodnje i informativne tehnologije i dalje ostaje pod dominacijom muškaraca.

Ranija anekta koja je obavljena od strane asocijacija poslovnih žena She-era sa ženama preduzetnice unakrst Kosova otkriva da je veliki broj preduzeća u vlasništvu žena aktivan u trgovinskom sektoru (prodaja prehrambenih proizvoda, odeća, i kozmetički proizvodi); praćeno sektorom usluga (kao što su frizernice i kozmetički saloni, pružaoci zdravstvenih usluga i obdaništa); i proizvodnim aktivnostima (kao tekstil, mlekarstvo, proizvodnja povrća i peciva). Anektu takođe otkriva stanje zapošljavanja među preduzeća u vlasništvu žena, pre svega većina preduzeća u vlasništvu žena ne prima radnike odnosno ne zapošljava. Konkretno rečeno, više od polovine žena same vode biznise, bez zaposlenika, dok preostali deo preduzeća u vlasništvu žena zapošljava do četiri osobe. Glavni razlog koji utiče da žene Kosova pokrenu biznis, na osnovu anekta, je potreba generisanja prihoda.

Žene u bivšim društvenim preduzećima zauzimale su najveći postotak radnika, dok nakon procesa privatizacije većina tih žena se suočila sa nezaposlenošću. S namerom da finansijski doprinose i podržavaju porodicu pokrenule su ekonomske aktivnosti. Pored toga, pod ostalim poslovnim motivatorima nabrajaju se mogućnost generisanja sekundarnih prihoda; opažene preduzetničke sposobnosti; ili nedostatak mogućnosti zapošljavanja.<sup>26</sup>

Barijere poslovanja za žene Kosova uglavnom su naglašene kao vanjske i unutrašnje prirode, naime porodične obaveze u kombinaciju oskudnih pristupa kreditima. Većina žena preduzetnica Kosova ne poseduje sopstvenu imovinu, obično to poseduje supružnik, otac ili braća, prema tome nemaju nikakvo kolateralno jemstvo za traženje kredita. Slično tome, pristup imovine ili nasledstva smatra se ozbiljnom barijerom, pošto se procenjuje da samo 8% žena preduzetnica poseduje spostvenu imovinu. Značajan broj žena preduzetnica oseća se neiskusnim u rukovođenju njihovih preduzeća, usled nedostatka znanja i obuke, stoga se konstantno suočavaju s poteškoćama u vođenju njihovog biznisa. Druge zabeležene prepreke nadovezuju se vanjskom sredinom odnosno sa ograničenim potražnjom u vezi ponude proizvoda i usluga, to jest, oskudno tržište.<sup>27</sup>

Osim specifičnih barijera u vođenju biznisa, žene u zemljama u razvoju kao što je slučaj s Kosovom, izložene su socijalnim stavovima i stereotipovima koji su obehtrabajući za preduzetništvo žena, posebno u sektorima koji su tradicionalno dominirani od strane muškarca. Slični stavovi i predrasude, navodno da su žene nesposobne u rukovođenju uspešnog poslovanja i da se istovremeno staraju o porodičnim obavezama u velikoj meri ometaju svakodnevne poslovne delatnosti. Uprkos svemu, gore naneto stanje postepeno se menja usled intenzifikacije i dokazivanja žena u preduzetništvo, a ne zbog ohrabriranja i podrške njihovih porodica ili društva.<sup>28</sup>

24 She-era, Women Entrepreneurs in Kosovo, 2006.

25 She-era, National Platform for Women Entrepreneurs in the Republic of Kosovo, 2013.

26 She-era, Women Entrepreneurs in Kosovo, 2006.

27 She-era, Women Entrepreneurs in Kosovo, 2006.

28 ILO, Women in Business and Management: Gaining Momentum, 2015.

## 2. METODOLOGIJA

Ova sekcija obezbeđuje opšti opis metodološkog pristupa koji je primenjen tokom ove studije. Za svrhe analiza žena preduzetnica, uopšte gledano, s posebnim fokusom na uslovima poslovne klime i barijera s kojima se preduzetnice Kosova suočavaju, Istraživački tim Riinvest instituta koristio je primarne podatke koji su prikupljeni preko anektiranja žena vlasnice preduzeća. Šta više, tim je takođe revidirao literaturu i komparativne analize kvalitativnih podataka u formatu kombinacije istraživačkih tehnika da bi obezbedili sveobuhvatne rezultate istraživanja.

Glavni podatci su prikupljeni preko anketa obuhvatajući preduzetnice širom Kosova. Uzorci su izgrađeni na osnovu baze podataka aktivnih preduzeća u vlasništvu žena, stoga uzorak je stratificiran prema opštinama i sektorima.

Radi reprezentativnih podataka ove studije, opšti uzorak je obuhvatio 313 anketiranih žena (preduzetnica) unakrst Kosova, koje su nasumično selektirane. Kalkulacije pokazuju da je uzorak od 313 anketiranih žena dostatan za generisanje reprezentativnih rezultata sa 95% pouzdanja i 4% marže grešaka

Prema izveštaju Kosovske agencije za registraciju biznisa (ARBK/KARB), na geografskoj razini, uzorak anektiranih žena odražava aproksimaciju aktualne distribucije. Najveći postotak preduzeća u vlasništvu žena je lociran u regiji Prištine s oko 38%, nakon čega dolaze regije Prizrena, Gnjilana, Uroševca i Peči. Geografska distribucija preduzeća prikazana je u Tabeli 1.

**TAB. 1 DISTRIBUCIJA PREDUZEĆA U VLASNIŠTVU ŽENA PREMA OPŠTINAMA**

Opština	Postotak
Priština	38.3%
Prizren	10.9%
Gnjilane	10.2%
Uroševac	9.00%
Peč	8.3%
Đakovo	6.4%
Vučitrn	5.4%
Podujevo	4.8%
Orahovac	3.2%
Mitrovica	2.6%
Lipjan	0.6%
Kosovo Polje	0.3%

IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Nakon konstrukcije uzorka, sledeći korak jeste izrada upitnika u skladu s dotičnim sekcijama koje su prethodno određene na osnovu akademskog i političkog rada koji je obavljen od strane istraživačkog tima Instituta Riinvest. Upitnik sadrži generička pitanja u pogledu profila preduzeća u vlasništvu žena, konkretnij rečeno pitanja o vlasništvu i delatnostima biznisa. Glavni deo upitnika sadrži pitanja koja su nemenjene za sticanje podataka (kako kvantitativnih tako i kvalitativnih) u vezi prodaje i uspešnosti poslovanja, zapošljavanja, finansija biznisa, fiskalnim pitanjima, društveno-kulturna pitanja kao i poslovnim barijerama.

Anketa je izvršena uz angažovanje iskusnih popisivača koji su bili podučeni o specifičnostima anketnog rada. Sve anketeri su podađali tro-dnevnu obuku, pri čemu su bili informisani o sadržaju i važnosti anekete; obuhvatajući obuku metodologije ankete (kontakt s respondentima, metode prikupljanja informacija, način popunjavanja upitnika); na kraju bili su podvrgnuti testu o njihovim sposobnostima vođenja anekete preko simulacije uzorka anekete.

Pre početka anekete, anketni upitnik testiran je od strane istraživačkog tima institute Riinvest instituta, da bi obezbedili efikasnost pravovremenosti i logičnog redosleda pitanja. Male grupe od 2 do 5 anketera radili su pod vođstvom vođe tima. Osim monitorisanja popisivača na terenu i vođenja logične kontrole, provera ankete obavljena je i s telefonskim pozivima istraživačkog tima kao i vođe tima. Oko 40% anketnih upitnika, nasumično odabrano, ponovo je provereno od istraživačkog tima, koji bi kontaktirali respodente i doznali

da li se odgovori podudaraju sa odgovorima popunjenim od popisivača. Osim toga, svaki upitnik proveren je od istraživača da bi obezbedili ispravnost u popunjavanju upitnika i da li postoji bilo koji nelogični odogovor. Ova metodologija poboljšuje kvalitet podataka i pomaže da se izbegavaju potencijalni defekti upitnika.

Nakon faze prikupljanja, podatci su šifrovani od strane iskusnog istraživača preko operativnog programa koji je posebno dizajniran za svrhe projekta. Zatim podatci su analizirani i obrađeni preko sofver aplikacije SPSS da bi identifikovali nepredviđene odgovore, uključujući potencijalne nekonzistentnosti između varijabli. Sukladno potreba, došlo je do izmena. Osim toga, periodične provere izvršene su od lidera tima uglavnom uspoređavajući prosek varijable i distribucije u različitim dosjeima kako bi se uverili da nije došlo do promene podataka bilo namerno ili nekim drugim povodom. Analize istraživanja sa ovog izveštaju uglavnom se osnivaju na deskriptivnim statistikama koristeći unakrsni tabelarni prikaz. Nakon tabelarnog i unakrsnog tabelarnog prikaza podataka, angažovan je istraživački tim za tumačenje i analiziranje nalaza.

Mimo anekete, korišćene su relevantne studije i izveštaji istraživanja za dopunjavanje primarnog istraživanja. Šta više, izvođeno je sekundarno istraživanje za verifikaciju i konsolidaciju informacija stečenih sa upitnika. Nakon prikupljanja podataka, kako sa primarnog tako i sa sekundarnog istraživanja, detaljni izveštaj je izrađen, obuhvatajući analize i preporuke nalaza.

# 3. REZULTATI ANKETE

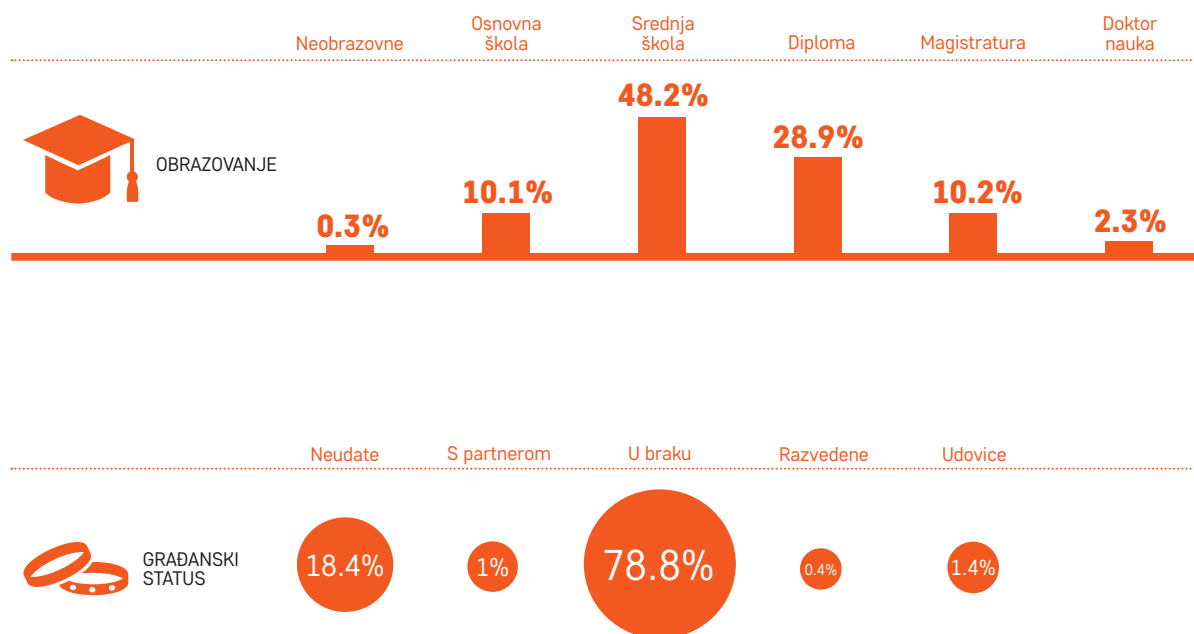
Ova sekcija opisuje i analizira ishode kvantitativnog dela studije, odnosno ankete koja je izvođena sa 313 žena vlasnice preduzeća na Kosovu. Podsekcija 3.1 oslikuje opšti profil i pregled preduzeća, dok podsekcija 3.2 oslikuje uspešnost poslovanja i očekivanja u budućnosti. Podsekcija 3.3 predstavlja i analizira nalaze povezane sa radnom snagom preduzeća u vlasništvu žena, dok podsekcije 3.4 i 3.5 odražavaju finansijska i fiskalna pitanja. Zadnje dve podsekcije odnose se na identifikaciju i ekzaminaciju društveno-kulturnih pitanja kao i poslovnih barijerea s kojima se žene preduzetnice suočavaju na Kosovu.

Kroz celi izveštaj primenjene su unakrsne tabulacije za detaljno analiziranje nalaza i za traženje korelacije između specifičnih faktora kao što su veličina kompanije i industrije, kao i izvesni aspekti firme. Nalazi su analizirani i uspoređeni sa podacima preduzeća u vlasništvu muškaraca koji su proistekli sa anketiranjima 600 MSP od strane Riinvest institute 2017 godine nakrst Kosova.

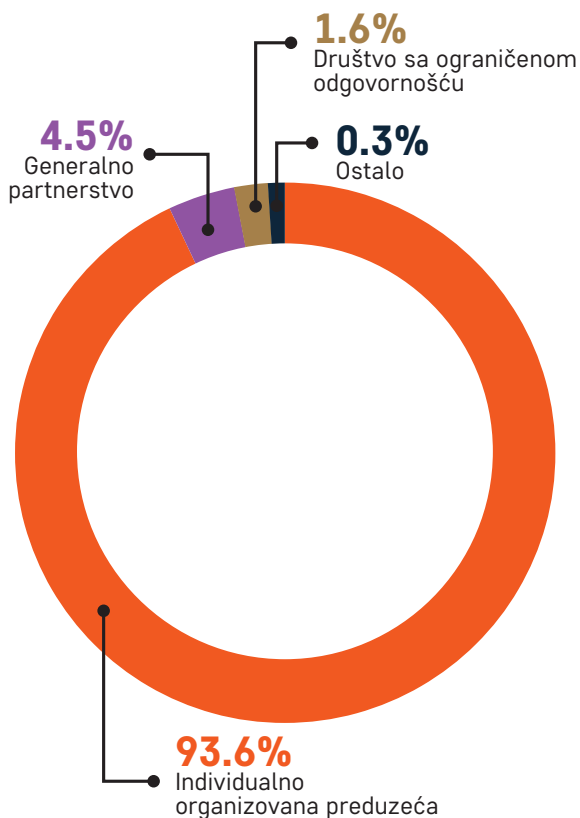
## 3.1. Profil preduzeća u vlasništvu žena

Podatci anketiranja 313 preduzeća u vlasništvu žena oslikavaju generalni profil žena preduzetnica na Kosovu. Otkrivaju prosečno godište žena preduzetnica, odnosno 40 godina; njihov građanski status - oko 79% su udate, dok su oko 18% neudate; i najveći nivo obrazovnih postignuća – završena srednja škola u oko 48% slučajeva, diplomirane u oko 29% i s magistraturom u oko 10% slučajeva. Generalni profil žena preduzetnica je ilustrovan u Figuri 1.

**FIG. 1 GENERALNI PROFIL ANKETIRANIH ŽENA PREDUZETNICA**



**FIG. 2 ZAKONSKI STATUS PREDUZEĆA U VLASNIŠTVU ŽENA**



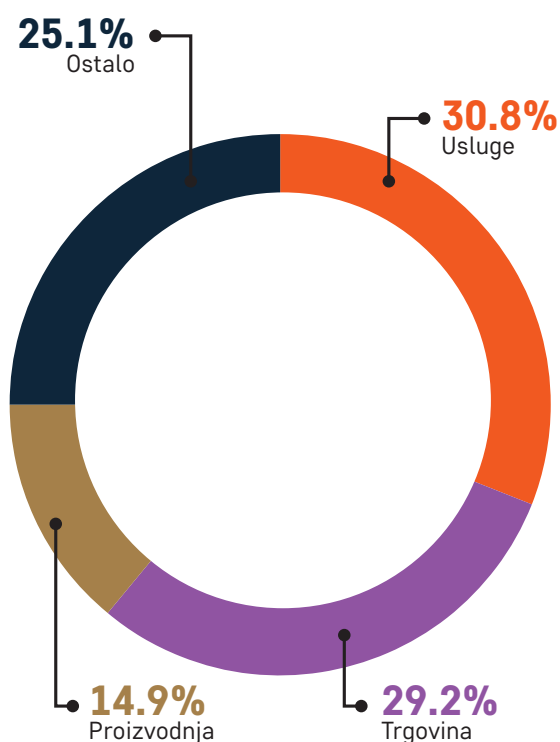
IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Rezultati anekste otkrivaju da individualno organizovana preduzeća u vlasništvu žena mahom dominiraju u odnosu zakonskog statusa. Skoro 94% preduzeća u vlasništvu žena predstavljaju individualno organizovana preduzeća, više od preduzeća u vlasništvu muškaraca. Podatci Instituta Riinvest koji su prikupljeni od 600 MSP otkrivaju zastupljenost individualno organizovanih preduzeća u 84% slučajeva preduzeća u vlasništvu muškaraca. S druge strane, manje od 5% žena preduzetnica vode generalno partnerstvo čak i manje društva sa ograničenom odgovornošću (otprilike 2%). Za razliku toga, muške kolege vode generalno partnerstvo u oko 10% slučajeva i društva sa ograničenom odgovornošću u oko 6% slučajeva. Većina preduzeća na Kosovu su registrovana kao individualno organizovana preduzeća, međutim revidiranje podataka tokom zadnjih godine otkriva promenu u strukturi biznisa u pogledu zakonskog statusa, posebno preduzeća u vlasništvu muškaraca. Godišnji podatci Instituta Riinvest o MSP u vlasništvu muškaraca otkrivaju trenda pada registracije individualno organizovanih preduzeća, i s druge strane pozitivan trend registracije generalnog partnerstva i društva sa ograničenom odgovornošću. Udeo društva sa ograničenom odgovornošću je povećan na 6% sa 2.8%, dok udeo partnerstava na 10% sa 6% tokom 2013 godine.

Šta više, ogromna većina preduzeća u vlasništvu žena pokrenuta su nakon 2000 godine, odnosno oko 95%. Samo 5% su formirane između 1984 i 1999 godine. Postotak operativno aktivnih preduzeća u vlasništvu muškaraca pre 2000 godina usporedljivo je veći, naime 23%.

U pogledu sektora operacija, otkriva se da preduzeća u vlasništvu žena mahom su orijentisana prema uslugama i trgovinskim sektorom, i do manjeg obima u sektoru proizvodnje. Naročito oko 31% anektiranih žena preduzetnica pružaju usluge; oko 29% su angažovane u trgovini; i otprilike 15% u proizvodnji. Podatci MSP u vlasništvu muškaraca otkrivaju ponešto različitu sliku stanja. Oko 26% preduzeća u vlasništvu muškaraca su angažovane u trgovini; oko 13% u proizvodnji; i za razliku od žena, muški preduzetnici su angažovani u pružanju usluga samo u 8% slučajeva.

**FIG. 3 GLAVNI SEKTORI OPERACIJA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA



Analizirajući različite aktivnosti unutar odnosnih sektora uviđen je popularni izbor karijere među žena preduzetnica. Izgleda da su žene mahom angažovane u biznisu frizernica i ostalih kozmetičkih tretmana lepote, sa 29%. Drugi izbor je maloprodaja odeće u specijaliziranim prodavnicama, s oko 11%; treći izbor je proizvodnja odeće, s oko 9%; dok četvrti izbor maloprodaja tekstila u specijaliziranim prodavnicama, takođe s otprilike 9%. Dole

naneta Tabela 2 oslikuje 10 naj uobičajnijih poslovnih aktivnosti među preduzeća u vlasništvu žena, prema razvrstanim podacima NACE (Rev. 2). Čak i u sektorima sa visokim potencijalom rasta, kao što je industrija usluga, preduzeća u vlasništvu žena u velikoj meri rade u stagnirajućim privrednim granama odnosno podsektorima, kao što su frizernice i maloprodaja, s malo ili s nikakvim potencijalom ekspanzije.

**TAB. 2 10 GLAVNIH AKTIVNOSTI OPERACIJA PREDUZEĆA U VLASNIŠTVU ŽENA**

Sektor	NACE	Postotak
Frizernice i drugi kozmetički tretmani lepote	9602	29.2%
Maloprodaja odeće, obuće u specijaliziranim prodavnicama	4771	10.7%
Proizvodnja odeće	1413	9.4%
Maloprodaja tekstila u specijaliziranim prodavnicama	4751	9.1%
Opšte i specijalizirane medicinske prakse	8620	6.5%
Ugostiteljstvo i menadžment događaja ( i planiranje događaja)	5621	3.9%
Proizvodnja hleba; proizvodnja svežih peciva i kolača	1071	3.6%
Alternativno obrazovanje (auto škola, kursevi stranih jezika, itd.)	8549	2.9%
Maloprodaja dobara u specijaliziranim prodavnicama (ručni satovi, bižuterija i nakit, itd.)	4773	2.6%
Maloprodaja u ne-specijaliziranim prodavnicama	4710	2.6%

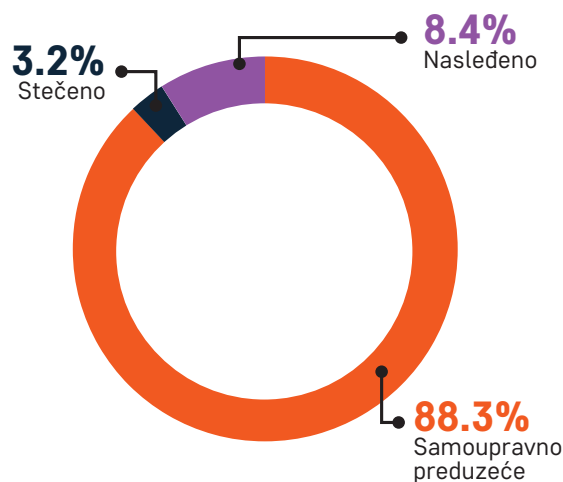
IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Anketirane žene uglavnom su izjavile da same vode biznis, jedino oko 9% je izjavilo da imaju poslovnog partnera. Od gore nanete brojke, većina poslovnih partnera (65%) su muškod roda i samo 35% ženskog roda. Poslovni partneri mahom su kolege ili supružnici, odnosno 26 i 22%. U manjem broju poslovni partneri su prijatelji žena preduzetnica, braća ili rodbina. S oko 38%, glavna uloga poslovnih partnera je vodeća uloga odnosnih biznisa. Dodatno tome, oko 33% poslovnih partnera su u rukovođičim položajima; dok otprilike 17% nose administrativne odgovornosti dok preostali u ulozi tajnih partnera.

Ogromu većinu (93%) anketiranih preduzeća vode vlasnici, to jest, žene preduzetnice, pokazajući veliki nivo nezavisnosti u rukovođenju njihovog biznisa. U samo 4% slučajeva nose ulogu izvršnog direktora ili drže položaj menadžera, i u skoro 3% slučajeva vodeću ulogu firme zajednički nose vlasnik i direktor/menadžer. U okviru izjavljenih izvršnih direktora ili menadžera koji vode biznis, oko 62% to su članovi porodice, dok oko 38% nemaju nikakvih porodičnih veza s vlasnikom.

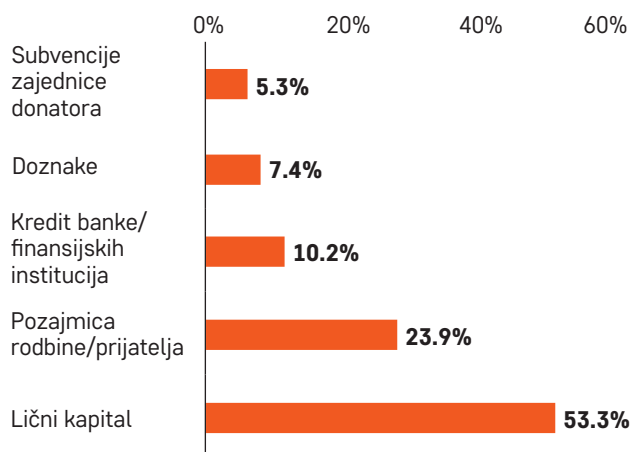
U okviru anketiranih žena preduzetnica, oko 88% su same pokrenule biznis, dok skoro 3% kupile su biznis od druge stranke. Preostalih 9% anketiranih žena preduzetnica izjavile su porodično nasleđstvo biznisa.

**FIG. 4 NAČIN POKRETANJA BIZNISA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

**FIG. 5 IZVOR KAPITALA START-AP PREDUZEĆA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Žene preduzetnice koristile su različite vrste početnog kapitala za pokretanje novog poduhvata; pored toga, sopstveni kapital je korišćen u većini slučajeva. To je potvrđeno od strane 53% preduzetnica, dok oko 24% vele da zu uzeli predujam od njihove rodbine ili prijatelja. U manjem obimu, krediti sa finansijskih institucija (10%), doznake (7%) ili subvencije zajednice donatora (5%) korišćene su za pokretanje njihovog biznisa. Niski nivo preduzetnica koje se oslanjaju na kredite finansijskih institucija i subvencija zajednice donator (samo 15%) ukazuje na jaz između raznih šema za promovisanje i podršku žena preduzetnica i broja žena koje koriste dotične mogućnosti. Osim toga, kombinacija kapitala sa različitih izvora je korišćena, kao što je kombinacija sopstvenog kapitala i bankovnog kredita, ili kombinacija sopstvenog kapitala sa pozajmicom rodbine/prijatelja i doznaka. Usporedo muškarci vlasnici preduzeća više su koristili sopstveni kapital, odnosno u 84% slučajeva. Međutim u pogledu kredita finansijskih institucija, preduzeća u vlasništvu muškaraca u dvostrukom većem broju su tražile takve usluge, naime u 17% slučajeva.

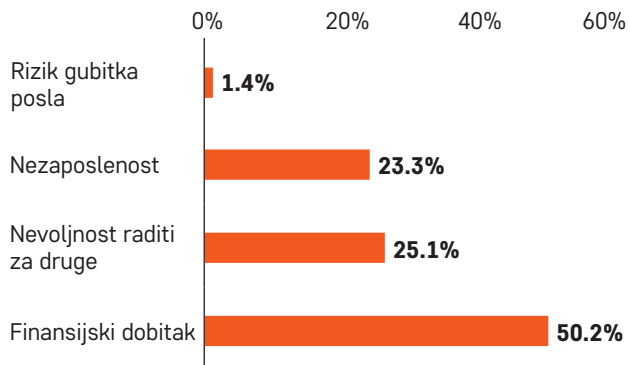
Glavni motivator pokretanja biznisa su finansijski dobitci sa takvog poduhvata za oko 50% žena, koje tvrde da je to glavni razlog. U oko 25% slučajeva te inicijative proizlaze iz nevoljnosti da se radi za nekoga drugog, dok u oko 23% slučajeva usled nezaposlenosti žene su motivisane za pokretanje biznisa. Skoro 1% su pokretale biznis iz straha gubitka trenutnog radnog mesta. Motivacija iza njihovih biznisa ukazuje na povećani broj žena koje su podstaknute instinktom pre-

duzetništva, radije nego od eksternih okolnosti nastojanja poslovnog poduhvata.

U pogledu poslovnog poduhvata, žene preduzetnice takođe su anketirane u vezi vlasništva poslovnog prostora, pogonskih sredstava i postrojenja. Približno 21% tvrde da su same vlasnice poslovnog prostora, pogonskih sredstava i postrojenja, dok 15% tvrde da su supružnici ili rodbina vlasnici poslovnog prostora, pogonskih sredstava i postrojenja. Unatoč tome, većina od 65% tvrde o iznajmljivanju poslovnog prostora za svoje delatnosti. Drugi postotak posluje iz kućne sredine, prema tome nisu deklarirale nikakav poslovni prostor ili odnosna postrojenja. Za razliku od žena, skoro 61% muškarci vlasnici preduzeća, sami raspolažu pogonskim sredstavima i poslovnim prostorom, dok oko 39% iznajmljuje. To se obrazložuje niskim nivoom vlasništva ili nasledstva imovine žena na Kosovu.

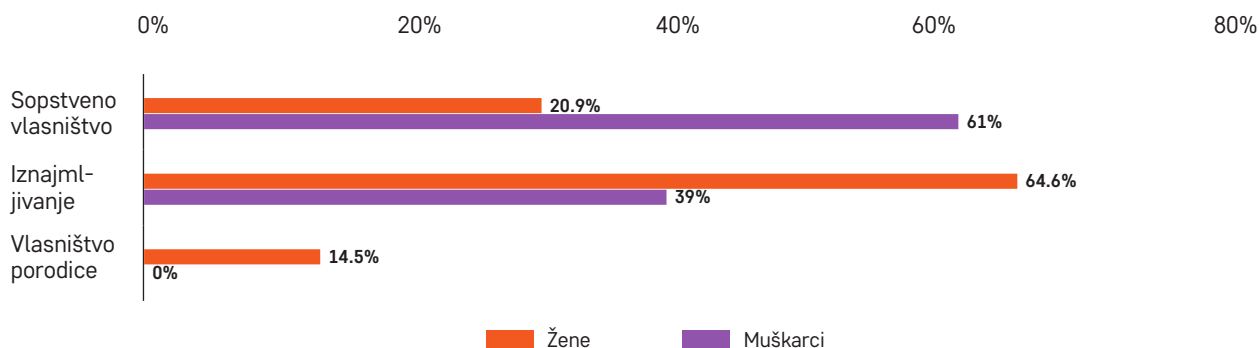
U pogledu troškova iznajmljivanja, žene preduzetnice mahom smatraju da su stope umerene (61%), dok 35% smatra da su troškovi visoki ili veoma visoki. Samo 4% preduzetnica smatra da su cene iznajmljivanja niske ili veoma niske. Slična mišljenja dele i muškarci vlasnici preduzeća.

**FIG. 6 MOTIVACIJA POKRETANJA BIZNISA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

**FIG. 7 VLASNIŠTVO POSLOVNIH PROSTORA I POGONSKIH SREDSTAVA IZMEĐU ŽENA PREDUZETNICA I MUŠKIH PREDUZETNIKA**



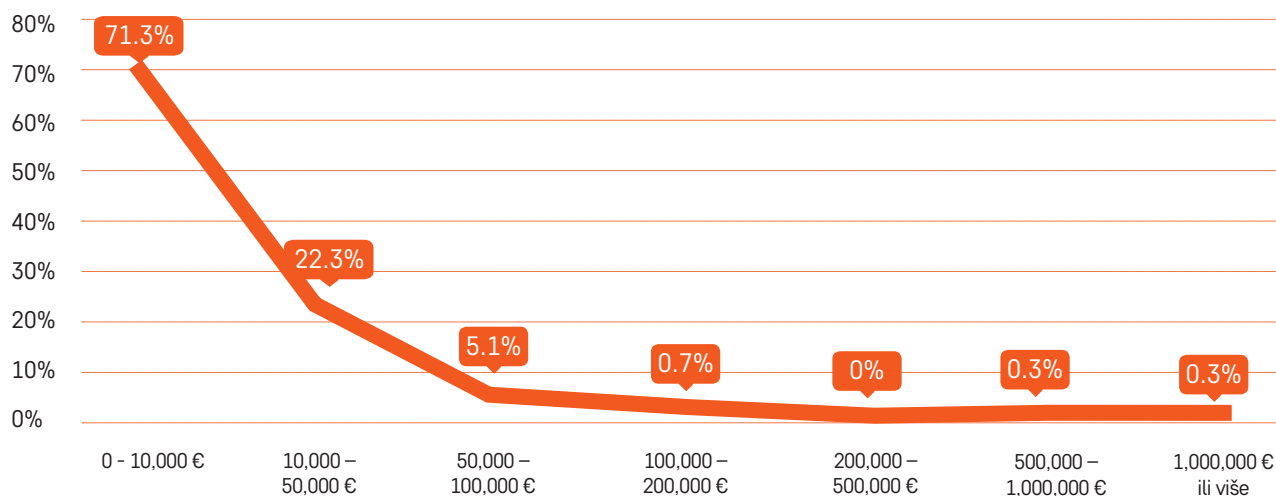
IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

### 3.2. Uspešnost poslovanja u vlasništvu žena preduzetnica

Ova podsekcija odnosi se na podatke uspešnosti poslovanja 313 anektiranih preduzeća u vlasništvu žena, odnosno njihovih prodaja i dotičnih delatnosti. Ispada da skoro 71% su realizovale prodaju do 10,000€ za 2016 godine. Za oko 22% realizovana prodaja iznosi 10,000€ do 50,000€ i za samo 5% realizovana prodaja iznosi između 50,000€ i 100,000€. Skoro 1.4% su registrovale prodaju iznad 100,000€ u 2016 godini. Dok nešto više od 98% preduzeća u vlasništvu žena su realizovale prodaju do 100,000€, taj iznos za preduzeća

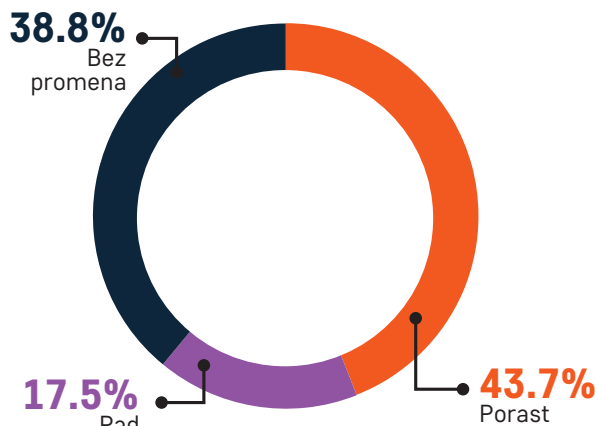
u vlasništvu muškaraca postignut je samo u 79% slučajeva. S druge strane dok je samo 1.4% preduzeća u vlasništvu žena realizovalo prodaju iznad 100,000€, muški preduzetnici su realizovali tu prodaju u više od 21% slučajeva. Usporedba niže i gornje granice prodaje ukazuje na veliki jaz između preduzeća u vlasništvu muškaraca i žena. Zapravo samo 23% preduzeća u vlasništvu muškaraca je zabeležilo prodaju do 10,000€ (za razliku od 71% preduzeća u vlasništvu žena), dok su više od 5% preduzeća u vlasništvu muškaraca zabeležile prodaju iznad 1 milion € (za razliku od 0.3% žena preduzetnica). Dole naneta Figura ilustrirše nivo prodaje preduzeća u vlasništvu žena.

**FIG. 8 GODIŠNJA PRODAJA PREDUZEĆA U VLASNIŠTVO ŽENA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

**FIG. 9 PREDVIĐANJE KONJUKTORNOG RAZVOJA I PRODAJE**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Oko 38% žena preduzetnica izjavile su da je nivo njihove prodaje povećan za razliku od prošle godine. Unatoč tome, više od 41% nisu zabeležile nikakve promene, zapravo nivo njihove prodaje i dalje ostaje isti, i oko 21% tvrdi da su čak zabeležile pad nivoa prodaje u poređenju s prošlom godinom. Slično stanje u postotcima tvrde i muški preduzetnici.

Što se tiče predviđanja konjuktornog razvoja odnosno prodaje, žene preduzetnice nisu optimistički nastrojene. Čak ni polovina žena preduzetnica (44%) ne veruje u konjuktorni razvoj i porast prodaje, dok nešto više od 17% čak predviđa niži nivo prodaje. Ista predviđanja konjuktornog razvoja i prodaje tvrde i muški preduzetnici.

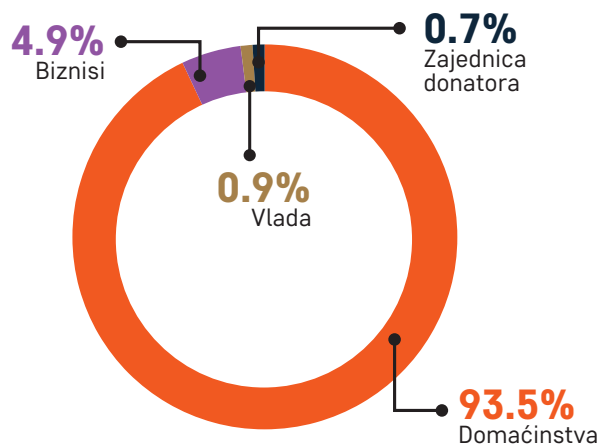
Prosečna neto profitna marža prema odgovorima žena vlasnica preduzeća je oko 33% za 2016. Ovaj postotak je u proseku 11% višji od preduzeća u vlasništvu muškaraca. Razvrstavanje na osnovu sektora, otkriva da industrije koje su karakterizovane sa velikom konkurencijom između preduzeća u vlasništvu žena i muškaraca, neto profitna marža deklarirana od preduzeća koje rukovode žene je prilično niska. S druge strane, u nekim industrijama u kojima u sve većem broju posluju žene preduzetnice, s konstantnim zahtevom za njihove specijalizirane usluge i istovremeno s umerenim izdancima, neto profitna marža je značajno veća. U uslugama dodatne vrednosti koje generišu veću profitnu maržu spadaju planiranja događaja, specijalizirane zanatlijske firme, kao i stomatologije, lekarske ordinacije, računovodstvene i pravne usluge.

Krajnji potrošač proizvoda predstavlja snažan indikator nivoa konkurentnosti i razvoja preduzeća koje rukovode

žene. Uprkos činjenici da broj izvoznih preduzeća je u konstantnom porastu, samo nekoliko intervjuisanih žena preduzetnica su izjavile da izvoze njihove proizvode ili usluge. Žene preduzetnice pretežno posluju sa uslugama niže vrednosti, dok skoro i po samim dizajnom nisu utrživi sektori. Osobito, samo 10% intervjuisanih preduzeća su uspešno ušli u inostrana tržišta dok izvoz u proseku iznosi 30% njihovih prodaja. Firme koje su angažovane u aktivnostima kao što su proizvodnja odeće, ugostiteljstvo i planiranje događaja kao i specijalizirane zanatlijske firme predstavljaju najveći udeo izvoznika. Unatoč tome, izvoz i dalje iznosi samo 3% ukupne prodaje uzorka intervjuisanih preduzeća u vlasništvu žena. Sličan scenario prevladava i među preduzeća u vlasništvu muškaraca.

Većina preduzeća u vlasništvu žena (94%) generiše prihode sa krajnjih korisnika, odnosno domaćinstva, i samo nekoliko sa drugih biznisa (4%), vlade (manje od 1%) i zajednice donator (takođe manje od 1%). Ovo nagoveštava da se preduzeća u vlasništvu žena karakterišu s veoma niskom proizvodnjom međuproizvoda i sirovog materijala, odnosno roba koja će biti dalje iskorišćena od drugih biznisa za proizvode više dodatne vrednosti. Šta više to ukazuje da su proizvodi preduzeća mahom niske vrednosti, sugerišući da odnosne firme nude nisko zaposlenje i prospekt nižeg rasta. Šta više, niski postotak generisanja prihoda od vlade ukazuje na nisku stopu participacije preduzeća u vlasništvu žena u javnoj nabavci. Takođe je očita niska podrška zajednica donatora, ukazujući da odnosna preduzeća u vlasništvu žena zastupaju neodrživi izvor prihoda, i da se u većini slučaju dešava s vremena na vreme.

**FIG. 10 IZVOR PRIHODA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Žene preduzetnice osim ostalog anketirane su oko prodaje na otplatu, pošto je to i dalje uveliko raspostranjena pojava među preduzeća na Kosovu. Bez obzira na to, ispada da samo 10% prodaje preduzeća u vlasništvu žena je ostvarena na otplatu. Preduzeća u vlasništvu muškaraca izveštavaju veći psototak prodaje na otplatu, koja je proporcijalno povećana prema veličini biznisa. Osim toga, kašnjenja u plaćenju ne smatraju se ometanjem operacija i razvoja biznisa od oko 53% žena preduzetnica, dok 21% smatra da u svakom slučaju kašnjenja ometaju njihov biznis (preostali deo nema posebno mišljenje o dotičnom pitanju). Nekoliko žena preduzetnice takođe misle da pojava kašnjenja u plaćanju varira između preduzeća u vlasništvu žena i muškaraca. Otprilike, 17% su ubeđene da su njihove muške kolege redovnije isplaćene nego one same.

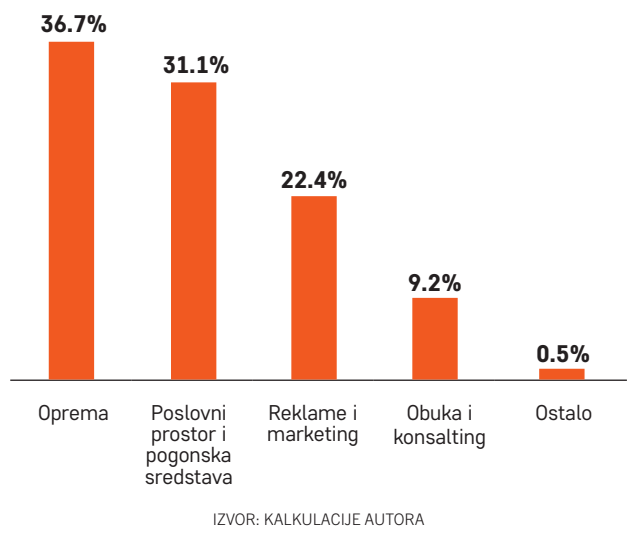
Godišnje investicije takođe su indikator za rast i razvoj preduzeća, stoga su žene preduzetnice anketirane u vezi ukupne vrednosti njihovih investicija za 2016 godinu kao i oko svrhe i finansijskih izvora njihovih investicija. Ispada da, prosečna vrednost investicija u 2016 godini iznosi samo 5,242 € među intervjuisanim firmama. Postotak biznisa koji su investirali iznosi samo 38%. Za razliku od žena, oko 49% preduzeća u vlasništvu muškaraca izjavljuje investicije u 2016 godini s prosekom vrednosti investicija od 55,258 €. Ovaj nivo investicija muških preduzetnika, koji je 10 puta veći od žena, ističe dve važne karakteristike. Kao prvo, s obzirom da su preduzeća u vlasništvu žena mahom mikro-preduzeća, objašnjava činjenicu da su kapitalne investicije relativno niske. Kao drugo i zapravo zabrinjavajuće, nizak nivo investicija ukazuje na kontinuirane operacije niske stope i stagnaciju rasta bilo usled nedostatka finansija ili namere za rast žena preduzetnica.

U pogledu vrste investicija preduzeća u vlasništvu žena, kapitalne investicije (pogonska sredstva i postrojenja) dominiraju s oko 68% ukupnih investicija za 2016 godinu. Oko 22% investicije za reklame i marketing, i samo 9% su alocirane na ljudskom kapitalu, to jest na obuci i konsaltingu. Ovaj relativno niski nivo investicija na ljudskom kapitalu obrazložuje se vrstom sektora u kojima odnosi biznisi posluju, odnosno sektori u kojima su dotično znanje i veštine lako stečene i veoma prenosive, prema tome takve investicije velikog nivoa nisu alocirane. Figura 11 ilustriše strukturu investicija preduzeća u vlasništvu žena za 2016 godinu. S druge strane, veći postotak kapitalnih inveticiija je izjavljen od strane preduzeća u vlasništvu muškaraca. Analize podataka anekte pokazuju da je nivo investicija u

pozitivnoj korelaciji sa veličinom i prometom kompanije kao i godinama poslovanja. Usluge visoke dodatne vrednosti, kao što su delatnosti konsaltinga i proizvodnje izgleda da imaju pozitivan učinak na nivou investicija, za razliku od usluga niže vrednosti.

Komparativno, investicije žena preduzetnica u ljudskim resursima su skoro dvostruko veće od njihovih muških kolega, 9 u poređenju s 5%. S obzirom da prosečan broj radnika u preduzećima u vlasništvu žene je 4.2 u poređenju s 8.8 u preduzećima u vlasništvu muškaraca, investicije u ljudskim resursima pokazuju kako različiti pristup poslovanja između muškaraca i žena, tako i veliku koncentraciju preduzeća u vlasništvu žena u industriji usluga u kojoj je obuka neophodna za razvoj. Međutim, niski nivo investiranja u ljudski kapital kako za preduzetnice tako i za preduzetnike sugeriše da poslovna sredina ostavlja malo prostora za izgradnju konkurentske prednosti na bazi ljudskog kapitala. Šta više, preduzeća u vlasništvu žena ulagaju više u reklamama kao i marketing i brendiranju, u poređenju s preduzećima u vlasništvu muškaraca, šta se objašnjava veličinom preduzeća i godinama poslovanja, prema tome smatraju da je neophodno ulagati na razvoju proizvoda (brendiranje/paketiranje) i u velikoj meri promovišu njihove proizvode i usluge da bi ostvarili porast tržišnog udela i poboljšali konkurentnost.

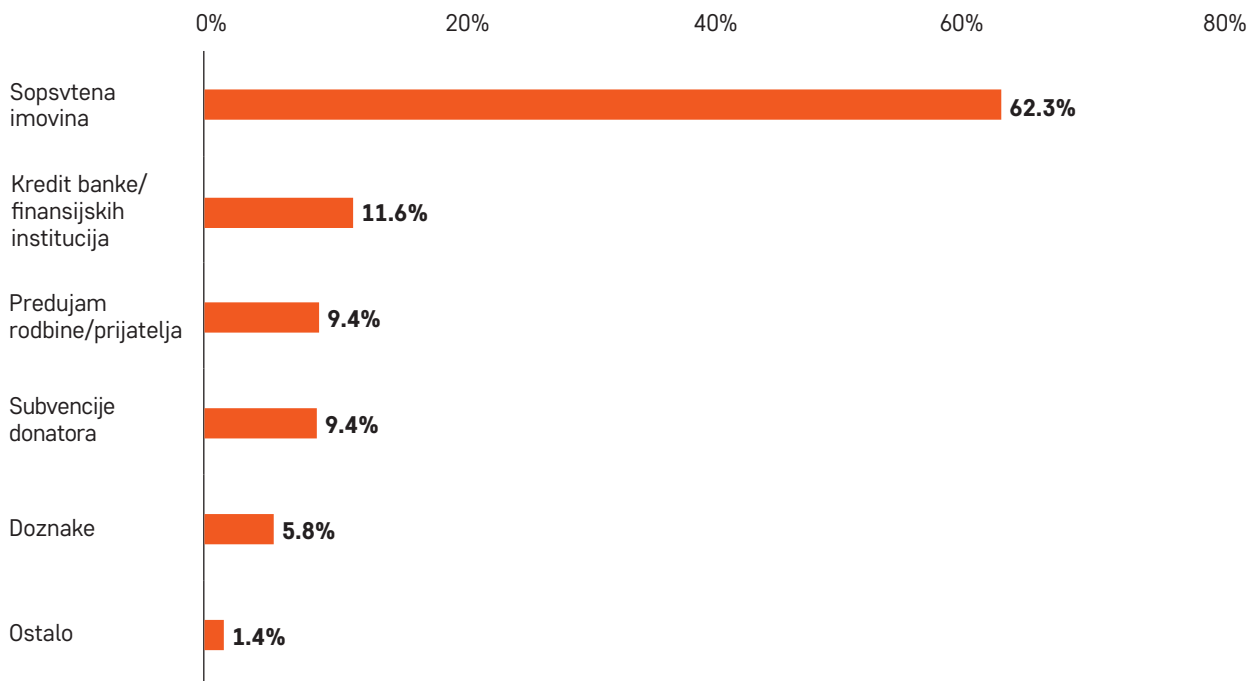
**FIG. 11 VRSTE INVESTICIJA**



U većini slučajeva (62%), izvor investicije je lična imovina vlasnika. Za oko 12% preduzeća u vlasništvo žena, kredit banke ili drugih finansijskih institucija za investicione svrhe; dok oko 9% firme su dobile subvencije različitih or-

ganizacija donatora. Rodbina i prijatelji ostaju kao alternativne izvor, s oko 9% preduzeća koje zavise od predujama rodbine ili prijatelja, i 6% od doznaka rodbine koja živi u inostranstvo.

**FIG. 12 IZVOR INVESTICIJA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA



Nizak nivo investicija ukazuje na kontinuirane operacije niske stope i stagnaciju rasta bilo usled nedostatka finansija ili namere za rast žena preduzetnica

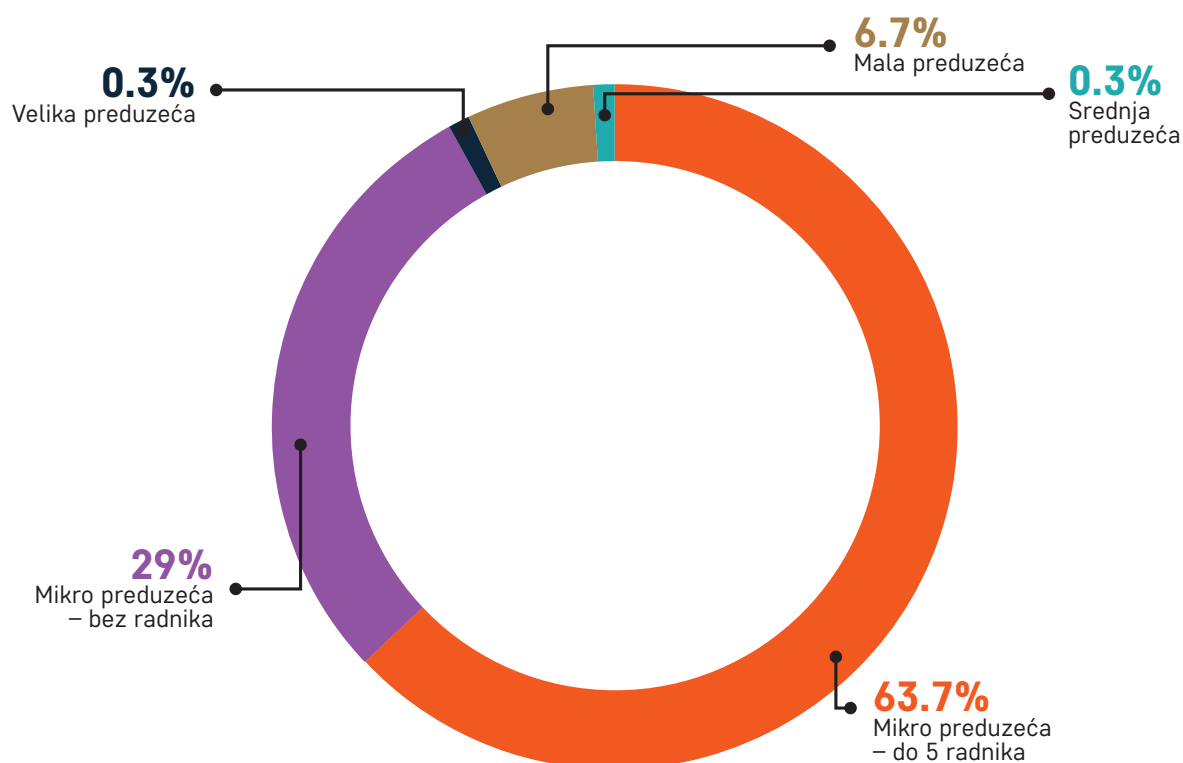
### 3.3. Pitanja radne snage preduzeća u vlasništvo žena

Žene preduzetnice su uglavnom vlasnice mikro i malih preduzeća. Od ukupnog broja od 313 anketiranih žena preduzetnica, ogromna većina poseduje mikro-preduzeća, od kojih 29% su biznisi bez radnika i skoro 64% su mikro-preduzeća do 5 radnika. Samo 7% anketiranih preduzeća su mala po veličini; jedna je veličine srednjeg preduzeća dok je drugo veliko preduzeće (0.3% pojedino) – u pogledu zaposlenika.

Ukupan broj zaposlenika anektiranih preduzeća, isključujući jedno veliko preduzeće sa 330 radnika, iznosi 656

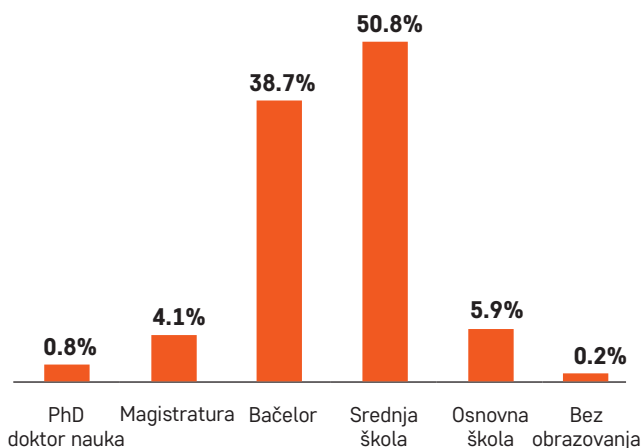
zaposlenih. Na osnovu toga, prosek iznosi nešto više od 2 radnika po preduzeću. Detaljnije analize što se tiče radne snage pokazuju da je većina radnika u anketiranim preduzećima ženskog roda. Od ukupnog broja od 659, 128 zapošljenika (odnosno 20%) su muškarci, i 528 (odnosno 80%) su žene. U pogledu obrazovanja, među zaposlenima većina ih ima završenu srednju školu ili fakultet. Ukupno gledano, nešto manje od 1% radnika koji su zapošljeni u preduzećima u vlasništvu žena ima PhD odnosno doktor nauka, oko 4% magistraturu, 39% diplomu fakulteta, najveći udeo – 51% ima diploma srednje škole, 6% sa završenom osnovnom školom, i samo 0.2% bez ikakvnog obrazovanja.

**FIG. 13 BROJ RADNIKA U PREDUZEĆIMA U VLASNIŠTVU ŽENA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

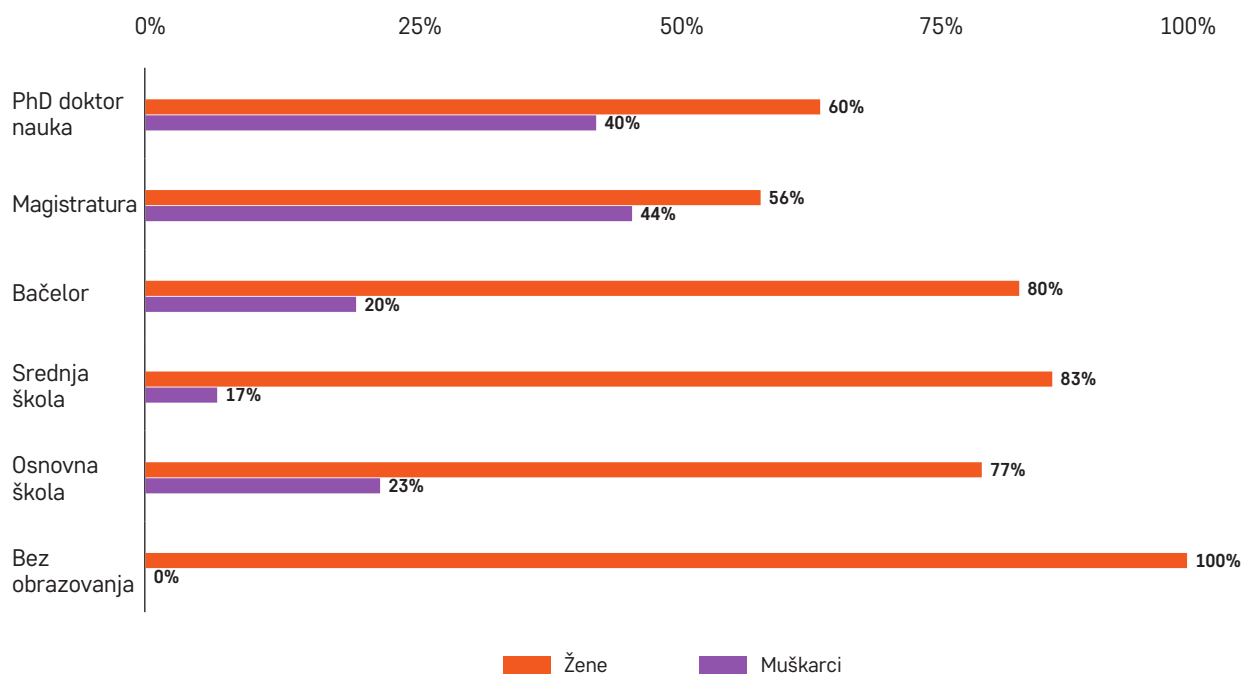
**FIG. 14 OBRAZOVNI NIVO RADNE SNAGE**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Međutim nesrazmeran broj žena zaposlenih u preduzećima u vlasništvu žena ne odražava istu razliku na nivou obrazovnih postignuća kadrova. Rodna analiza obrazovnih postignuća ukazuje da što je veći obrazovni nivou srazmerno je veći udeo muškaraca, čak iako je broj zaposlenih muškaraca u ova preduzeća relativno nizak. Primera radi, dok muškarci čine 20% ukupne radne snage u ovim preduzećima, udeo muškaraca sa završenom osnovnom i srednjom školom je 23% i 17%. Ovaj udeo je 20% za nosioce bačelor diploma u skladu sa ukupnim udeom zaposlenih muškaraca. Međutim udeo je udvostručen na 44% i 40% za nosioce titule magistrature i doktora nauke.

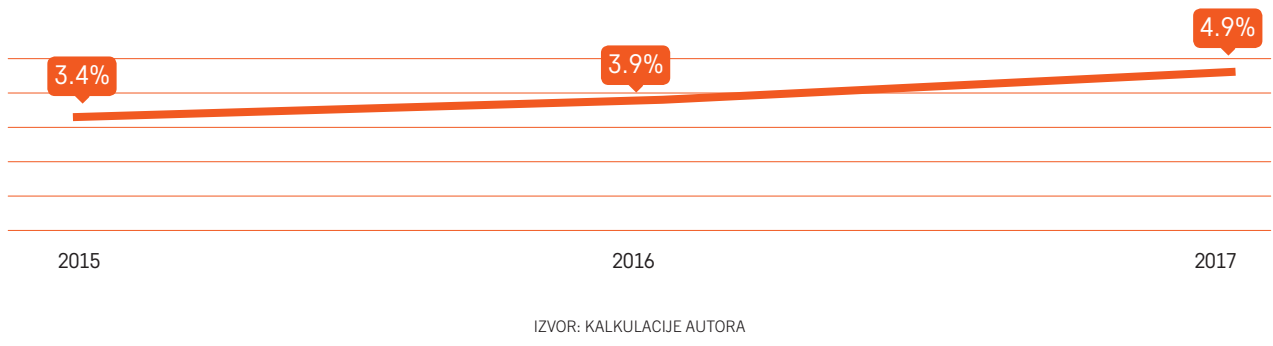
**FIG. 15 RODNA DIMENZIJA OBRAZOVNIH POSTIGNUĆA KADROVA**



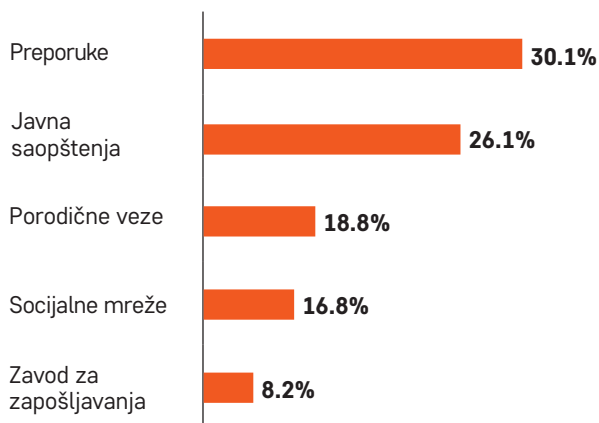
IZVOR: KALKULACIJE AUTORA



**FIG. 16 PROSEČAN BROJ ZAPOSLENIKA PREMA PREDUZEĆU KROZ GODINE**



**FIG. 17 METODE ZAPOSŁJAVANJA NOVIH RADNIKA**



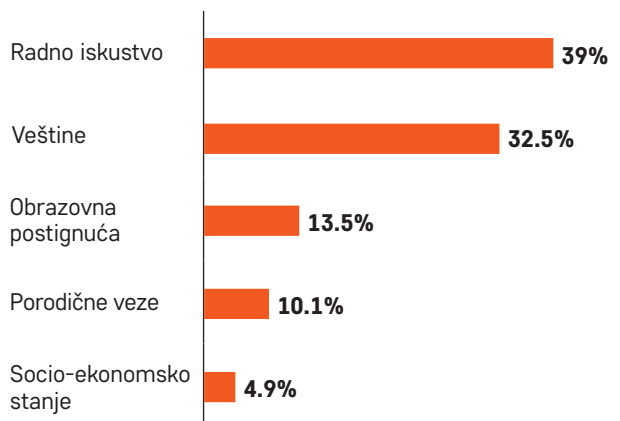
Uzevši u obzir nizak broj radne snage koji je zapošljen od strane preduzeća u vlasništvu žena, važno je analizirati trend zaposlenja dotičnih preduzeća kroz godine. Pozitivan trend ukazuje na povećani broj zaposlenika u preduzećima u vlasništvu žena, bilo ukupno ili prosečno. Međutim, ovaj porast u broju radnika uglavnom proisteče kao rezultat uzimanja radnika srednjih i velikih preduzeća, stoga ne podrazumeva stabilan rast unakrst cele dimenzije.

U pogledu metoda zapošljavanja novih radnika, većia preduzeća u vlasništvu žena oslanja se na preporukama prijatelja ili poslovnih parntera u 30% slučajaja, zatim javna saopštenja 26%, i porodične veze 19%. Sličan trend važi i za preduzeća u vlasništvu muškaraca, u kojima najučestalija metoda primanja radnika je preko preporuka, zatim porodičnih veza i javnih saopštenja na trećem mestu. Razlika između muškaraca i žena

stoji u važnosti porodičnih veza u pogledu regrutisanja, gde se muškarci više oslanjaju u ovoj metodi u poređenju s ženama.

Osim o metodama zapošljavanja, žene preduzetnice su anektirane i u pogledu kriterija koji se koriste za zapošljavanje novih radnika. Glavni kriterij koji se koristi za zapošljavanje je radno iskustvo, to jest 39% žena koristi ovaj kriterij za zapošljavanje kadrova, zatim veštine na drugom mestu prema važnosti sa 33% žena koje to tvrde. Obrazovna postignuća kao kriterij zapošljavanja navedena su samo u 13% slučajaja, praćeno porodičnim vezama sa 10%. Ovi kriteriji razlikuju se prema važnosti za preduzeća u vlasništvu muškaraca na Kosovu. Za muškarce, najvažniji kriterij uzimanja novih radnika je ozbiljnost socio-ekonomskog stanja aplikantata, praćeno porodičnim vezama i obrazovnim postignućima. Prethodno radno iskustvo kandidata i njihove sposobnosti i veštine rangira se među manje važne kriterije.

**FIG. 18 NAJVAŽNI KRITERIJ TOKOM PRIMANJA NOVIH RADNIKA**



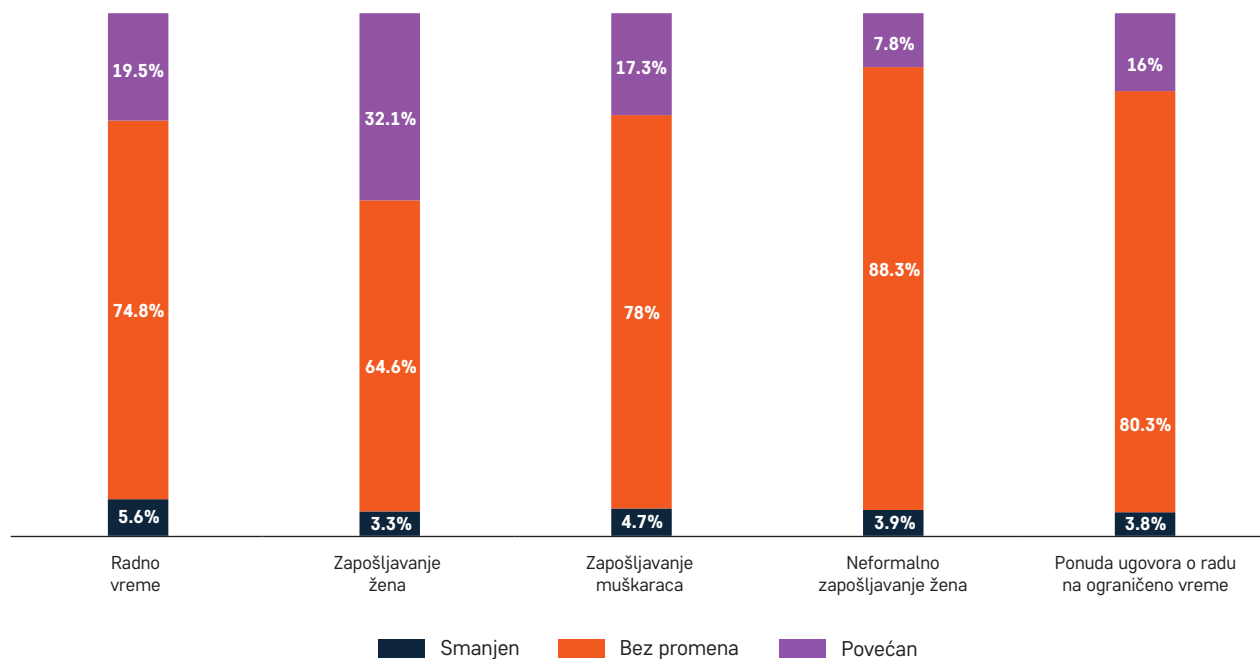
Gore naneta analiza pokazuje na važnu razliku postupaka primanja novih radnika između muškaraca i žena. Zvanični kriteriji za apliciranje u novo radno mesto, kao što je radno iskustvo i veštine kandidata zauzimaju važno mesto u preduzećima u vlasništvo žena, dok za apliciranje u preduzećima u vlasništvo muškaraca odnosi kriteriji su manje važni.

Pošto su žene preduzetnice navele radno iskustvo i veštine radne snage kao bitne kriterije za procese zapošljavanja, anektirane su i u vezi postupaka nadoknade od strane njihovih preduzeća, u poređenju s njihovom konkurencijom. Većina anketiranih žena preduzetnica, oko 86% tvrdi da je nivo naknade u njihovoj firmi sličan s nivoom konkurencije, 11% veruje da je nadoknada veća, dok 3% veruje da su radnici njihove konkurencije bole plaćeni. Procena nivoa zadovoljstva s radnom snagom, ukazuje da je većina žena zadovoljna sa radnom snagom, naime 32% žena su veoma zadovoljne dok 27% zadovoljne. Preostali deo, naime 31% niti su zadovoljne niti ne-

zadovoljne, i samo 11% su nezadovoljne s kvalitetom radnika sa tržišta rada. To pokazuje na dobru podudarnost očekivanja žena vlasnice preduzeća između zahteva i ponude tržišta rada, slika koja se takođe odražava na procenu nadoknade.

Međutim, dok nadoknada igra važnu ulogu u atraktivnosti radnog mesta, važno je takođe proceniti radne uslove prema Zakonu u radu u dotičnim kompanijama. Zapravo do koje mere je Zakon o radu primenjen od strane njihove konkurencije, u poređenju s muškarcima, žene tvrde da se manje poštuje. Oko 6% žena veruje da se dotičan zakon uopšte ne poštuje od strane njihove konkurencije, u poređenju sa samo 2% istomišljenika muškog roda. Šta više, 12% žena veruje da se Zakon retko poštuje i 40% veruje da se Zakon do neke mere poštuje, u poređenju sa 10 do 32% muškaraca. Međutim, 22% veruje da se Zakon skoro sve vreme poštuje, dok 20% veruje da se Zakon uvek poštuje, u poređenju sa 18% do 26% istomišljenika muškog roda.

**FIG. 19 UČINAK ZAKONA O RADU**

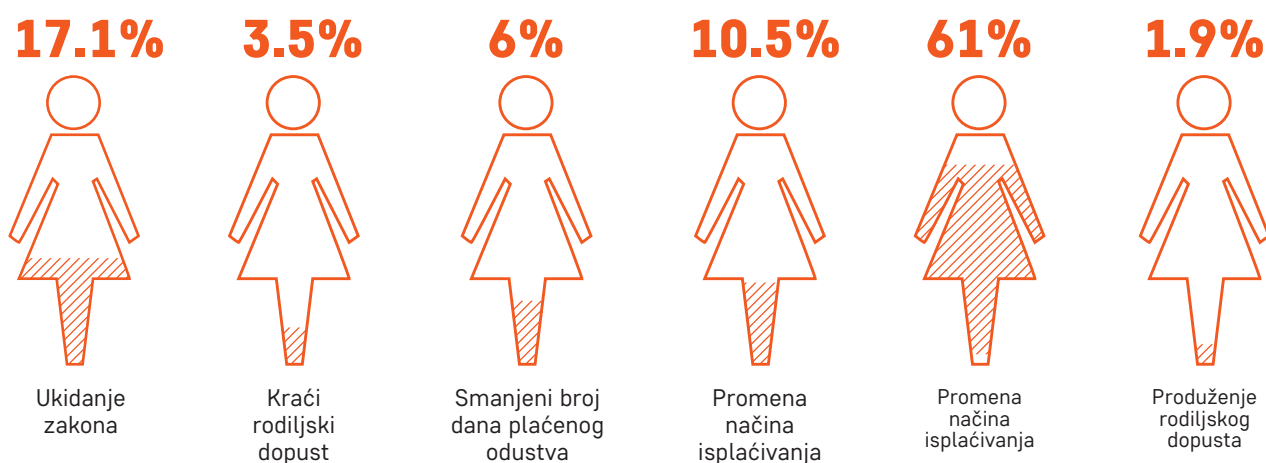


IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Zakon o radu, iako se smatra da se poštuje manje nego poželjno, igra važnu ulogu u radnim uslovima privatnog sektora. Žene preduzetnice su anektirane o proceni učinka Zakona o radu u različitim poslovnim gledištima u okviru dotičnog sektora operacija. Većina žena tvrdi da Zakon nije promenio nikakav aspekt rada. Međutim, vredi napomenuti da 32% žena preduzetnice veruje da je Zakon o radu povećao broj zaposlenih žena u njihovom sektoru. Drugi važan nalaz odnosi se na 16% žena koje veruju da je Zakon takođe povećao ponudu ugovora o radu na određeno vreme.

Premda nema većih promena, žene veruju da je Zakon nametnut radnim uslovima, s obzirom na određene odredbe zakona koje su trenutno subjekat izmena i dopuna, od žena preduzetnica se zatražilo da procene to šta bi trebalo biti izmenjeno i dopunjeno u dotičnom zakonu. Većina žena, naime dve u tri veruje da nisu potrebno nikakve izmene niti dopune dotičnog zakona. Preostali deo žena, odnosno 17% veruje da zakon treba biti potpuno ukinut, 10% veruje da način isplaćivanja zaposlenika treba biti promenjen, 6% žele smanjene plaćenog odsustva, 3% radije bi skratile roditeljski dopust, i 2% žele produžiti roditeljski dopust.

**FIG. 20 PREDLOŽENE IZMENE I DOPUNE ZAKONA O RADU**



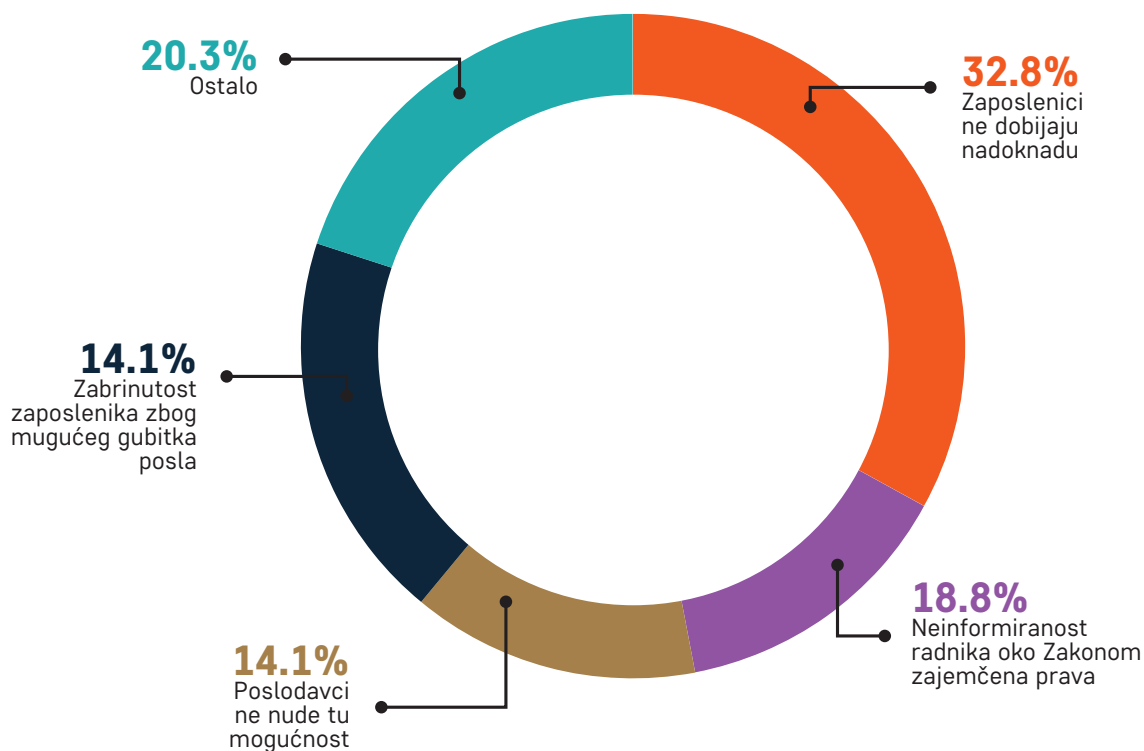
IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Jedna od najvažnijih pitanja koja su trenutno podvrgnuta promenama i izmenama Zakona u radu, je odredba o roditeljskom dopustu, koja treba biti dopunjena s više zakonske osnove rodne ravnopravnosti za roditelje tokom roditeljskom odsustva, naime majčinstva i očinstva. Jedan važan korak u tome je promena u trajanju roditeljskog dopusta, prilagođavajući potencijal majčinstva i očinstva. Prema trenutnoj odredi, Zakonom se određuje 12-mesečni roditeljski dopust odnosno majčinstva, od kojih su 6 isplaćena od strane poslodavca, 3 od strane države, i 3 meseca neplaćenog odsustva. Očekivanja žena preduzetnica su veoma važna u ovom pogledu, usled činjenice da se ne njih utiče sa obe strane gledišta – to jest u ulozi majke s potencijalom majčinstva, i istodobno kao poslodavkinje koje trebaju obezbediti dopust svojim kadrovima. U pogledu trajanja roditeljskog dopusta, prosečno gledano, žene preduzetnice misle da bi dopust trebao trajati oko 7 meseci i 2 nedelje.

Unakrsno povezivajući vreme roditeljskog dopusta zaposlenih žena, s odgovorima anekte Instituta Riinvest u prethodnoj

studiji, odnosno vreme se preklapa, uzevši u obzir da žene koje su zaposlene u privatnom sektoru, unakrst Kosova, prosečno dobijaju 7 meseci i 3 nedelje dopusta majčinstva. Međutim, u pogledu implementacije odredba roditeljskog dopusta, oko 64% anektiranih žena vlasnice preduzeća veruje da radnici koji su zapošljeni od njihove konkurencije ne uživaju Zakonom zajamčeno pravo roditeljskog dopusta. Samo 37% veruje da uzimaju dopust majčinstva, s prosekom trajanja od 7 meseci. Od žena vlasnice preduzeća koje tvrde da radnici njihove konkurencije ne uživaju majčinski dopust, zatraženo je da izvrše procenu razloga iza tih slučajeva. Kao najčešći problemi u vezi roditeljskog dopusta jesu činjenice neplaćenog dopusta majčinstva, nedostatak informacija zaposlenika u vezi zakonskih odredbi dopusta majčinstva, i zabrinutost radnika o eventualnom gubitku radnog mesta, i da poslodavci ne nude takvu mogućnost njihovim kadrovima. Ovo je zabrinjavajuća situacija, s obzirom da očitno ukazuje na nepoštovanje i nesprovođenje Zakona o radu, šta vodi do nepravičnog tretiranja zaposlenih žena.

**FIG. 21 RAZLOG ZAŠTO ZAPOSLENICI NE TRAŽE RODILJSKI DOPUST**



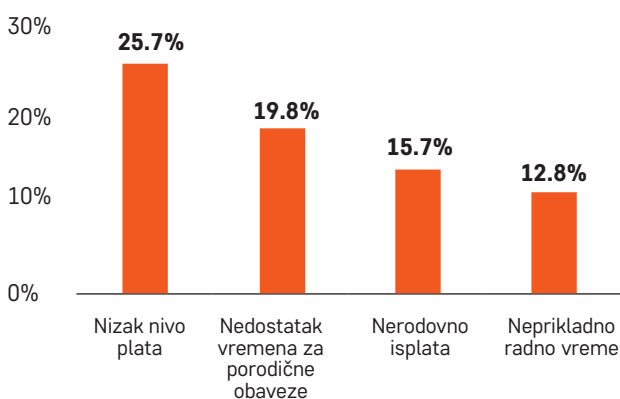
IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Međutim, čak i sa niskim nivoom verovanja da njihova konkurencija omogućuje njihovim kadrovima roditeljski dopust, više od 86% žena preduzetnice veruje da osim majčinstva Zakon treba zajemčiti pravo očinstva. Preostalih 14% ne slaže se s tim. Visoki nivo usaglašenosti između žena preduzetnice o pravu očinstva pokazuje na pozitivan korak spram realizacije toga prava. Šta više, četiri od pet žena preduzetnice su izrazile spremnost nadoknađivanja muškaraca tokom dopusta očinstva. U stvari, jedna od anketiranih vlasnica preduzeća je ličnom inicijativom dala plaćeni dopust očinstva svojim kadrovima, iako i dalje Zakonom taj dopust nije određen.

U skladu sa radnim uslovima koji se nude od strane dotičnih preduzeća, žene preduzetnice su anketirane u vezi razloga zašto žene daju otkaz sa radnog mesta sličnih preduzeća. U vezi najvećih barijera radnog mesta koje su rangirane od strane zaposlenih žena visoki nivo zauzima niski nivo plate, žene preduzetnice veruju da je taj glavni razlog zašto žene napuštaju posao sa sličnih preduzeća. Zatim sledi nedostatak vremena za porodične obaveze, neredovno isplaćivanje, i nedostatak fleksibilnog radnog vremena – sve se barijere karakterišu kao veoma problematične od strane

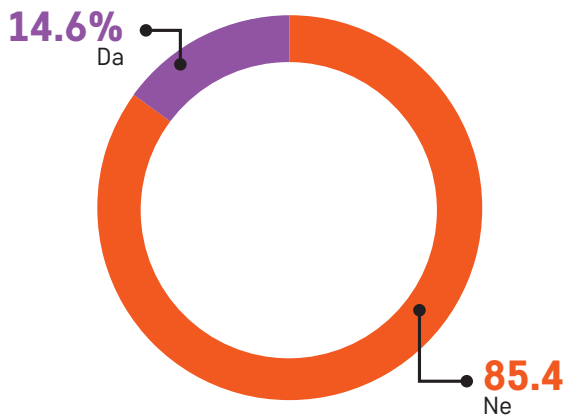
zaposlenih žena. Šta više, naj složenije problem s kojim se žene suočavaju tokom rada u privatnom sektoru – ugovor o radu ne neodređeno vreme – je takođe veoma očit u ovoj anketi, gde je prosečno trajanje ugovora o radu u preduzećima u vlasništvo žena kraći od godinu dana.

**FIG. 22 GLAVNI UZROCI ZAŠTO ŽENE NAPUŠTAJU POSAO**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

**FIG. 23 UDEO ŽENA KOJE SU DOBILE KREDIT U 2016 GODINI**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

### 3.4. Finansiranje

Kosovska preduzeća osim ostalih brojnih izazova, suočavaju se s poteškoćama poslovnog finansiranja. Prema tome, finansiranje preduzeća odnosno biznisa Kosova podržava se ili preko porodice, doznaka iz dijaspore, ili finansijske podrške donatora. S obzirom da je većina preduzeća Kosova mikro i male veličine, njihovi kapaciteti su takođe veoma ograničeni. Portfolio za mikro i mala preduzeća je ograničen u komercijalnim bankama Kosova, deo koji se može obrazložiti s niskim nivoom investicija u biznise u vlasništvo žena, posebno kapitalnih investicija koje zahtevaju visoki nivo finansijskih obaveza. Dodatno tome, relativno visoke stope interesa, vodile su biznise do traženja alternativnih načina finansiranja njihovih preduzeća koji nisu tako skupi, kao što je predujam rodbine i prijatelja.

Podatci ove anekthe ukazuju da žene vlasnice preduzeća traže finansiranje njihovog biznisa preko kredita. Iza toga stoje par razloga, ipak glavna prepreka su troškovi finansiranja. Samo oko 15% intervjuisanih preduzetnica potvrđuju da su tokom 2016 aplicirale i dobile kredit sa komercijalnih banaka na Kosovu. Kao što je prethodno izjavljeno od strane relevantnih insitucija Kosova, drugo problematično pitanje je nedostatak finansiranja start-up preduzeća od strane banaka. Preduzeća Kosova i dalje uzimaju u obziru druge finansijske izvore za ulazak na tržištu. Zatim problematično pitanje predstavlja i nedostatak podrške relevantnih vladinih institucija za start-up preduzeća i motivisanje žena za razvoj uspešnog i održivog biznisa.

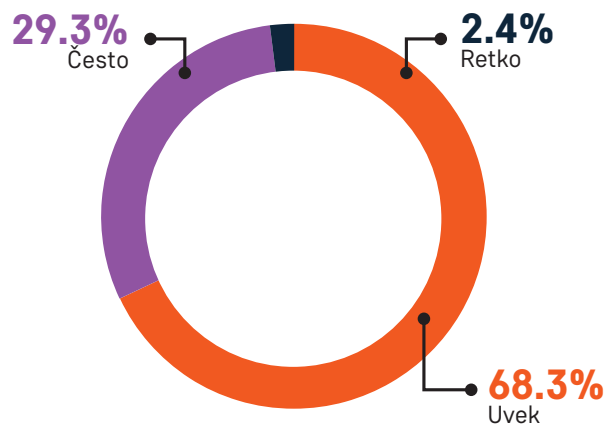
Uprkos činjenici da se svi biznisi Kosova suočavaju s problemom gotovinskog prometa i finansijske stabilnosti, rezultati

ove anekthe pružaju uvid u specifične finansijske probleme s kojima se žene suočavaju. Oko 85% anektiranih preduzeća ove studije nisu iskoristile mogućnost sticanja kredita sa komercijalnih banaka. Stoga, preduzeća u vlasništvu žena zastupaju samo simboličan udeo zahteva za kredit.

Sektori i veličina u kojima deluju preduzeća u vlasništvu žena, u većini slučajeva, ne zahtevaju substancijalne investicije osim početnog kapitala za pokretanje biznisa. Stoga jedno statističko obeležnje obrazloženja niskog broja podnošenja zahteva za kredit od strane preduzeća u vlasništvu žena odnosi se na veličinu firme, drugi faktor je sektor operacija. Šta više, veličina firme takođe sugerise na nevoljnost zahteva za kredit od strane preduzetnica, s obzirom na visoku verovatnoću odbijanja zbog visokog opaženog rizika u emitovanju zajma mikro preduzećima. Relevantnost dobrog kreditnog rejtinga tokom poslovanja može uticati na pristup averzije prema riziku preduzetnica u podnošenju zahteva za kredit. Ova moguća objašnjenja u vezi niskog nivoa zahteva za kredit od strane žena preduzetnica, u kombinaciju njihove potencijalne averzije prema riziku, rezultira na samo-selektivni proces žena koje dobijaju zajam. Značajno visoki broj (68%) žena preduzetnica koje tvrde da su uvek i pravovremeno uspele isplatiti njihove rate kredita takođe dele isto mišljenje. S druge strane oko 2% preduzeća ove anekthe naglašavaju na poteškoće pravovremene isplate rate kredita.

Uprkos činjenici veoma malog broja zahteva za kredit od strane žena preduzetnica, samo oko 7% anektiranih žena preduzetnica tvrde da je njihov zahtev za kredit odbijen od strane banaka.

**FIG. 24 UČESTALOST PRAVOVREMENE ISPLATE RATE KREDITA**



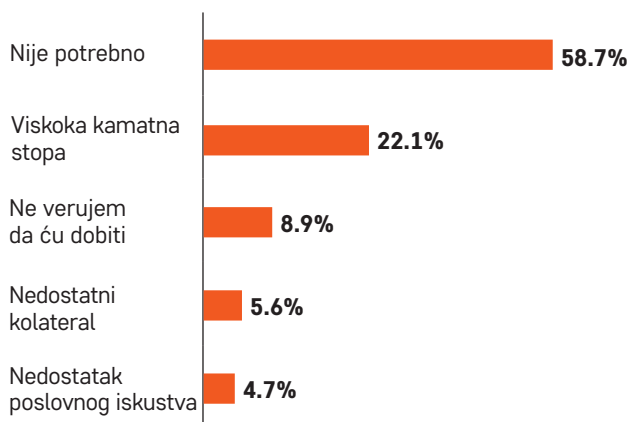
IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Isključujući slučaje kada preduzetnicima nije potreban kredit (59%), jedan od razloga zašto nisu podnele zahtev za kredit jeste visoka kamatna stopa (22%). Nedostatak poverenja je drugi razlog zašto preduzetnice ne traže kredit, naročito 9% žena preduzetnice tvrde da ne veruju da bi njihov zahtev za kredit bio odobren; oko 6% usled nedostatnog kolaterala i oko 5% zbog nedostatka poslovnog iskustva. Rashodi finansiranja od strane banke, s veoma strogim kriterijima komercijalnih banaka o pokriću rizika za kredit, igra važnu ulogu na niskom nivou finansiranja žena preduzetnica preko komercijalnih banaka.

Situacija je slična i kada je reč o šemama finansijske podrške, grantova i subvencija bilo od strane banaka, vlade ili zajednice donatora. Samo oko 15% intervjuisanih preduzeća su aplicirali za gore nanete mogućnosti finansijske podrške. U okviru tih preduzeća koja su aplicirale i koje su dobile šeme finansijske podrške vlade, donatora ili banaka, većina (89%) potvrđuje pozitivan učinak grant/subvencija na njihovim delatnostima.

Oko 85% anektiranih žena preduzetnica tvrde da nisu aplicirale za bilo koju vrstu šeme finansijske podrške. Nedostatak informacija o takvim mogućnostima svrstava pod glavnim razlozima zašto preduzetnice nisu aplicirale (60%), zatim nedostatak poverenja u odnosne šeme (26%) i nedostatak neophodne dokumentacije za popunjavanje aplikacije (5%).

**FIG. 25 RAZLOZI ZAŠTO PREDUZETNICE NE TRAŽE KOMERCIJALNI ZAJAM**

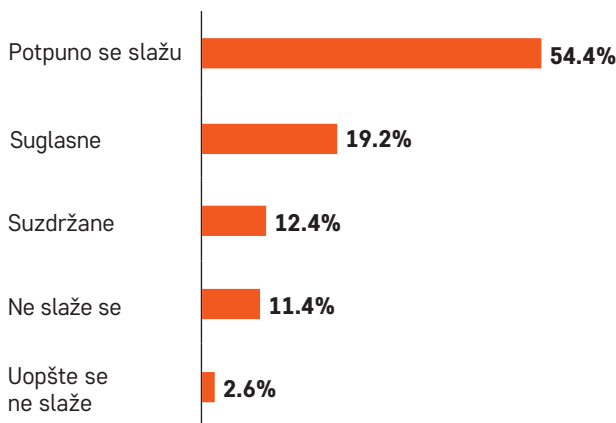


IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

### 3.5. Fiskalni problemi

Uprkos raznih pokušaja za poboljšanje poslovne sredine na Kosovu, kao i posvećenosti institucija za rodnu ravnopravnost, žene na Kosovu i dalje se suočavaju sa specifičnim rodnim barijerama u vođenju biznisa. Slično Figuri 26, percepcija zakonskog okvira Kosova o diskriminacije preduzeća u vlasništvu žena je veoma niska. Više od polovine žena preduzetnica su izjavile da se potpuno slaže sa izjavom "tretirana sam od pravnog sistema na istom načinu kao i muški preduzetnici". Samo oko 3% žena su snažno ubeđene da je Kosovski pravni sistem rodno diskriminirajući.

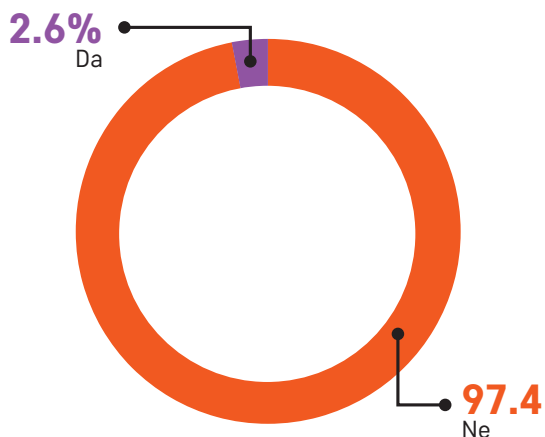
**FIG. 26 SUGLASNE "TRETIRANA SAM OD PRAVNOG SISTEMA NA ISTOM NAČINU KAO I MUŠKI PREDUZETNICI"**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

“ Za preduzeća u vlasništvu žena srednji nivo prijavljenih prodaja je 60%, u poređenju sa 70% za preduzeća u vlasništvu muškaraca

**FIG. 27 DA LI SE IKADA OD VAS TRAJIO MITO OD STRANE JAVNIH SLUŽBENIKA?**

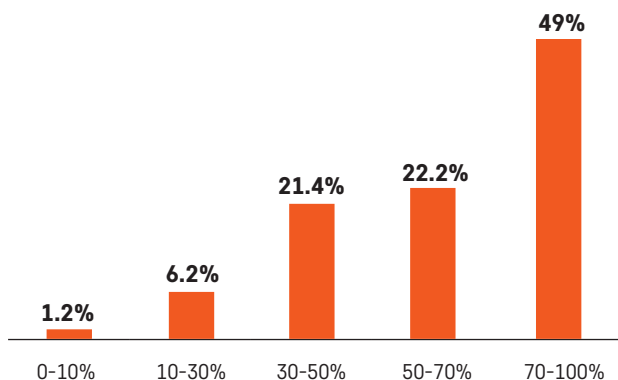


IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

S obzirom da su korupcija i utaja poreza veoma osetljiva pitanja, ova anketa je primenila metodu indirektnog anektiranja preduzetnica da bi procenili gledišta o gore nanetim fenomenima, preko pitanja u pogledu konkurentskih firmi u dotičnoj poslovnoj liniji. Ova metoda je dokazana veoma prikladnom za sticanje podataka sa kompanija koje pružaju realni pregled situacije.

Kao fenomen koji sprečava razvoj i rast biznisa, korupcija jednako utiče na muški i ženski rod. Oko 39% žena tvrdi da su korupcijske delatnosti kao što je davanje mito poklona i nezakonitih isplata deo svakodnevnih operacija. Na osnovu procena poslovne zajednice ove se usluge traže počevši od carinika, službenika poreske administracije do državnih ustanova i to ponajviše kada se radi o izdavanju dozvola ili standardizacije.

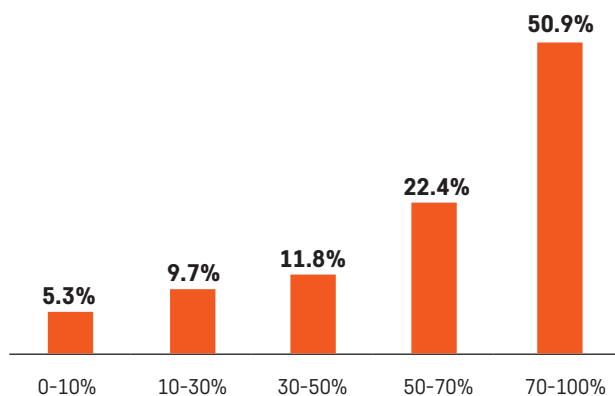
**FIG. 28 POSTOTAK PRIJAVLJIVANJA PROMETA ZA OPOREZIVANJE**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Samo mali broj preduzeća (3%) tvrdi da se od njih direktno tražio mito od strane državnih vlasti. Oko 97% anketiranih žena tvrdi da se mito nikada od njih nije zatražio. Međutim ispada kontroverzno s obzirom na činjenicu da oko 39% žena tvrde da mito negativno utiče na njihovim delatnostima. Prema tome u ovom pogledu postoje tri moguća objašnjenja: a) ili biznisi ne govore otvoreno oko korupcije, posebno oko korupcije u kojoj su direktno upleteni, i na osnovu toga pristaju da je korupcija normalan način poslovanja; b) korupcija kao instrument za postizanje bolje konkurentnosti, eliminisajući barijere, ubrzavajući postupke, ili poboljšavajući tržišni položaj; ili c) postoji visoko opažanje korupcije od strane javnog mnjenja, neretko podstaknuto javnim medijama i javnim izjavama.

**FIG. 29 POSTOTAK PRIJAVLJENIH ZAPOSLENIKA ZA OPOREZIVANJE**



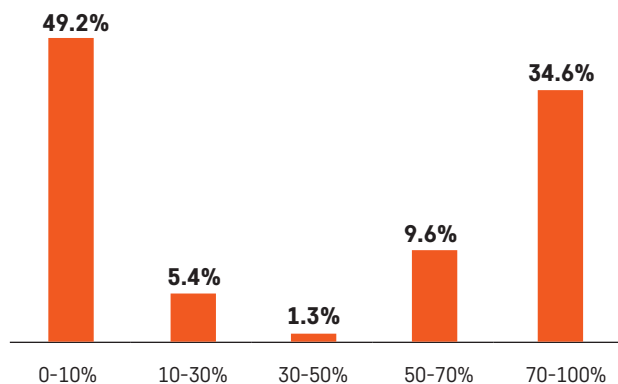
IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

U vezi procene postotka oporezivanja godišnjih prodaja od strane konkurentskih firmi, 49% intervjuisanih žena preduzetnica veruje da njihova konkurencija prijavljuje godišnju prodaju za oporezivanje između 70% i 100%. Ostali deo od 22% veruje da njihova konkurencija prijavljuje godišnju prodaju za oporezivanje između 50 i 70%. Vredi napomenuti činjenicu da samo 1% anketiranih žena preduzetnica misle da njihova konkurencija prijavljuje godišnju prodaju za oporezivanje manje od 10%. U poređenju s muškim kolegama, žene vlasnice preduzeća izgleda da manje prijavljuju njihove prodaje za oporezivanje, za oko 10%.

Slična situacija procenjena je u pogledu prijave zaposlenika. Oko 51% veruje da firme dotičnog sektora prijavljuju svoje zaposlenike između 70 i 100%, 22% misle da konkurentske firme prijavljuju svoje zaposlenike između 50 i 70% u poreskoj upravi, dok 5% veruje da samo do 10% zaposlenika su prijavljeni od strane njihove konkurencije. Takođe u ovom pogledu, žene vlasnice preduzeća 10% prijavljuju manje svoje zaposlenike za svrhe oporezivanja u poređenju s muškim kolegama.

U pogledu isplate preko banke, oko 35% žena vlasnice preduzeća tvrde da su njihovi zaposlenici isplaćeni 70 do 100% preko bankarskih transakcija. S druge strane, nešto više od 49% preduzetnica, priznaje da je mesečna plata izvršena preko bankarskih transakcija samo za 10% njihovih zaposlenika, naglašavajući visoki nivo neformalnosti na tržištu rada.

**FIG. 30 POSTOTAK ISPLATE ZAPOSLENIKA PREKO BANKARSKIH TRANSAKCIJA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

### 3.6. Barijere vezana za poslovanje

Na Kosovu, društvene predrasude suštinski su neki od glavnih obehtrabajućih faktora žena u poslovanju, posebno žena koje žive i rade u ruralnim oblastima. Međutim, specifične barijere koje utiču na poslovnu zajednicu, uopšte gledano na Kosovu, naročito nad ženama, trebaju biti detaljno analizirane da bi imali bolje razumevanje tih problema. Ova sekcija obezbeđuje analizu barijera rangirane prema tvrdnjama žena vlasnice preduzeća na Kosovu.

Da bi identifikovali barijere, anketa 313 žena preduzetnica unakrst Kosova nastoji ispitati ozbiljnost 27 potencijalnih barijera za razvoj preduzeća kao i novo formiranih start-up preduzeća u vlasništvo žena. Anketirane žene preduzetnice su procenile odnosne barijere u pogledu njihovog intenziteta. Dakle intenzitet za svaku barijeru varira od minimalnih 20 do 100 bodovanja, gde visoki intenzitet ukazuje na veći nivo negativnog učinka na samo poslovanje.

Pod tri najvećim barijerama koje su anektirane preduzetnice svrstale spadaju, stopa poreza, malo tržište, kao i administrativni teret, s istim intenzitetom iznad 50 bodova. Specifičnije rečeno, radi komparativne svrhe odnosnih barijera, kao i barijera rangirane od strane muških preduzetnika, dotične barijere biće grupisane u fiskalnim preprekama, finansijskim barijerama, tržišnim barijerama, zatim u barijere

neformalnosti, i barijere koje su specifične za preduzeća u vlasništvu žena.

#### 3.6.1 Fiskalne prepreke

U fiskalnim preprekama spadaju stopa poreza, efikasnost poreske administracije, i carine Kosova – zapravo visoke carinske tarife. Barijera koja je naznačena od strane preduzetnica kao naj-problematičnija barijera, uopšte gledano, jeste visoka stopa poreza, s intenzitetom od 55.6 bodova. Ova barijera smatra se naj-ozbiljnijom takođe od strane muških preduzetnika, s intenzitetom od 57.3 bodova. Problematiku efikasnosti poreske administracije, preduzetnice ocenjuju je intenzitetom od 41.4 bodova, u poređenju s 53.8 bodova od strane muškaraca. Na kraju, carine Kosova, ocenjuju se od preduzetnica intenzitetom od 35.0 bodova, u poređenju sa 47.0 bodova od strane muškaraca.

#### 3.6.2 Finansijske barijere

Barijere u ovoj grupi obuhvataju administrativni teret, rashode finansiranja, pristup kreditima i povrat duga. Od gore nanetih barijera, preduzetnice ocenjuju administrativni teret kao najveću barijeru sa intenzitetom od 51.0 bodova. Ova barijera smatra se veoma problematičnom i od strane preduzetnika, sa intenzitetom od 54.3 bodova. U drugoj po ozbiljnosti barijera spadaju rashodi finansiranja sa intenzitetom od 45.8 bodova, dok za razilu od preduzetnica muški preduzetnici ocenjuju ovu barijeru sa intenzitetom od 56.8 bodova. Šta više, pristup kreditima i povrat duga, ocenjuje sa intenzitetom 40.2 odnosno 39.6 bodova od strane preduzetnica. Obe barijere su takođe veoma ozbiljne i za muške preduzetnike.

#### 3.6.3 Tržišne barijere

Barijere ovog grupisanja odnose se na malo tržište – odnosno niski lokalni zahtev, pristup novom tržištu, pristup surovom materijalu, pogonskim sredstavima i postrojenjima, kao i pristup informacijama i poslovnim uslugama. Malo tržište Kosova, rezultirajući na nisku lokalnu potražnju dobara i usluge smatra se najvećom barijerom od strane svih preduzeća. Za žene vlasnice preduzeća, ova barijera rangira se sa intenzitetom od 52.6 bodova (druga po intenzitetu najveća prepreka), dok istomišljenici muškoga roda ocenjuju ovu barijeru poslovanja sa intenzitetom od 61.3 bodova. Vredi napomenuti da ova barijera ne može biti odstranjena odnosno ublažena, s obzirom da se veličina tržišta Kosova uopšte ne menja tokom nekoliko godina, međutim jedna mogućnost rešavanja problematike niskog zahteva je izvoz i pristup novim tržištima. Unatoč tome, pristup novim tržištima takođe se smatra nelakim od strane žena preduzetnica, ocenjujući ovu barijeru sa 46.4 bodova. U pogledu nabavke surovog materijala, pogonskih sredstava i postrojenja, pre-



duzetnice ocenjuju ovu barijeru sa intenzitetom od 42.0 bodova, zapravo slično ocenivanje vrše i muški preduzetnici. Na kraju, preduzetnice smatraju da je pristup informacijama i poslovnim uslugama relativno niska prepreka, sa intenzitetom od 34.0 bodova.

### 3.6.4 Barijere koje se odnose na nelojalnu konkurenciju

S obzirom na visoki nivo percepcije oko neformalnosti na Kosovu, važno je analizirati percepciju poslovanja na Kosovu u vezi specifičnih barijera ove grupe. Pod tim barijerama spadaju utaja poreza i neformalnost, korupcija kao i reketiranje. Žene vlasnice preduzeća tvrde da je utaja poreza i neformalnost – uključujući nelojalnu konkurenciju, u celini relativno velika prepreka, sa intenzitetom od 44.8 bodova, za razliku od muškaraca sa intenzitetom od 57.0 bodova. Korupciju žene preduzetnice ocenjuju na nižu skalu barijere sa samo 36.6 bodova. Dok muški preduzetnici ocenjuju ovu barijeru kao drugu najveću sa intenzitetom od 58.9 bodova. Na kraju reketiranje kao barijera ocenjuje se kao najniža u ovoj grupi od strane preduzetnica, sa intenzitetom od 33.4 bodova za razliku od muškaraca sa 47.3 bodova. Ovi raskoraci u pogledu ocenjivanja barijera ove grupe između muškaraca i žena ukazuju na dve važne razlike. Kao prvo, žene kao vlasnice manjih preduzeća, retko ili nikada, učestvuju u javnim nabavkama ili traženju izvoznih mogućnosti, pri čemu bi se najverovatnije izložile ovim barijerama. Kao drugo, u skladu sa literaturom i očekivanjima, žene preduzetnice naj verovatnije neće same učestvovati u nelojalnim poslovnim postupcima, otuda i dolazi opšta percepcija u pogledu ovih pitanja.

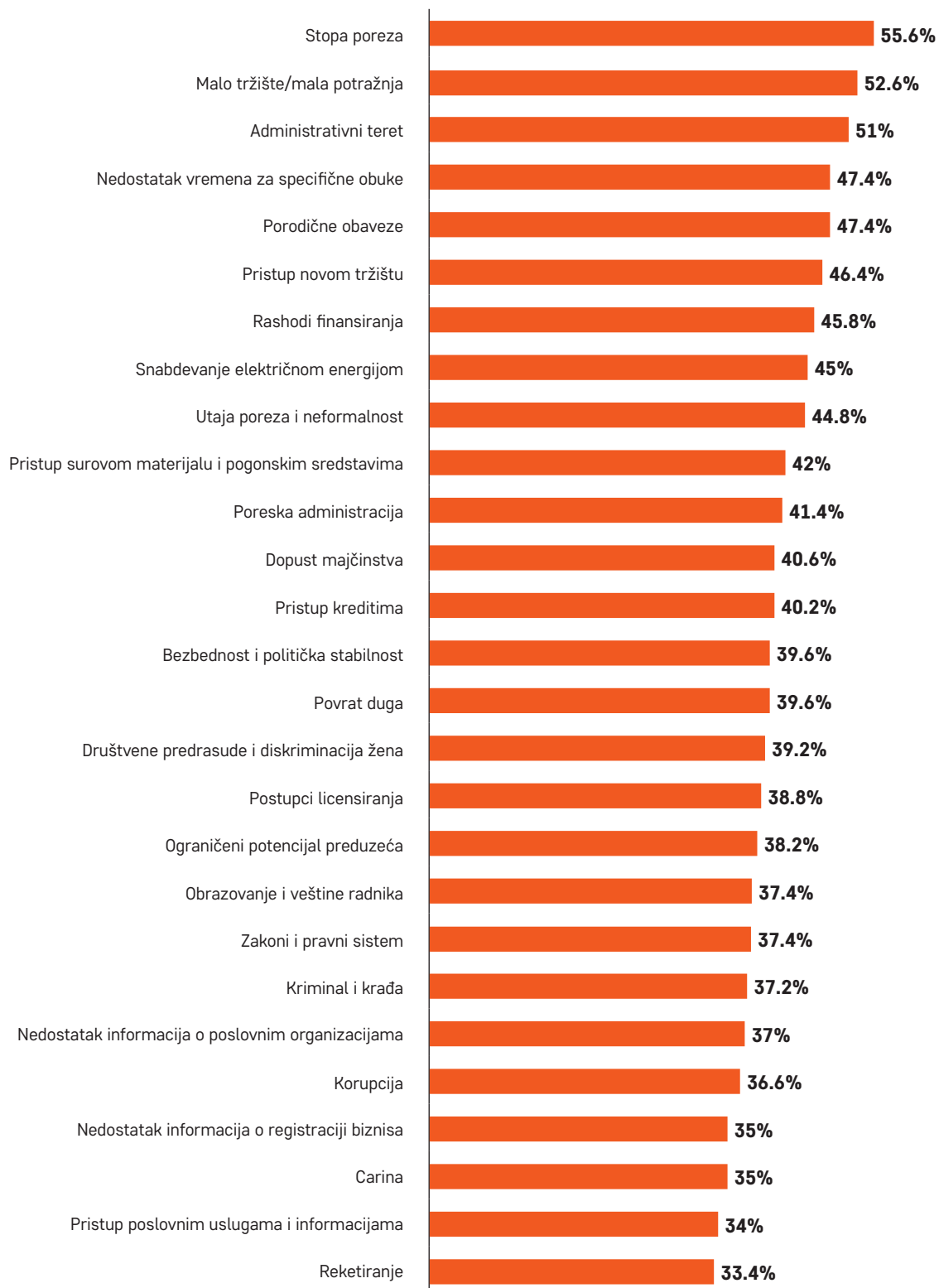
### 3.6.5 Barijere koje su specifične za preduzeća u vlasništvu žena

Osim opštih poslovnih barijera s kojima se žene suočavaju, one se takođe ometaju od specifičnih problema koji proizlaze sa društveno-kulturnih normi na Kosovu. Da bi ocenili dodatne barijere s kojima se žene suočavaju na tržištu, anekta je vođena oko tih problema koji veoma često specifično utiču nad žene, to jest ograničenja usled porodičnih obaveza, nedostatak vremena za specifične obuke, dopust majčinstva, kao i društvene predrasude i rodna diskriminacija. Najveća prepreka ove kategorije, uzgred rečeno četvrta najveća prepreka uopšte gledano, predstavlja ograničenje s kojima se žene suočavaju tokom njihovih poslovnih delatnosti usled porodičnih odgovornosti, sa intenzitetom od 47.4 bodova. Sledi, nedostatak vremena za pohađanje specifičnih obuka, koja takođe spada u četvrtu prepreku, generalno gledano, sa istim intenzitetom bodovanja. Dopust majčinstva predstavlja relativno problematičnu prepreku, sa intenzitetom od 40.6 bodova. Na kraju, društvene predrasude i rodna diskriminacija ocenjuju se sa intenzitetom od 39.2 bodova. S obzirom da vođenje biznisa zahteva angažovanja van redovnog radnog vremena, dok prema zadnjoj studiji institute Riinvest otkriva se da žene koje rade posao sa punim radnim vremenom sprovode dodatna 3 sata na kućnim poslovima, vidimo da nedostatak vremena veoma često utiče na potrazi ekonomskog osnaživanja. Međutim, ove četiri barijere ocenjene su umerenim intenzitetom, šta dokazuje da uprkos velikih tereta, žene su i dalje ustrajne u obavljanju njihovih ekonomskih delatnosti.



Tri glavne barijere za poslovanje ženskih preduzetnika su stopa poreza, malo tržište, kao i administrativni teret

**FIG. 31 BARIJERE VEZANA ZA POSLOVANJE**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

### 3.7. Društveno-kulturni aspekti u vezi žena preduzetnica

Uzimajući u obzir društveno-kulturni mentalitet Kosova, žene preduzetnice suočavaju se sa dodatnim barijerama tržišta koji je mahom dominiran od strane muškaraca. Da bi procenili do koje mere ova društvena i kulturna očekivanja utiču na njihov biznis, žene preduzetnice anektirane su u vezi njihove uloge na tržištu, njihovih veza sa poslovnim partnerima i drugim poslovnim saradnicima, kao i u vezi društvene i porodične podrške.

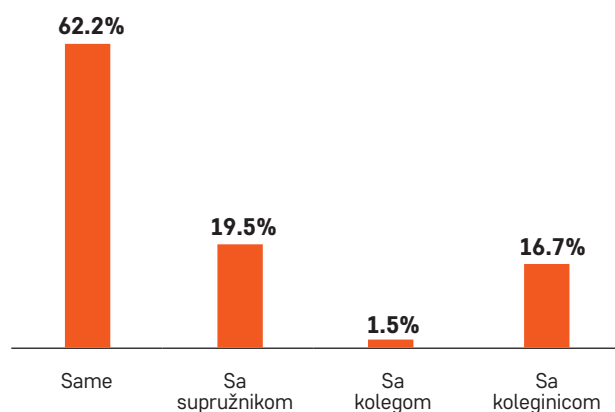
U zemljama u razvoju, naročito kada je reč o poslovnim pregovorima i sastancima sa stranim strankama, usled značajnog nedostatka poštovanja, žene često nerado učestvuju u takvim sastancima i sklapanju ugovora, pošto veoma često se ne shvataju ozbiljno od pregovornih stranaka. Da bi ocenili ovaj fenomen na Kosovu, žene preduzetnice su anektirane u vezi učestvovanja u sastancima, naime da li same ili s drugim osobama učestvuju u sastancima, bilo da je reč o sastanku sa relevantnim institucijama, ili poslovnim strankama. Dotična pitanja daju iste odgovore. Većina žena, naime 62% same učestvuju u takvim sastancima, oko 20% sa supružnikom, i skoro 17% zajedno sa kolegicom.

Premda visoki broj žena same učestvuje u ovim vrstama sastanka, s druge strane visoki broj žena koje zajedno sa supružnikom učestvuju u ovim sastancima i dalje ostaje kao problematično pitanje, s obzirom da možda nagoveštava na očekivanja pregovorne stranke kada je reč o susretu sa ženama preduzetnice, ali osim toga ovo je duboko ukorenjeno ubeđenje, pošto 1 od 5 žena veruje da im je potrebna podrška supružnika u vođenju takvih poslovnih sastanka.

Šta više, 93% ovih preduzeća nisu članovi poslovnih asocijacija ili privredne komore. Preduzeća koja učestvuju u takvim strukturama, mahom su članovi specijaliziranih asocijacija – u skladu sa specifičnim profilom njihovih poslovnih delatnosti.

Da bi dalje procenili društvene barijere s kojima se žene suočavaju u poslovnom sektoru, anketa je vođena oko potencijalno diskriminirajućih mera s kojima se suočavaju. Opšti odgovori pružaju bolji uvid na situaciju opaženu iz perspektive žena preduzetnica. Anektirane preduzetnice, s preovladavajućih 89% tvrde da su dobile podršku supružnika ili rodbine u početnoj fazi biznisa. Tokom faze registracije i interakcije sa službenicima ministarstva i PAK, 85% i 74% žena tvrde da se nisu suočile s bilo kojom vrstom diskriminacije. S druge strane u pogledu društvene podrške, dve u tri žene tvrde da društvo podržava žene preduzetnice. Sličan udeo žena (naime 67%) veruje da njihov rod ne utiče na uspešnost poslovanja. Šta više, kada je reč o umrežavanju i sličnim događajima, oko 60% žene tvrde, da su do izvesne mere, muškarci i žene jednako tretirani. Međutim, odnosna tvrdnja možda proizlazi iz činjenice da se radi o već uspostavljenim preduzećima koje su prevazišle makar početne barijere u pokretanju biznisa.

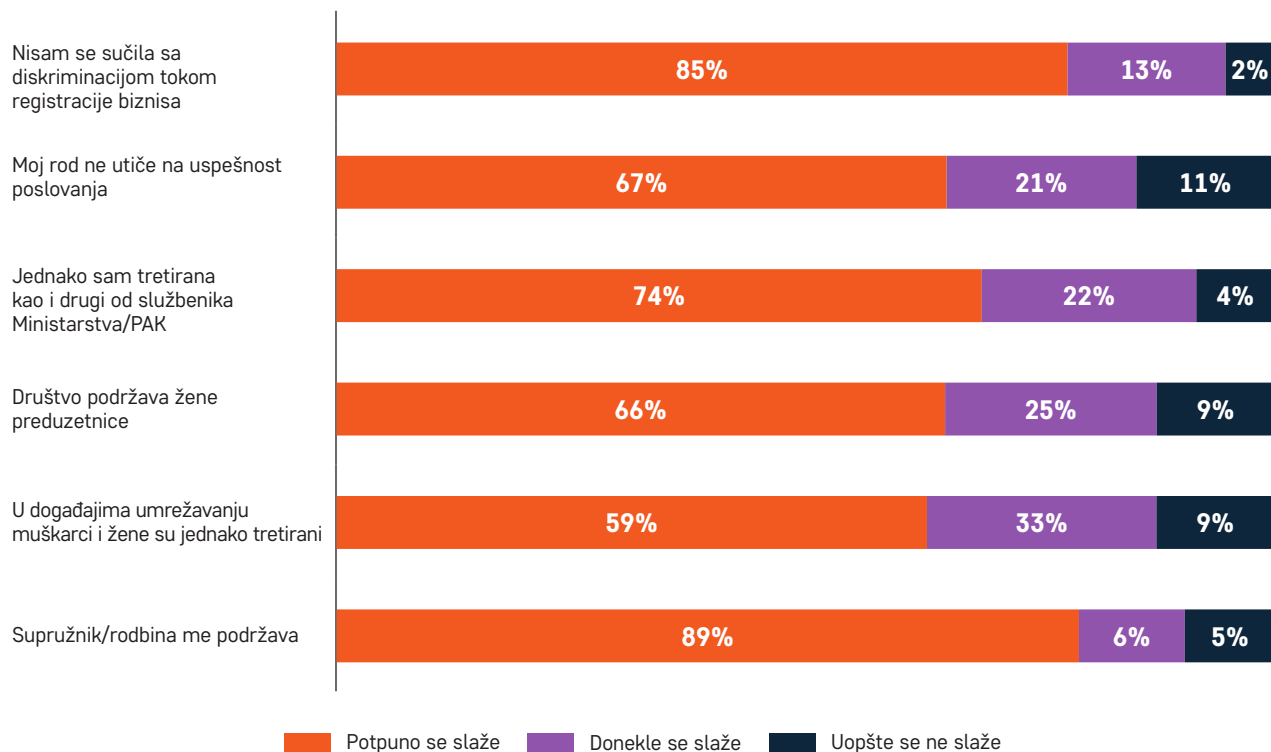
FIG. 32 UČESTVOVANJE U SASTANCIMA



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

“ Anektirane preduzetnice, s preovladavajućih 89% tvrde da su dobile podršku supružnika ili rodbine u početnoj fazi biznisa.

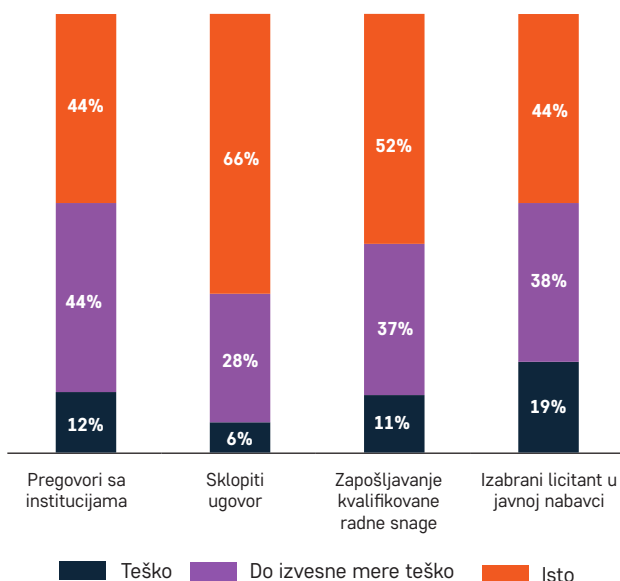
**FIG. 33 NIVO SAGLASNOSTI SA SLEDEĆIM IZJAVAMA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Osim opštih prepreka anketirane žene su obezbedile povratne informacije oko pitanja koja za razliku od muškaraca se specifično odnose na ometanju žena. Anketa uključuje poseban fokus na pitanja poslovnih postupaka koji podržavaju poslovni rast. U tom pogledu, žene preduzetnice prema njihovoj proceni su manje pozitivne. Konkretnije rečeno, jedna od tri žene veruje da su do izvesne mere imale poteškoća u pregovaranju sa institucijama i nadmetanju u licitaciji javne nabavke za razliku od njihovih muških kolega. Jedna od dve žene veruje da je teže za ženski rod sklopiti poslovni ugovor. Dok jedna od tri žene veruje da maker do izvesne mere, teže je za ženski rod primiti kvalifikovane kadrove. Percepcija u vezi ovih pitanja proizlazi sa direktnih iskustva sa tržišta, pokazujući da su žene neretko u nepovoljnom položaju tokom obavljanja njihovih praktičnih i poslovnih delatnosti.

**FIG. 34 NIVO POTEŠKOĆE U POSLOVNIM DELATNOSTIMA U POREĐENJU S MUŠKARCIMA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Međutim uprkos svih prepreka, većina žena (87%) tvrde da su uživale punu podršku njihovih porodica u trenutku kada su odlučile baviti se biznisom punom parom, dok preostale žene tvrde da su dobile podršku ako bi vreme obećavalo. Sve su anektirane žene potvrdile stav da su dobile podršku porodice kada je bilo potrebno. To ukazuje na pozitivnom znaku podrške koji počinje na porodičnoj razini. Ipak, podrška porodice uglavnom se odnosi u smislu moralne podrške. Anketirane žene, 67% (to jest 2 od 3 žena) nisu dobile niti su očekivale bilo koje nasledstvo. S druge strane žene koje ili dobile ili očekuju nasledstvo, mahom se to dešava u mladim godinama, šta ukazuje na veliku verovatnoću da proizlazi sa očekivanja nasledstva.

U pogledu barijera s kojima se suočavaju pri pokretanju njihovog biznisa, najveći broj žena tvrde da se nisu suočile s barijerama – naime 44% anketiranih žena. S druge strane 25% žena tvrde da su se suočile sa najvećom preprekom u vezi finansijskog kapitala, dok su 13% imale poteškoća u uspostavljanju ravnoteže između posla i života. Samo 2% anektiranih žena tvrde da su se suočile s preprekom u vezi njihovog roda.

Poslovna anketa ukazuje na poverenju datom državnim institucijama u skali intenziteta od 20 do 100, gde 20 znači niski intenzitet shodno tome malo poverenja prema institucijama. U pogledu procene niva poverenja prema institucijama, kako lokalnim tako i centralnim, žene i muškarci dele različita mišljenja. Ispada da žene imaju nešto više poverenja u institucije i značajno više poverenja prema javnim službenicima. Žene i muškarci imaju isto poverenje u većini institucija. Zapažene su dve razlike, zapravo žene veruju više sudovima nego centralnoj vladi, dok za muškarce vredi suprotno. Druga razlika odnosi se na kupce i snabdevače, gde žene u povećanoj meri veruju kupcima više nego snabdevačima, dok muškarci dele suprotno mišljenje. Najveća razlika između muškaraca i žena odnosi se na poverenju kadrova, gde žene rangiraju poverenja u svojim kadrovima na skali inteziteta od 92.9 bodova, za razliku od muškaraca na 85.2 bodova. Najmanji jaz odnosi se u vezi centralne vlade, gde žene za razliku od muškaraca manje veruju centralnoj vladi.

**FIG. 35 GLAVNE PREPREKE U POKRETANJU BIZNISA**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

Očito je da žene i muškarci, slično, osim svojim kadrovima, veruju više strankama s kojima posluju (kupci i snabdevači) nego institucijama. U toj skali, žene vlasnice i muškarci vlasnici preduzeća, imaju umereno poverenju u KAP, carine i inspektoratu, ipak veće poverenje nego prema sudstvu i izvršnim institucijama. Značajna razlika zapažena je oko regionalne usporedbe, gde poverenje prema lokalnoj vladi uveliko se razlikuje zavisno od opština u kojima biznisi obavljaju svoje poslovne delatnosti. U tom pogledu muškarci dele isto mišljenje.

“ 2 od 3 žena nisu dobile niti su očekivale bilo koje nasledstvo, uprkos podršci porodice za otvaranje biznisa

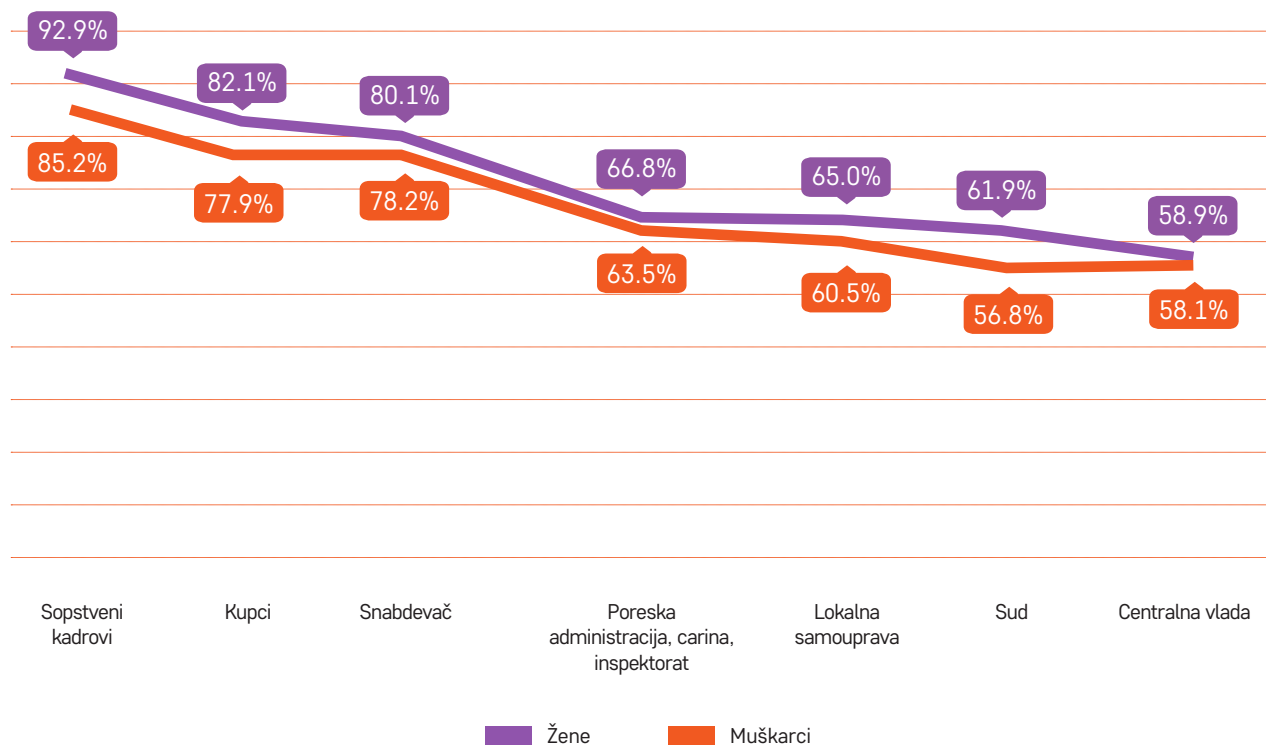
Osim odnosa sa institucijama, žene preduzetnice dale su uvid oko odnosa sa njihovim muškim kolegama. Pristup muških preduzetnika što se tiče odnosa sa ženama preduzetnice uopšte gledano, i konkretnije u vezi pregovaranja ili saradnje između biznisa, obezbeđuje osnovu za razumevanje rodni odnosa na tržištu. U pogledu pristupa muških kolega, većina žena tvrde, naime 72% da je odnos jednak, dok 18% tvrde da je čak suprotivan.

Međutim, 10% žena govore o diskriminaciji od strane njihovih muških kolega kada je reč o zvaničnom poslovanju. Posebno tokom sklapanja ugovora, žene preduzetnice veruju da je njihova snaga u pregovaranju jednaka sa snagom muškaraca u 78% slučajeva. Što se preostalog dela tiče, isti broj žena veruje da je njihova snaga pregovaranja slabija ili snažnija, odnosno 11% pojedino.

Na kraju, u vezi poslovnih ustručavanja od strane muških kolega, samo su 15% žene saglasne s tim, dok preostali deo od 85% tvrde da to nije slučaj. U okviru tog udela žena koje tvrde da se muške kolege ustručavaju saradivati, na-

jveći broj žena veruje da je razlog iza toga, da navodno žene nisu sposobne obavljati poslovne delatnosti, ili navodno muški preduzetnici se ustručavaju pošto nisu imali isustvo saradivanja sa ženama preduzetnice u prošlosti, sa 35% i odnosno 31%. Ostali deo od 24% žena veruje da muškarci više veruju muškarcima nego ženama, prema tome radije žele saradivati s muškarcima, i samo 10% veruje da se muškarci ustručavaju saradivati kao rezultat nedostatka sopstvenog poslovnog iskustva. Stoga, iako je broj žene sa takvim iskustvom ustručavanja muškaraca za saradnju veoma mali, razlozi ustručavanja dokazivaju problematični mentalitet koji postoji na tržištu Kosova. Percepcija da navodno žene ne znaju obavljati poslovne delatnosti mora biti promenjena, da bi žene bile ohrabrene ne samo u pogledu poslovanja nego i poslovnog rasta i s time doprineli na razvoj privrede Kosova.

**FIG. 36 POVERENJE U INSTITUCIJE**



IZVOR: KALKULACIJE AUTORA

# ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Ovaj izveštaj obezbeđuje detaljni uvid u vezi žena preduzetnica na Kosovu posredstvom analiza prikupljenih podataka sa 313 preduzeća u vlasništvo žena. Dok nalazi izveštaja takođe daju na uvid zanimljiva zasnana o trenutnom stanju preduzeća u vlasništvo žena, u izveštaju su takođe ugrađeni saveti za buduća istraživanja o dotičnoj tematici. Konkretnije rečeno, analize i preporuke za političke inicijative, programe podržavanja, kao i kampanje za senzibilizaciju javnog mnjenja, proisteklih iz ovog izveštaja, biće promovisane ubuduće. Jedan od glavnih ciljeva ovog izveštaja jeste izgradnja potpore koja će potsticati ohrabrujuće okruženje za preduzetništvo žena na Kosovu, kako bi žene preduzetnice kao i kreatori politika bili obezbeđeni sa znastveno utemeljenim znanjem da tako nešto i ostvare.

Oснаživanje žena je bliska funkcija ekonomskog osnaživanja žena, bilo u pogledu zapošljavanja (slično nalazima prethodne studije Instituta Riinvest) ili preduzetništva. Iako žene na Kosovu predstavljaju samo frakciju vlasnika biznisa, ovaj izveštaj daje na uvid da su njihove poslovne delatnosti integralni deo društveno-ekonomske strukture Kosova. Nalazi anekste pokazuju da žene vlasnice preduzeća generišu relativno nizak promet, da su usredsređene u sektorima niske ekonomske dodane vrednosti, i da zapošljavaju prilično mali broj radnika. Međutim, s druge strane većina žena same su pokrenule njihove biznise, pouzdavajući se u sopstvenoj imovini i posedu, motivisane pretežno prihodima takve vrste poduhvata, i uprkos izazovima s kojima se suočavaju dokazale su odlučnost za razvoj, napredak i rast svojih biznisa.

Izveštaj takođe obezbeđuje usporedbu između preduzeća u vlasništvu muškaraca sa prethodne studije Instituta Riinvest, sa zanimljivim razlikama kao i sličnostima između muškaraca i žena. Pre svega, pristup prema radnoj snazi i svojim kadrovima. Žene investiraju dvostruko više od muš-

karaca na ljudskom kapitalu i više koriste standardne kriterije tokom primanja novih radnika, kao što su radno iskustvo i veštine. S druge strane, žene i muškarci imaju sličan stav prema institucijama, naime imaju manje poverenja u javnim institucijama, dok više u sopstvenim kadrovima ili prema poslovnim saradnicima.

U pogledu ocenjivanja barijera s kojima se suočavaju tokom obavljanja poslovnih delatnosti, žene uopšte gledano određuju manji intezitet svim preprekama u poređenju s muškarcima. Dok je za žene stopa poreza najveća prepreka, muškarci rangiraju ovu prepreku između pet najvećih. Međutim, kako za žene tako i za muškarce, malo tržište smatra se veoma problematičnim (za žene ova prepreka zauzima 3 mesto, dok za muškarce 1 mesto). Veća razlika između žena i muškaraca odnosi se u pogledu korupcije kao prepreku za obavljanje poslovnih delatnosti. Za muškarce ovo je druga najveća barijera s kojom se suočavaju, dok za žene ovo je jedna od naj nižih barijera.

Anketa uključuje poseban fokus na stavove žena oko odredba Zakona o radu u vezi roditeljskog dopusta, ovaj izveštaj daje na uvid dokaz da ogromna većina žena vlasnice preduzeća veruje da Zakon treba zajemčiti takođe dopust očinstva. U okviru njihovog kapaciteta u ulozi poslodavkinja, oko 80% žena izražava svoju spremnost nadoknađivanja za dopust očinstva za svoje muške zaposlenike.

Koristeći podatke prikupljene ovom anketom kao i analize literature, ovaj izveštaj daje na uvid način kako olakšati procese za kreiranje politika zasnovana na dokazima s ciljem kreiranja ohrabrujuće i podržavajuće sredine koja služi preduzetništvu Kosova, posebno preduzećima u vlasništvu žena, tokom svih razvojnih faza biznisa, bilo da je reč o start-up ili formirana preduzeća.

# REFERENCIJE

Cantwell, M., 2014. "21st Century Barriers to Women's Entrepreneurship". Dostupno u: <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/gem-2010-special-report-education-training.pdf>

Carter, S., & Shaw, E., 2006. "Women's Business Ownership". Dostupno u: [https://pure.strath.ac.uk/portal/files/26521870/SBS\\_2006\\_Report\\_for\\_BIS.pdf](https://pure.strath.ac.uk/portal/files/26521870/SBS_2006_Report_for_BIS.pdf)

Cesaroni, M. & Paoloni, P., 2016. "Are Family Ties an Opportunity or an Obstacle for Women Entrepreneurs?". Dostupno u: <https://www.nature.com/articles/palcomms201688.pdf>

Evropska komisija, 2014. "Statistički podatci žena preduzetnica u Evropi". Dostupno u: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj0yb\\_Wk7HWAhVG7xQKHTTgDoIQF-gg0MAI&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2FDocsRoom%2Fdocuments%2F7804%2Fattachments%2F37%2F-translations%2Fen%2Frenditions%2Fnative&usq=AFQjCNHdjZVCJhcPGxa4XzHH-AeOG0rCog](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj0yb_Wk7HWAhVG7xQKHTTgDoIQF-gg0MAI&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2FDocsRoom%2Fdocuments%2F7804%2Fattachments%2F37%2F-translations%2Fen%2Frenditions%2Fnative&usq=AFQjCNHdjZVCJhcPGxa4XzHH-AeOG0rCog)

Exemplas, 2004. "Women Entrepreneurs – Issues and Barriers". Dostupno u: [http://www.seepnetwork.org/filebin/pdf/gender/66\\_Women\\_Entrepreneurs\\_Issues\\_and\\_Barriers.pdf](http://www.seepnetwork.org/filebin/pdf/gender/66_Women_Entrepreneurs_Issues_and_Barriers.pdf)

GEM Specijalni izveštaj, 2015. "Preduzetništvo žena". Babson College. Dostupno u: <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202015%20Womens%20Report.pdf>

GEM Special Report, 2010. "A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training". Babson College. Dostupno u: <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/gem-2010-special-report-education-training.pdf>

ILO, 2015. "Women in Business and Management: Gaining Momentum". Dostupno u: [http://www.ilo.org/global/publications/books/forthcoming-publications/WCMS\\_316450/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/global/publications/books/forthcoming-publications/WCMS_316450/lang--en/index.htm)

Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J., 2011. "Entrepreneur Motivations and Life Course". Dostupno u: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0266242611401444>

SBS/ DTI, 2005. "Promoting Female Entrepreneurship". Dostupno u: <http://www.prowess.org.uk/facts>

UK Office for National Statistics, 2009. "Women in Business". Dostupno u: <http://www.prowess.org.uk/facts>

U.S. Small Business Administration, 2017. "Women's Business Ownership". Issue Brief No. 13. Dostupno u: <https://www.sba.gov/sites/default/files/advocacy/Womens-Business-Ownership-in-the-US.pdf>

Vanderbrug, J., 2013. "The Global Rise of Women Entrepreneurs". Capital Acumen, Issue 25. Dostupno u: <https://hbr.org/2013/09/global-rise-of-female-entrepreneurs>

Women's business association She-era, 2006. "Žene preduzetnice na Kosovu". Dostupno u: <http://she-era.org/eng/wp-content/uploads/2013/08/WOMEN-ENTERPRENURS-IN-KOSOVO-ANALYSES.pdf>

Women's business association She-era, 2013. "Nacionalna platform za žene preduzetnice u Republici Kosova". Dostupno u: <http://she-era.org/eng/wp-content/uploads/2013/08/NATIONAL-PLATFORM-FOR-WE-IN-RKS.pdf>





