



IZAZOVI SA KOJIMA SE SUOČAVAJU ŽENE PREDUZETNICE U CRNOJ GORI



Projekat „Izazovi sa kojima se suočavaju žene preduzetnice u Crnoj Gori“ finansiran je uz podršku američkog naroda kroz 2012 DEMOCRACY COMMISSION SMALL GRANTS, U.S. Embassy Podgorica, Public Affairs Section

SADRŽAJ

I. Uvod	4
II. O PROJEKTU	5
III. Žensko preduzetništvo u Crnoj Gori	6
IV. Rezultati istraživanja o poslovanju žena u sivoj ekonomiji	8
4.1. Osnovne informacije o biznisu ispitanica	8
4.2. Razlozi poslovanja u sivoj zoni.....	10
4.3. Planovi za uključivanje u regularne privredne tokove	13
4.4. Poteškoće i preporuke za bavljenje biznisom	14
V. Intervjui sa uspješnim preduzetnicama	17
BRANKA VUKSANOVIĆ, SPIN, PODGORICA.....	17
EDITA KLEIN, PINGVIN, PODGORICA	18
NATAŠA PAVLIČIĆ, PAMARK, PODGORICA	19
NEMŠA NELKA OMERHODŽIĆ, MERKATORINTERKONTINENTAL, BIJELO POLJE	20
OLGICA NIKČEVIĆ, CHARME UNIKUM, PODGORICA	21
RADOJKA RAŽNATOVIĆ, FRUTIERA, PODGORICA.....	23
SANNA KORITZ, CREATE BUSINESS, BUDVA	24
VELIDA HODŽIĆ, ECO NOVA, ROŽAJE	25
NADA DOBAJ, FINANS ALBATROS, PODGORICA.....	26
MIRJANA BABIĆ, OLIVMONT, BAR.....	27
DANIJELA DRAGIĆEVIĆ, DAKRIS, KOTOR	28
VI. Zaključci i preporuke	30

LISTA TABELA I GRAFIKA

LISTA TABELA:

<i>Tabela 1: Pregled uzorka po opštinama</i>	8
--	---

LISTA GRAFIKA:

<i>Grafik 1: Godina kada je biznis osnovan</i>	8
<i>Grafik 2: Djelatnost ispitanica</i>	9
<i>Grafik 3: Prosječan godišnji prihod ispitanica</i>	9
<i>Grafik 4: Postojanje dileme o načinu poslovanja: regularno ili „na crno“</i>	10
<i>Grafik 5: Pregled preduzeća koja su imala dilemu o obliku biznisa, prema visini godišnjeg prihoda ...</i>	10
<i>Grafik 6: Pregled preduzeća koja su imala dilemu o obliku biznisa, prema regionu</i>	10
<i>Grafik 7: Razlozi za započinjanje biznisa u sivoj zoni</i>	11
<i>Grafik 8: Zadovoljstvo poslovanjem u sivoj zoni</i>	11
<i>Grafik 9: Zadovoljstvo poslovanjem u sivoj zoni prema dužini poslovanja</i>	12
<i>Grafik 10: Zadovoljstvo poslovanjem u sivoj zoni prema regionu u kojem posluju</i>	12
<i>Grafik 11: Postojanje pogodnosti od poslovanja u sivoj zoni</i>	12
<i>Grafik 12: Navedene pogodnosti od poslovanja u sivoj zoni</i>	12
<i>Grafik 13: Pogodnosti poslovanja u sivoj zoni prema regionu</i>	13
<i>Grafik 14: Planovi za uključivanje u regularne privredne tokove</i>	13
<i>Grafik 15: Pregled po regionima</i>	13
<i>Grafik 16: Mjere koje je potrebno preduzeti kako bi žene iz sive zone registrovale svoj biznis</i>	14
<i>Grafik 17: Postojanje pogodnosti od regularnog poslovnja</i>	15
<i>Grafik 18: Pregled po regionima</i>	15
<i>Grafik 19: Pogodnosti od regularnog poslovnja</i>	15
<i>Grafik 20: Upoznatost s raznim oblicima udruživanja preduzetnica</i>	16

I. UVOD

U Crnoj Gori se, kao i u većini zemalja koje su u procesu pristupanja EU, usvojena regulativa o rodnoj ravnopravnosti i politički okvir neadekvatno primjenjuju. Slaba primjena je odraz nedostatka svijesti o zakonima i o tome kako ih primijeniti, bilo da se radi o nosiocima dužnosti ili imaoima prava. Slaba primjena je takođe i karakteristika duboko ukorijenjenih negativnih stavova i stereotipa, koji se ne mogu jedino regulativom iskorijeniti. Stoga je nužno da se poradi na jačanju prava žena, prvenstveno kroz promociju i podizanje svijesti o ženskim pravima.

Uviđajući trenutnu situaciju na polju postizanja ravnopravnosti i jednakosti polova u Crnoj Gori, *Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj (CEED)* iz Podgorice je, za potrebe *Američke Ambasade u Crnoj Gori*, u intervalu septembar-decembar 2012. godine realizuje projekat pod nazivom „*Izazovi s kojim se suočavaju žene preduzetnice u Crnoj Gori*“. Projekat ima za cilj da promoviše i jača svijest o pravima žena u Crnoj Gori. Kako je prvi korak ka putu osnaživanja prava žena dosezanje njihove ekonomske nezavisnosti, namjera je da se projektom promovišu uspješne preduzetnice i predstavljaju njihove priče o poslovnom usponu.

S druge strane, u fokusu interesovanja su i žene koje posluju u sivoj ekonomiji. Želi se čuti i njihova strana priče i identifikovati koje su to poteškoće sa kojima se one suočavaju kako bi se na osnovu nalaza istraživanja pripremile preporuke usmjerene na pružanje podrške crnogorskim preduzetnicama.

Kako bi se dostignuća projekta uobličila u javnosti dostupnu formu, kreirana je publikacija koja je pred Vama. U njoj su predstavljeni intervjui sa 11 uspješnih crnogorskih preduzetnica u kojima su opisani njihovi motivi za ulazak u biznis, iskustva o započinjanju i vođenju biznisa, komunikacija s klijentima, zaposlenima i institucijama podrške, njihov put ka uspjehu kao i problemi s kojima su se na tom putu suočavale.

Publikacija je obuhvatila i rezultate kvantitativnog istraživanja sprovedenog među 100 žena koje posluju u sivoj ekonomiji s namjerom da se uvide motivi za poslovanje u sivoj zoni, kao i razlozi zašto se ispitanice ne preorjentišu na legalno poslovanje.

Na kraju, publikacija sadrži osnovne zaključke i preporuke koje kreatorima ekonomskih politika mogu poslužiti prilikom usvajanja programa i strategija usmjerenih na podršku ženskom preduzetništvu i poboljšanje poslovnog ambijenta uopšte.

II. O PROJEKTU

Projekat „Izazovi s kojim se suočavaju žene preduzetnice u Crnoj Gori“ pokrenut je s ciljem promovisanja prava žena jačanjem njihove ekonomske nezavisnosti kroz ohrabrivanje da se upuste u preduzetničke vode. Drugi cilj koji se projektom želi postići jeste ukazivanje na pitanje žena u sivoj ekonomiji, kako bi se utvrđivanjem razloga zašto se biznisi ne legalizuju, pronašli načini da se žene ohrabre da pređu u regularne privredne tokove.

Projekat je obuhvatio sljedeće komponente:

- ✓ sprovođenje kvantitativnog istraživanja među ženama koje posluju u sivoj zoni,
- ✓ intervjuisanje uspješnih poslovnih preduzetnica,
- ✓ pripremu publikacije koja sadrži nalaze istraživanja i realizovanih intervjua
- ✓ organizovanje trodnevnih treninga bazičnih poslovnih vještina za žene iz sive ekonomije, i
- ✓ organizovanje okruglog stola na kojem su promovisana dostignuća projekta.

Istraživanje je realizovano na uzorku od ukupno 100 žena koje posluju u sivoj ekonomiji, iz sva tri regiona (ukupno devet gradova) Crne Gore. Cilj istraživanja je sticanje uvida u razloge zašto se žene bave biznisom „na crno“, kao i ispitivanje njihovog raspoloženje da svoj biznis registruju.

Intervjuisanje ukupno 11 uspješnih poslovnih preduzetnica sprovedeno je s ciljem da se široj crnogorskoj javnosti, a posebno radno aktivnoj ženskoj populaciji, predstave uspješne preduzetničke priče njihovih sugrađanki koje su se ostvarile u poslu kojim se bave. Na taj način se žele motivisati i ostale žene da se aktivnije uključe u tržište rada, posebno u preduzetničke vode.

Na bazi nalaza istraživanja i održanih intervjua pripremljena je ova publikacija, distribuirana svim značajnijim akterima koji se bave pitanjem ženskog preduzetništva u Crnoj Gori i osnaživanjem žena uopšte. Publikacija je dostupna na sajtu CEED-a.

Kako bi se ženama koje posluju u sivoj zoni posvetila adekvatna pažnja i poradilo na jačanju njihovih poslovnih vještina, u sklopu projekta su organizovani treninzi poslovnih vještina kojima su obuhvaćene sljedeće teme:

- ✓ *Razvoj biznis plana* (razrada biznis ideje i osnove pisanja biznis plana),
- ✓ *Pristup izvorima finansiranja* (informisanje o dostupnim programima finansijskih institucija koje podržavaju razvoj malih i srednjih preduzeća u Crnoj Gori),
- ✓ *Registracija preduzeća* (procedure, forme i sl.),
- ✓ *Pravni okvir poslovanja preduzeća* (osnove računovodstva i sl).

Na ovaj način, jačajući svoja znanja i sposobnosti, preduzetnice su u prilici da se uspješnije izbore s zahtjevima tržišta i konkurencijom, ali i da se osnaže i ohrabre za uključivanje u regularne privredne tokove.

Na samom kraju projekta, organizovan je okrugli sto na kojem je prezentovana publikacija s nalazima istraživanja i javnost upoznata sa stanjem ženskog preduzetništva u Crnoj Gori. Tom prilikom su iznesene preporuke za poboljšanje položaja i povećanje učešća žena u biznisu. Okruglom stolu su prisustvovali predstavnici institucija i nevladinih organizacija koje se bave pitanjima osnaživanja žena, kao i same žene preduzetnice.

Realizujući sve navedene aktivnosti, projektom se izrazilo nastojanje da se promoviše žensko preduzetništvo i ekonomska nezavisnost žena u Crnoj Gori.

ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO U CRNOJ GORI¹

Sve bivše socijalističke zemlje, uključujući Crnu Goru, karakterisale su visoke stope ekonomske aktivnosti žena. Ipak, sa tranzicijom i padom ekonomske aktivnosti, žene su prije ostajale bez posla i bile manje plaćene, nerijetko prve završavale u domenu sive ekonomije. Uglavnom su bile angažovane u manje profitabilnim sektorima, u kojima su rukovodeće pozicije ipak pripale muškarcima.

Nakon proglašenja nezavisnosti 2006. godine, Crna Gora se obavezala na poštovanje ljudskih prava i izrazila odlučnost da usvoji set konvencija iz te oblasti, uključujući Konvenciju o eliminisanju svih vidova diskriminacije žena. Plan aktivnosti za dostizanje rodne ravnopravnosti za period 2008-2012. godine, između ostalog, kao jedan od ciljeva predviđa jačanje ženskog preduzetništva.

Žene čine 51%² populacije u Crnoj Gori. One se nalaze u nepovlašćenom položaju u odnosu na muški dio populacije kada je u pitanju mogućnost zapošljavanja, zauzimanje pozicije na poslu, kao i napredovanje u karijeri. Poteškoće sa kojima se žene suočavaju su usko povezane s statusom žena u porodici. Tradicionalno shvatanje uloge žene kao majke i domaćice koči njeno značajnije angažovanje u poslovnom smislu. Indikativno je da značajan dio (40%) nezaposlenih žena u Crnoj Gori izražava zabrinutost za mogućnost brige o domaćinstvu ukoliko bi se zaposlile, o čemu svjedoče rezultati *UNDP studije Žene preduzetnice u Crnoj Gori* iz 2011. godine.

O nepovoljniji položaja žena u Crnoj Gori na tržištu rada svjedoče podaci prema kojima je 46,6³% žena (u odnosu na 57,6% muškaraca) ekonomski aktivno; 37,6% žena (u odnosu na 47,1% muškaraca) je zaposleno, dok je stopa nezaposlenosti žena nešto veća u odnosu na stopu nezaposlenosti kod muškaraca. Ove razlike se dijelom mogu opravdati regulativom u oblasti radnog zakonodavstva (porodiljsko odustvo u trajanju od godinu dana, izostanak prakse da se žene zaposle sa skraćenim radnim vremenom, kao i nedostatak adekvatnih kapaciteta za predškolsko obrazovanje djece što majke često navodi da radije ostaju kod kuće sa djecom). I pored toga, tržište rada nema posebnu regulativu koja bi dala prednost rješavanju problema zapošljavanja žena. Dodatno, prema podacima, svega 1% žena ima nekretninu na svoje ime, što je dodatno ograničenje ukoliko se prijavljuje za bankarski zajam ili mikro-kredit, s obzirom da ne može da ponudi adekvatnu garanciju.

Preduzetništvo u Crnoj Gori se tradicionalno vezuje za muškarce, uprkos brzom rastu broja žena koje su vlasnice biznisa. Izvještaj Globalnog monitoringa preduzetništva (GEM)⁴ za 2010. godinu potvrđuje da je 104 miliona žena u 59 ekonomija koje su obuhvaćene istraživanjem, koje čine 52% ukupne svjetske populacije i 84% svjetskog bruto domaćeg proizvoda, započelo i vodi svoje biznise. U zavisnosti od zemlje, ove žene pokreću 1,5% do čak 45,4% (slučaj Gane) novih biznisa koji se registruju svake godine. Dodatnih 83 miliona žena u ovim zemljama upravljaju biznisima koje su osnovale prije tri godine i više od dana kada je rađeno istraživanje. Zajedno, ovih 187 miliona žena najbolje oslikavaju doprinos žena preduzetništvu u svijetu. Ipak, u samo jednoj od analiziranih zemalja, žene su dale veći doprinos preduzetništvu nego muškarci. Druga razna istraživanja i analize pokazuju da, kada žene nisu ravnopravno zastupljene u preduzetničkim vodama, ukupna privreda

¹ Osvrt na stanje ženskog preduzetništva dijelom je preuzet iz autorskog teksta Dragane Radević, direktorice Centra za preduzetništvo i ekonomski razvoj, njene koleginice Vesne Bojanović i Marine Milić iz Američke ambasade u Podgorici

² MONSTAT, Popis stanovništva 2011

³ MONSTAT Anketa o radnoj snazi, Q3 2012

⁴ Global Entrepreneurship Monitor 2010 Women's Report

gubi ogromnu vrijednost koju bi mogla da kreira polovina njene populacije. Takođe, istraživanja pokazuju da je aktivnost žena veća u zemljama čija je konkurentnost zasnovana na raspoloživosti resursa (19,9%) u odnosu na 9,7% žena u ekonomijama čija se konkurentnost zasniva na efikasnosti, i svega 3,9% žena u ekonomijama čija je konkurentnost zasnovana na inovativnosti. Najniži procenat žena u biznisu u zemljama koje se nalaze u kategoriji onih čija se konkurentnost zasniva na efikasnosti je upravo u Istočnoj Evropi (kojoj pripada i Crna Gora). Zvanična statistika pokazuje da je tek svaki deseti biznis u vlasništvu žene.

Istraživanje⁵ sprovedeno 2002. godine upravo na temu izazova sa kojima se suočavaju crnogorske preduzetnice, pokazalo je da je većina žena orijentisano su na tipično ženske djelatnosti, kao što su maloprodaja i uslužne djelatnosti, što se može objasniti nižim troškovima započinjanja biznisa, kao i time što žene teže poslovima koje karakteriše bliskost u poslovnim odnosima. Takođe, ispostavilo se da se većina žena upušta u vode preduzetništva iz nužde, prije nego iz želje za nezavisnošću, i nerijetko završe u domenu sive ekonomije. Žene se suočavaju sa bezbroj problema koji su neutralni u odnosu na pol. Ipak, postoje i problemi koji su isključivo karakteristika polne osobenosti, prije svega se odnose na pristup kapitalu i nerijetko, nedostatak samopouzdanja.

Stoga je neophodno promovisati iskustava „običnih“ žena koje su se dokazale u biznisu i na taj način sebe izgradile kao pozitivne modele. One mogu poslužiti kao referentni primjeri u programima i projektima osnaživanja i promocije ženskog preduzetništva.

Posljednjih godina se sprovodi niz takvih projekata. Pored *Izazova s kojim se suočavaju žene preduzetnice u Crnoj Gori*, između ostalih, realizovani su sljedeći projekti i programi usmjereni na osnaživanje žena u biznisu i na mjestima odlučivanja:

- ✓ *IPA projekt Gender programme u saradnji sa UNDP Crna Gora je u toku i uključuje ekonomsko osnaživanje žena,*
- ✓ *Otpočeli su pregovori sa Investiciono razvojnim fondom Crne Gore oko uspostavljanja Obrtnog fonda za žene,*
- ✓ *Žensko preduzetništvo u Crnoj Gori, istraživanje Ipsos Strategic Marketing-a žensko preduzetništvo u Crnoj Gori,*
- ✓ *Nacionalna mreža mentora za žene preduzetnice u Crnoj Gori, petnaestomjesečni projekat finansiran od strane Evropske komisije, realizovan u periodu 2011-2012. godine od strane CEED-a i Privredne komore Crne Gore, kojim je uspostavljena prva mreža od ukupno 11 mentora iz sva tri regiona Crne Gore, koje prate rad crnogorskih preduzetnica,*
- ✓ *Osnaživanje učešća žena u procesu donošenja odluka na lokalnom nivou, projekat finansiran od strane Delegacije EU, 2011-2012, realizovan za potrebe Ministarstva ljudskih i manjinskih prava, od strane CEED-a i SOS telefona za žene i djecu žrtve nasilja,*
- ✓ *Organizovanje dvije regionalne Konferencije na temu političkog jačanja žena, kao i stvaranja mreže političarki, akademske zajednice i civilnog sektora.*

Na polju osnaživanja žena aktivne su nevladine i ostale organizacije i organi javne uprave, među kojima se posebno ističu:

- ✓ *Kancelarija za rodnu ravnopravnost,*
- ✓ *Odbor za žensko preduzetništvo (Privredna komora),*
- ✓ *Asocijacija poslovnih žena „Poslovna Žena“,*
- ✓ *Organizacije žena na nacionalnom i lokalnom nivou,*
- ✓ *Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj (CEED).*

⁵ Challenges Facing Women Entrepreneurs in Montenegro, CEED, Montenegro, 2002

III. REZULTATI ISTRAŽIVANJA O POSLOVANJU ŽENA U SIVOJ EKONOMIJI

U ovom poglavlju su predstavljeni rezultati istraživanja sprovedenog među ženama koje posluju u sivoj zoni. Uvidom u osnovne karakteristike njihovog biznisa, razloge poslovanja u sivoj zoni, poteškoće i budiće planove po pitanju njihovog poslovanja, željele su se ispitati mogućnosti i raspoložnja ispitanica za uključivanje u regularne privredne tokove i sagledati njihove potrebe za poboljšanje biznis ambijenta.

3.1. Osnovne informacije o biznisu ispitanica

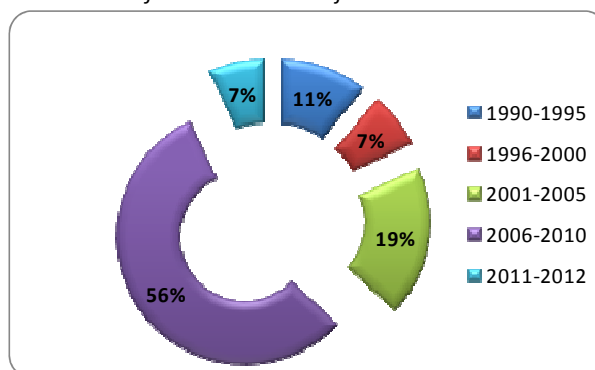
Istraživanje je realizovano na uzorku od ukupno 100 žena koje posluju u sivoj ekonomiji iz ukupno devet opština Crne Gore (po tri iz svakog od regiona). Obzirom na ograničenu veličinu uzorka, ankete su ravnomjerno raspoređene na opštine kao što je to prikazano na tabeli u nastavku.

Tabela 1: Pregled uzorka po opštinama

Opština	Broj anketa
Podgorica	11
Nikšić	11
Cetinje	11
Bijelo Polje	12
Pljevlja	11
Rožaje	11
Bar	11
Ulcinj	11
Kotor	11
Ukupno	100

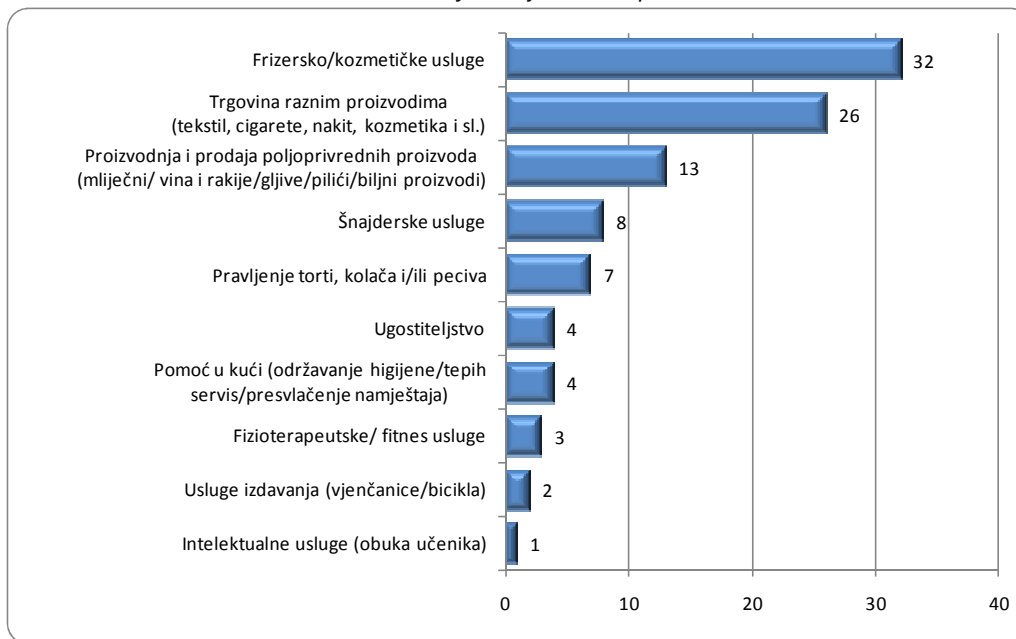
Tri od pet ispitanica (56%) su u biznisu već 3-7 godina, a ima i onih koje se poslovanjem u sivoj zoni bave i preko 20 godina. Tek 7% ispitanica su na samom početku biznis karijere, što će reći da su u poslu tek godinu-dvije.

Grafik 1: Godina kada je biznis osnovan



Djelatnost kojom se anketirane žene bave uglavnom se svodi na trgovinu i usluge. Najčešće su u pitanju kozmetičke i frizerske, ali i šnajderske usluge. Kada je trgovina u pitanju, ispitanice se bave prodajom široke palete proizvoda, počev od garderobe, preko nakita, do kozmetike i tome slično. Proizvodnja i prodaja poljoprivrednih proizvoda je takođe zastupljena u uzorku ispitanica.

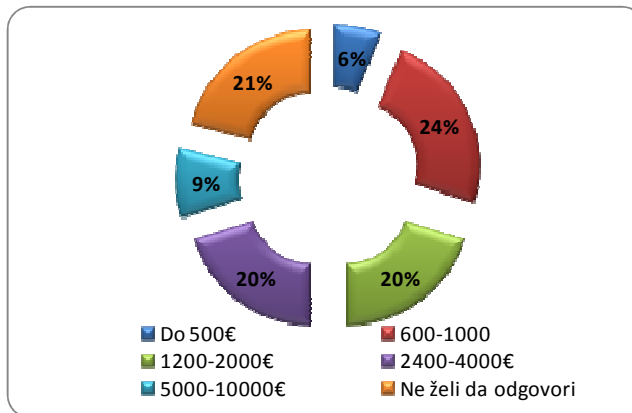
Grafik 2: Djelatnost ispitanica



U pitanju su manji biznisi, oni sa skromnim obimom poslovanja, sudeći po mjesečnim prihodima, koji u većini slučajeva jedva da premašuju prosječnu mjesečnu zaradu. Ova konstatacija je iznesena na bazi podataka dobijenih od četiri petine ispitanica. Ostatak njih, odbilo je da da informaciju o visini ostvarenih prihoda.

Istraživanje je samo potvrdilo da među ženama koje ulaze u biznis preovladavaju takozvani “push” faktori, što će reći da žene pokreću sopstveni biznis bez većih ambicija, uglavnom da bi doprinijele porodičnom budžetu.

Grafik 3: Prosječan godišnji prihod ispitanica

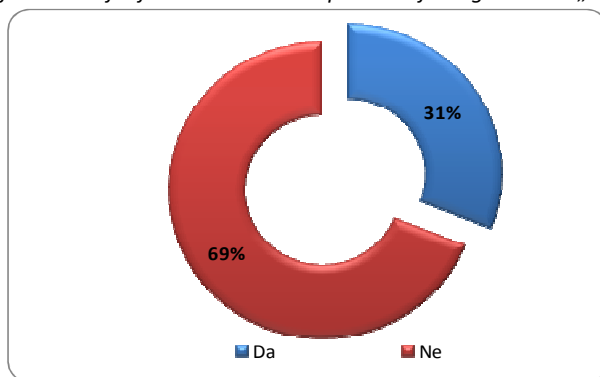


Anketirane žene su uglavnom, u tri četvrtine slučajeva, samostalne i jedine uključene u obavljanju posla, a u najboljem slučaju angažuju još četvoro ljudi, koji su ujedno članovi njihove porodice ili prijatelji. U pitanju su cjelogodišnji angažmani, a samo 5% žena sezonski unajmljuje dodatnu radnu snagu, dvoje do troje njih.

3.2. Razlozi poslovanja u sivoj zoni

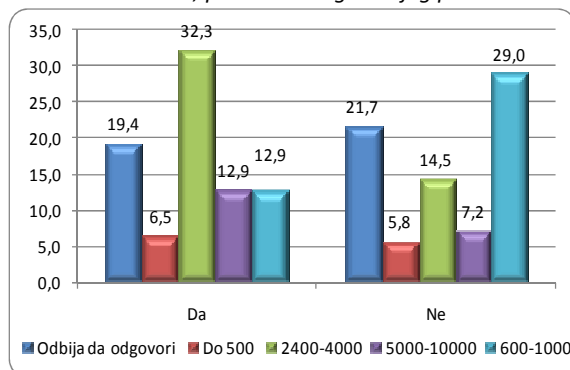
Rezultati istraživanja koji govore o postojanju dileme: poslovati u regularnoj ili sivoj zoni nijesu previše ohrabrujući. Naime, svega tri od deset ispitanica navelo je da je prilikom započinjanja biznisa imalo ovu dilemu, ali su na kraju prevagnule u korist poslovanja u sivoj zoni. Ostale su bile sigurne u svoj izbor i od samog starta uvjerenе da im je ovaj vid poslovanja u potpunosti odgovarajući.

Grafik 4: Postojanje dileme o načinu poslovanja: regularno ili „na crno“

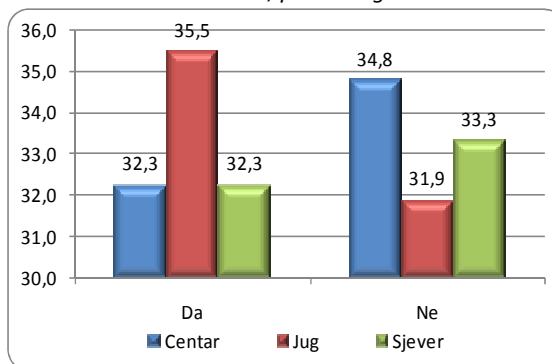


Detaljnija analiza je pokazala da one žene koje ostvaruju veće prihode obično nijesu imale dilemu već su bile sigurne da je, u datim okolnostima, poslovanje u sivoj zoni za njih pravi izbor. Međutim, na nivou regiona nijesu zabilježene neke značajnije razlike, što se može vidjeti sa grafika koji slijedi.

Grafik 5: Pregled preduzeća koja su imala dilemu o obliku biznisa, prema visini godišnjeg prihoda



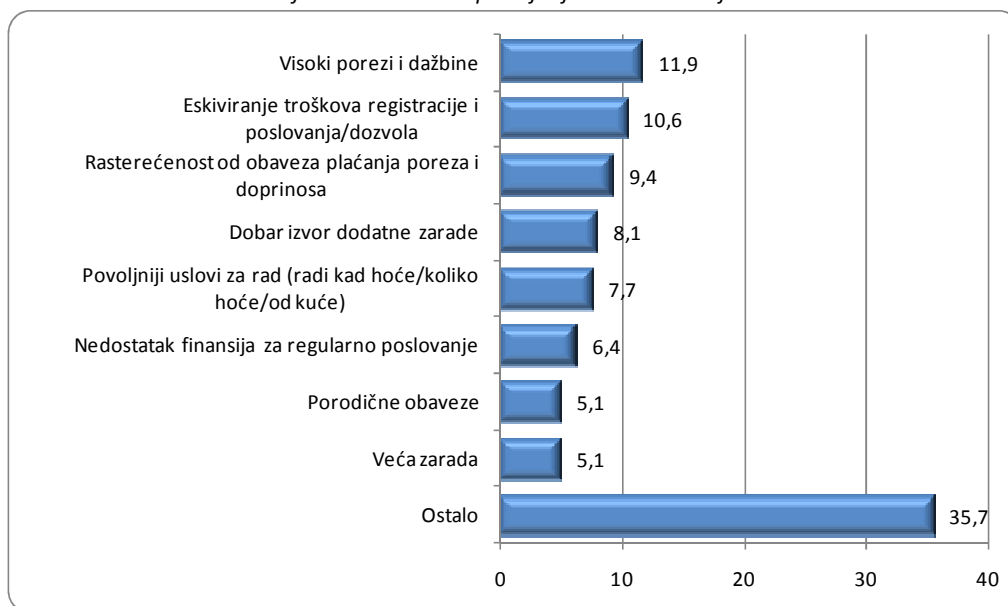
Grafik 6: Pregled preduzeća koja su imala dilemu o obliku biznisa, prema regionu



Baveći se razlozima koji su ih naveli na poslovanje u „sivoj zoni“ došlo se do saznanja da su visoki porezi i dažbine, kao i izdaci za registrovanje i redovno poslovanje preduzeća glavni činioci zašto žene zaobilaze regularne tokove i svoj biznis obavljaju na sivom tržištu.

Nije zanemarljiv ni procenat onih žena koje navode da im poslovanje u sivoj zoni pruža izvjesne povoljnosti (rade kad hoće, koliko hoće i sl.), te da predstavlja dobar izvor dodatne zarade.

Grafik 7: Razlozi za započinjanje biznisa u sivoj zoni

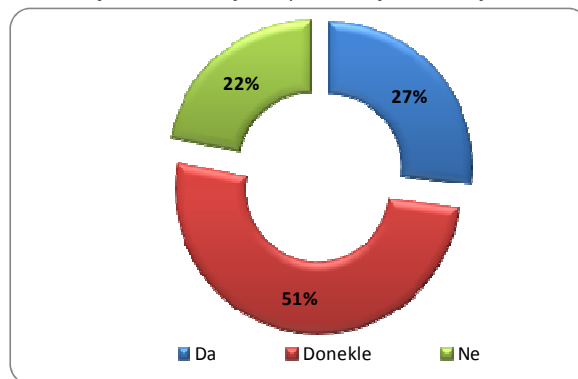


Imajući mogućnost da navedu najviše tri razloga, ispitanice su, pored onih naznačenih na grafiku, navele i neki od sljedećih razloga za poslovanje u sivoj ekonomiji (stavka ostalo):

- komplikovane procedure i papirologija,
- nedovoljan obim posla da bi se ispratile obaveze registracije,
- nemogućnost zaposlenja,
- nezadovoljstvo postojećim primanjima,
- strah od neuspjeha i sl.

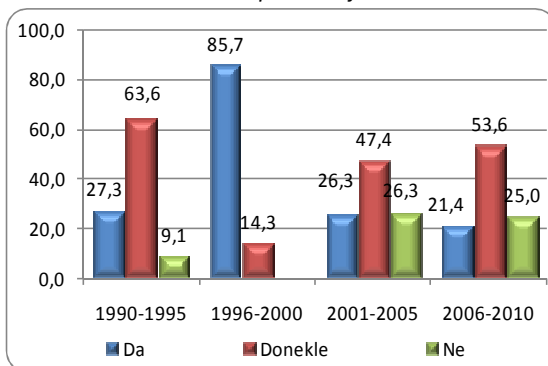
Upitane da navedu da li su zadovoljne dosadašnjim poslovanjem u sivoj zoni, svaka peta je navela da u potpunosti jeste, a svaka druga da je tek donekle zadovoljna.

Grafik 8: Zadovoljstvo poslovanjem u sivoj zoni

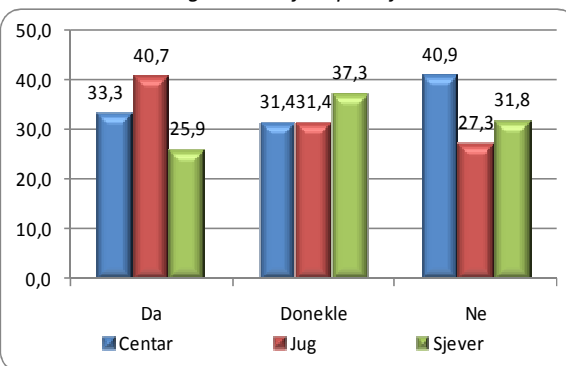


Kao što se na graficima koji slijede može vidjeti, najveće zadovoljstvo vlada među ispitanicima koje su već duži niz godina u poslu, najčešće među onima koje su svoj biznis osnovale u drugoj polovini devedesetih, kao i među onima koje posluju u južnoj regiji.

Grafik 9: Zadovoljstvo poslovanjem u svojoj zoni prema dužini poslovanja



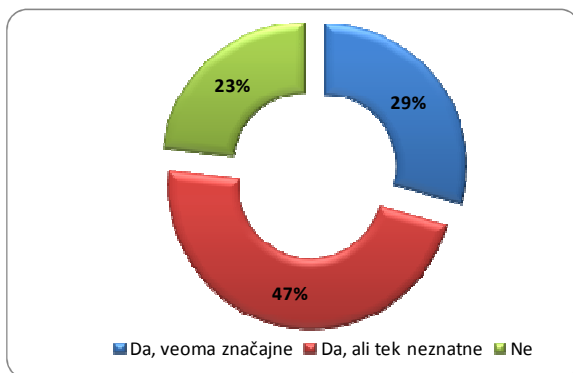
Grafik 10: Zadovoljstvo poslovanjem u svojoj zoni prema regionu u kojem posluju



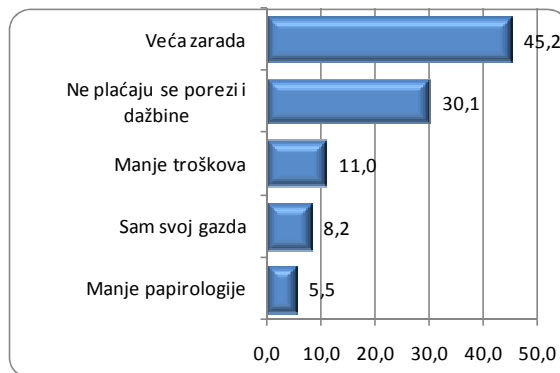
Ono što ispitanicama trenutno predstavlja najveću poteškoću u poslovanju prvenstveno se odnosi na finansije, na činjenicu da obrtna sredstva poskupljuju, na loše uslove rada, smanjen broj mušterija, malu prodaju, tešku naplatu, opšte uslove rada, i generalno sve ono što posledice ekonomske krize povlače za sobom.

Tri četvrtine ispitanica zastupa stav da poslovanja u svojoj ekonomiji pruža određene pogodnosti. One se prvenstveno manifestuju kroz veću zaradu koja se ostvaruje usled činjenice da se ne podmiruju obaveze prema državi i time troškovi bivaju značajnije umanjeni.

Grafik 11: Postojanje pogodnosti od poslovanja u svojoj zoni

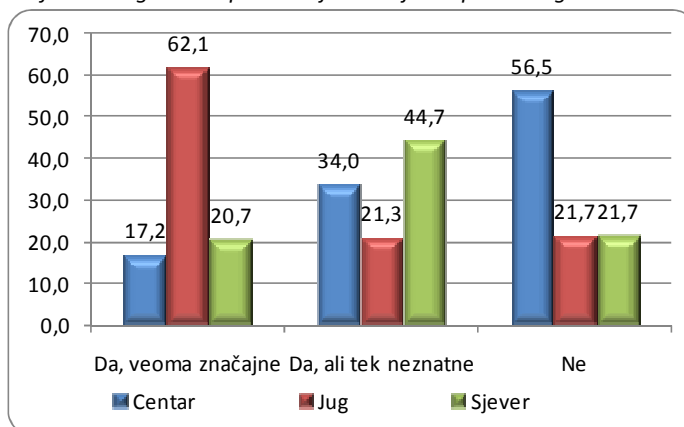


Grafik 12: Navedene pogodnosti od poslovanja u svojoj zoni



Detaljnija analiza po regionima je pokazala da ispitanice iz juga smatraju da od poslovanja u svojoj zoni postoje značajne pogodnosti, te da je takav način poslovanja za njih isplativiji.

Grafik 13: Pogodnosti poslovanja u svojoj zoni prema regionu



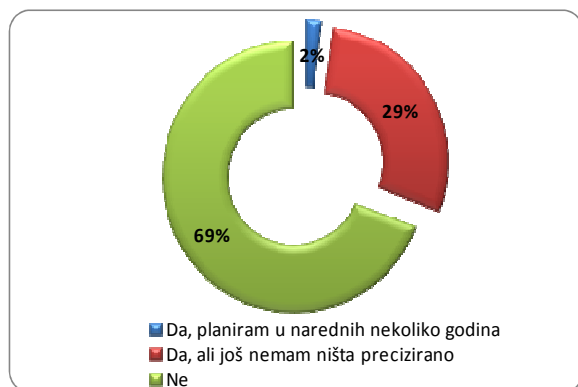
One ispitanice koje zastupaju suprotan stav, smatraju da poslovanje u svojoj zoni ne pruža mogućnosti značajnijeg širenja biznisa, te je usled toga zarada ograničena. One su mišljenja da bi se u slučaju registracije biznisa „na crno“ stekli uslovi za veći obim posla, jer bi se na taj način steklo više mušterija, a sam biznis bi bio dostupan i poznat široj populaciji jer je redovan marketing dostupan samo registrovanim biznisima. Kao nedostatak poslovanja u svojoj zoni, neizostavno se navodi činjenica da osobe koje se njime bave ne stižu osigurati i ne ide im radni staž.

3.3. Planovi za uključivanje u regularne privredne tokove

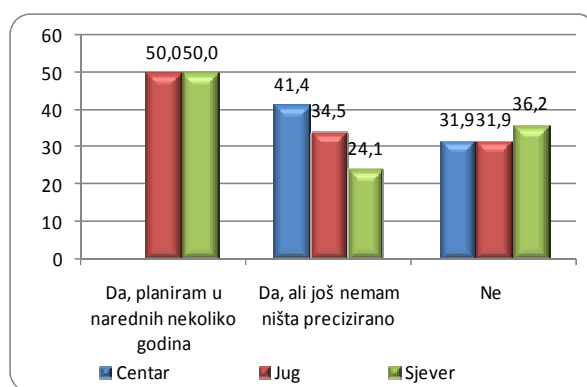
Podaci dobijeni istraživanjem pokazuju da među ženama koje posluju u svojoj zoni, generalno uzevši, ne vlada raspoloženje da se uključe u redovne privredne tokove. Svega dvije ispitanice su precizirale da u naredne dvije godine planiraju registrovati svoj biznis.

Regionalne razlike u neraspoloženju za registraciju biznisa nijesu značajnije. Sjever tek blago prednjači u odnosu na centar i jug.

Grafik 14: Planovi za uključivanje u regularne privredne tokove



Grafik 15: Pregled po regionima



One ispitanice koje su izrazile spremnost za poslovanje u regularnim okvirima, navele su da im na tom putu, kao najveća poteškoća prvenstveno stoji finansijski momenat, ali i sljedeći faktori:

- još nedovoljno razrađen posao,
- nedostatak vremena i porodične obaveze,
- plan da se nađe regularan posao,
- potrebna papirologija,
- lijenost da to učine, i sl.

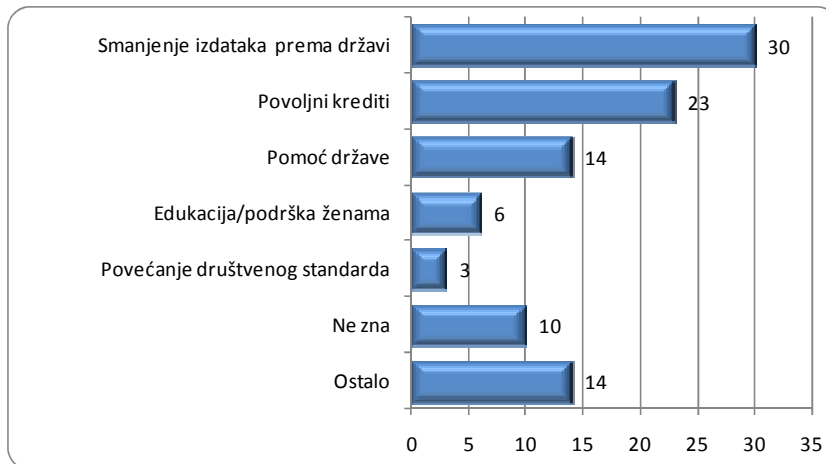
Ispitanice koje nemaju u planu uključivanje u regularne poslovne tokove, obično su navodile sljedeće razloge:

- zarada bi na taj način bila umanjena,
- ostvarivali bi se veći izdaci,
- nedostatak novca ili nedovoljan obim posla za potrebe registracije,
- posao je privremenog karaktera,
- poslovanje u sivoj zoni sasvim odgovara,
- nemogućnost fleksibilnog radnog vremena,
- komplikovane procedure, i sl.

3.4. Poteškoće i preporuke za bavljenje biznisom

Upitane da navedu šta bi trebalo preduzeti kako bi se što više žena iz sive ekonomije uključilo u regularne privredne tokove, svaka druga žena je navela jedan od sljedeće dvije mjere: smanjenje izdataka prema državi i stvaranje uslova za povoljnije kreditiranje preduzetnica.

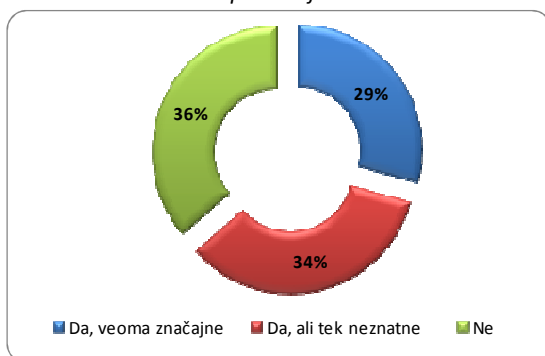
Grafik 16: Mjere koje je potrebno preduzeti kako bi žene iz sive zone registrovale svoj biznis



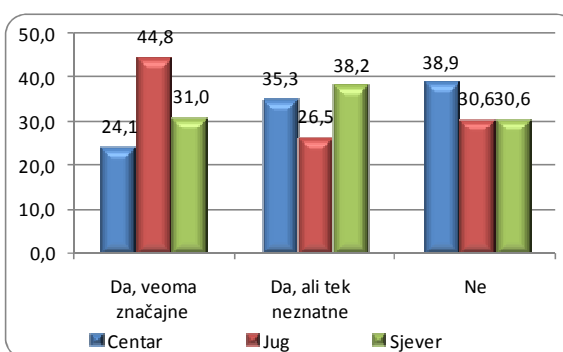
Ispitanice prepoznaju državu kao značajnog faktora stimulisanja ženskog preduzetništva. Određen broj njih je svjesno i činjenice da se edukacijom žena može uticati na podizanje svijesti o potrebi bavljenja biznisom u regularnim okvirima.

Da pogodnosti od poslovanja u regularnoj ekonomiji postoje, bile one značajne ili neznatne, stav je skoro dvije trećine ispitanica, posebno onih iz južne regije.

Grafik 17: Postojanje pogodnosti od regularnog poslovnja

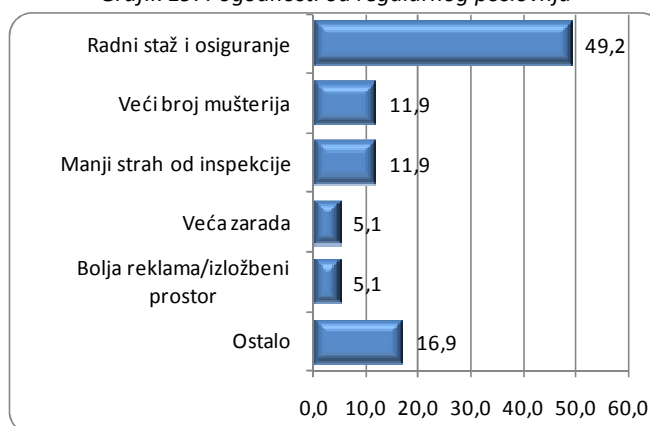


Grafik 18: Pregled po regionima



Pogodnosti bavljenja regularnim biznisom prvenstveno se ogledaju kroz sigurnost koju pruža radni staž i osiguranje, kao i kroz ekonomske efekte koji posao većeg obima nosi za sobom (veća prodaja i velik broj klijenata koji donose veću zaradu).

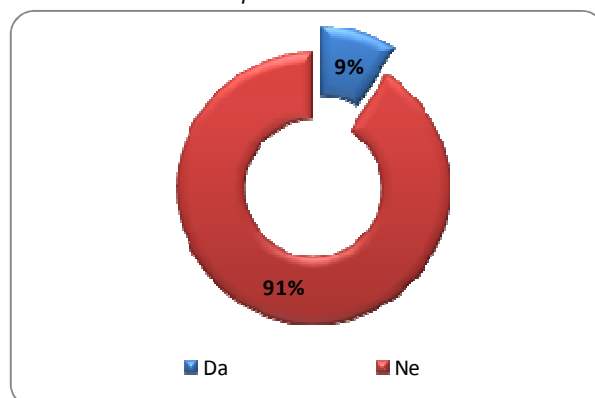
Grafik 19: Pogodnosti od regularnog poslovnja



One ispitanice koje su mišljenja da regularan biznis ne pruža povoljnosti, svoj stav obrazlažu velikim izdacima prema državi, nižim maržama, nepovoljnijim položajem u kriznim uslovima u odnosu na biznis iz sive zone i sl.

Evidentno je da značajan broj ispitanica nema izgrađenu svijest o biznisu koji ispunjava osnovne zahtjeve kao što je registracija, pa otuda i ne čudi podatak da većina žena iz sive zone nema informaciju da postoje asocijacije, odbori i ostale forme udruživanja koje pružaju podršku preduzetnica.

Grafik 20: Upoznatost s raznim oblicima udruživanja preduzetnica



One rijetke, koje su čule za neki vid udruživanja žena, navele su sindikalne organizacije, Privrednu komoru, Uniju poslodavaca, udruženja poljoprivrednika i turistička udruženja i CEED. Međutim, većina njih smatra da same preduzetnice nemaju konkretnijih koristi od udruživanja.

IV. INTERVJUI SA USPJEŠNIM PREDUZETNICAMA

Kako je namjera projekta, u sklopu kojeg je ova publikacija nastala, promovisanje ženskog preduzetništva, u ovom poglavlju su predstavljeni uspješni primjeri preduzetnica koje mogu služiti kao uzori ostalim ženama.

Svaka od predstavljenih preduzetnica je dala svoj doprinos jačanju ženskog preduzetništva u Crnoj Gori. Izražavajući spremnost da svoje znanje i iskustvo podijele s preduzeticama koje tek trebaju da zasnuju svoj biznis kao i sa onima koje su na početku svoje biznis karijere, uključene su u *Nacionalnu mrežu mentora za preduzetnice*, prvu mrežu ove vrste u Crnoj Gori. One su tokom 2012. godine ulogu mentora vršile u desetomjesečnom periodu u kojem su pratile rad i pružale moralnu i stručnu podršku preduzeticama s kojima su sarađivale.



BRANKA VUKSANOVIĆ, SPIN, PODGORICA

Branka Vuksanović, osnovala je u januaru 1993. godine porodičnu firmu Spin. Gledajući sa današnje distance, bila je to, kako Branka navodi, teška, ali razumna i odvažna odluka, odgovor na složeno ekonomsko okruženje, visoku inflaciju, privatizaciju, političko i ratno okruženje, na koje se kao i mnogi, teško i dugo prilagođavala. Dotadašnje stručno iskustvo, lični potencijali i uključenost članova porodice bili su oslonac za razvoj skoro dvadeset godina postojanja firme. Kada je firma osnovana, djelatnost kojom se bavila bila je trgovina elektro-tehničkom robom, a posljednjih petnaest godina fokus je stavljen na pružanje usluga računovodstva i revizije.

Ideja za posao je, proizašla iz Brankinog dugogodišnjeg iskustva. Stvaranje i jačanje tržišnih uslova, primjena međunarodnih standarda u Crnoj Gori, a naročito dolazak stranih investitora, doprineo je tome da ove usluge dobiju na cijeni. Ipak, napominje Branka, profesionalni uslov kompetentnosti zahtijeva velike napore i materijalna ulaganja u stalnu edukaciju o primjeni novih poslovnih iskustava koja su primjerena razvijenim ekonomijama. Stoga, osim uključenih članova porodice, mnogi zaposleni i saradnici nalaze u njenoj firmi motivaciju za rad, stiču vještine i akumuliraju znanje, čime se Branka posebno ponosi. Sadašnja organizaciona struktura i pravila ponašanja unutar firme su takvi da su nalik onima iz kompanija većih razmera, a ne preduzetničkih porodičnih firmi.

Svoj lični poslovni put Branka opisuje kao dug, neizvjestan i naporan. Poslovi računovodstva, kontrole finansijskih izvještaja, praćenje poreskih i drugih propisa su prilično odgovorni, veoma složeni i rizični u našim uslovima, pogotovo kada nijeste pod okriljem neke velike kompanije koja ima sve resurse za razvoj struke, već ste neposredno izloženi tržištu i prodajete znanje, savjetujete poslovne ljude i vodite veoma značajan segment njihovog biznisa. Međutim, kad ispunite strateški cilj da prenesete model upravljanja biznisom na sledeću generaciju, koja je rasla zajedno sa razvojem firme, kao i kad nađete zaposlene kojima prenosite vještine, znanje i iskustvo i tako ostvarite kontinuitet i dalji razvoj firme, onda imate divan osjećaj zadovoljstva, objašnjava Branka.

Sa druge strane, stanje u Crnoj Gori za kvalitetno i profesionalno bavljenje računovodstvom i revizijom još uvijek se ne može ocijeniti kao povoljno: „Zakonski propisi koji regulišu ovu oblast se često i nedosljedno mijenjaju u poslednjih deset godina. Poreski propisi se ne mijenjaju tako često,

ali se i poslije dugogodišnje primjene različito tumače od strane nadležnih institucija, što je svojevrsna biznis barijera. Edukacija računovođa se obavlja kroz obrazovni sistem koji nije prilagođen potrebama privrede. Osim toga, stručno usavršavanje od strane strukovnog udruženja je veoma skupo. Organizovano je iz inostranstva, najčešće na način i u vrijeme koje nije prilagođeno potrebama naših mlađih kolega. S jedne strane, na listi licenciranih revizora imate značajan broj stranih državljana, a istovremeno veliki broj diplomiranih ekonomista kod nas od kojih ni jedan nije dobio licencu revizora u posljednje četiri godine. Smatram da domaće ljudske resurse treba zaštititi, naravno pri tome vodeći računa o kvalitetu, kojeg mi sami očigledno nijesmo svjesni”.

Konačno, Branka vjeruje da je moguće naći balans između karijere i porodice, o čemu svedoči svojim ličnim primjerom. Kako ističe, porodica joj je velika podrška, izvor ljubavi i snage. Ipak, ona razumije zašto se u ovoj sredini mali broj žena odlučuje na samostalni biznis. Pritisak tradicije i društva je osnovna barijera njihovom poslovnom razvoju, prisiljava ih na biranje između posla i porodice, ograničavajući tako njihovo neprikosnoveno pravo na sopstvenu odluku. Drugačiji izbor od tradicionalnog ne odobrava sama porodica, a ni društvo im ne daje velike mogućnosti da donesu odluku "i porodica i biznis", što je ustvari sasvim moguće. Prema tome, ako prevaziđu ovaj izazov i budu odlučne u namjeri da materijalno i u svakom pogledu budu nezavisne, rade posao po svom izboru, a pri tome žele da budu i lider grupe koja može u dužem periodu da opstane na tržištu, onda nastaju društveno korisne, odgovorne i uspješne preduzetnice, zaključuje Branka.



EDITA KLEIN, PINGVIN, PODGORICA

Diplomirani ekonomista Sveučilišta u Zagrebu, uz odlično poznavanje engleskog, njemačkog i italijanskog jezika, 1981. godine zaposlila se u preduzeću Radoje Dakić kao tehnički prevodilac. Obavljanje te funkcije omogućilo joj je da godinama posjećuje mnoge hemijske čistione po Evropi i uvidi sve dobre i loše strane bavljenja tim poslom. Pratila je najnovije tehnike i tehnologije, stručne časopise, što je bez sumnje doprinijelo da „Pingvin“ postane prepoznatljiv brend hemijskog čišćenja.

Ipak, jedna od ključnih stvari u odluci da pokrene sopstveni biznis, bila je činjenica da potiče iz porodice koja se generacijama bavila privatnim poslom. Proizvodili su filtere za mašine za hemijsko čišćenje i uspješno ih plasirali na domaće i inostrano tržište. Edita je porodični biznis proširila otvaranjem hemijske čistione „Pingvin“ u Podgorici 1986. godine. Nakon toga otvorila je i čistionu u Baru 2002. godine, odnosno u Budvi 2005. godine.

Crnu Goru danas ocjenjuje kao povoljnu destinaciju za bavljenje biznisom, naročito ako se napravi poređenje s periodom njenih početaka, prije 26 godina. Kao najveću prepreku poslovanju u ovoj djelatnosti vidi nedostatak stručne radne snage. Prinudjena je da sama pronalazi ljude koji su spremni da uče i da se usavršavaju. Ipak, vjeruje da je uspješna jer klijenti prepoznaju „Pingvin“ kao brend vrhunskog kvaliteta.

Dodaje i da žena preduzetnica mora biti izuzetno odgovorna, mora posjedovati znanje, vještine, i imati jaku ličnost da bi se uspješno bavila privatnim poslom. U društvu gdje dominiraju muškarci, kao što je crnogorsko, žena se prvo u okviru svoje porodice, a zatim i izvan nje, mora izboriti sa sujetom i ljubomorom na poslovni uspjeh.



NATAŠA PAVLIČIĆ, PAMARK, PODGORICA

Nataša Pavličić, nalazi se na čelu "PaMark"-a, osnovanog 1990. godine. Prvobitno, preduzeće se bavilo trgovinom na veliko i malo. Zastupalo je renomirane proizvodne kuće konfekcije i metraže iz bivše Jugoslavije za Crnu Goru, kao i nekoliko renomiranih inostranih firmi koje su se bavile proizvodnjom tehničke robe.

Nataša svoj početak ocjenjuje kao prilično težak, jer kako kaže, bez obzira kojim poslom se bavite ne možete preko noći da steknete povjerenje i da izgradite mrežu dobavljača i kupaca. Ipak, kao glavnu prednost navodi povoljne uslove poslovanja kada je otpočinjala biznis.

Na osnovu pozitivnog poslovanja i uz pomoć kredita 2002. godine uspjela je i da proširi djelatnost kao i postojeći poslovni prostor. Sa novim prostornim kapacitetom, prilagođenim prilazom za osobe sa invaliditetom, te prepoznavši povećanu potrebu na tržištu za dodatnim obrazovanjem, prekvalifikacijama i dokvalifikacijama, „PaMark“ DOO je osnovao Multidisciplinarni obrazovni centar (MOC) „PaMark“, koji je počeo sa radom 2004. godine. Licencirali su obrazovne programe i ponudili ih tržištu rada. Takođe, sklopili su ugovore sa institucijama koje su ulagale u obrazovanje kadrova i krenuli sa obukama. Prije svake obuke koja je namijenjena polaznicima, vršen je odabir stručnog kadra i zavisno od programa dodatno su usavršavani profesori, mentori i stručni saradnici. Potom je otvorena i privatna ustanova „PaMark“, u okviru koje se realizuju motivacioni programi za teže zapošljive osobe i Program profesionalne rehabilitacije i radne i socijalne integracije. U saradnji sa Zavodom za zapošljavanje Crne Gore i Zavodom Papilot iz Slovenije obučili su stručan kadar za izvođenje programa za teže zapošljiv kadar na nivou Crne Gore i postigli veoma uspješne rezultate u smislu motivisanja polaznika za traženje posla i zapošljavanju istih. S obzirom da su prvi pokrenuli realizaciju motivacionih programa u Crnoj Gori, Nataša ističe da nije bilo lako jer su morali da dokazuju kvalitet programa i da sa postignutim rezultatima dokažu održivost programa. Način sprovođenja programa koji su zastupljeni u preduzeću, podrazumijevao je kontinuiranu saradnju i sa polaznicima i sa poslodavcima, te su pravili veliku bazu podataka i jednih i drugih.

Danas MOC „PaMark“ realizuje sljedeće programe i politike:

- Obrazovanje - programi stranih jezika, računara i poslovnih administratora,
- Aktivne politike zapošljavanja, programi „Uspjeću“ i „Virtuelna preduzeća“,
- Profesionalne rehabilitacije i radne i socijalne integracije, i
- Obuke za turistička zanimanja.

Za sve programe koju se izvode posjeduju nacionalne licence i Standard ISO 9001-2008.

U pogledu svog ličnog poslovnog puta, Nataša kaže da namjerava da nastavi da se bavi poslom koji sada radi. Rad sa ljudima vrlo često iziskuje mnogo snage, energije, strpljenja, ali vremenom, poslije uspješno završenih obuka i naravno zapošljavanja polaznika, sa kojima uspostavlja i prijateljske odnose, ističe da se vrati sve uloženo, što je i dodatno motiviše da nastavi dalje i da unese sebe još više. Namjerava da radi na razvijanju novih programa za koje smatra da mogu da pomognu građanima Crne Gore, posebno namijenjenih djeci i omladini.

Ocijenila je da se u zadnje vrijeme dosta polaže na poboljšanje kvaliteta stručnog kadra u Crnoj Gori, što su prioriteti i na evropskom nivou, pa se i uslovi za obavljanje ove djelatnosti iz dana u dan

poboljšavaju. Ona ističe i da u današnjim uslovima rada i usled krize koja se i kod nas osjeća, nije lako raditi bez obzira da li ste muškarac ili žena u biznisu.

Kao svoj najveći izazov u poslu kojim se bavi, vidi sprovođenje i realizaciju Programa profesionalne rehabilitacije u Crnoj Gori. Taj proces, bio je novina kod nas i zahtijevao kontinuirani rad sa institucijama, polaznicima i stručnim kadrom koji je ujedno trebalo i obučiti za njegovu realizaciju. Međutim, uz pomoć stručnih osoba iz ove oblasti koji u Sloveniji sprovode ovaj program dugo godina, uspjeli su da pokrenu i realizuju Program profesionalne rehabilitacije i kod nas.

Smatra da su žene u biznisu još uvijek dosta opterećene, pogotovo ako imaju i porodicu i posao. Porodica je uvijek bila na prvom mjestu i zahtijeva veliku posvećenost, ali Nataša je svesna da i pokretanje sopstvenog biznisa zahtijeva maksimalno angažovanje. Ne može se otići kući u neko zadato vrijeme i zaboraviti na obaveze. To je stalna borba za opstanak ili napredak, što zahtijeva kompletno angažovanje. Zbog toga misli da se žene teže opredjeljuju za privatni biznis. Međutim, zna i dosta žena koje su prave lavice u svom poslu i koje odrađuju posao jako profesionalno. Privatni biznis ima i mana i vrlina, kao i svaki drugi, ali podržava žene koje se odluče za pokretanje svog biznisa i smatra da ako se drže onoga što znaju, one mogu da prevaziđu barijere i da pronađu svoje mjesto na tržištu.



NEMŠA NELKA OMERHODŽIĆ, MERKATORINTERKONTINENTAL, BIJELO POLJE

Firmu je osnovala 1991. godine zahvaljujući kako kaže, svojoj i odlučnosti svojeg supruga da započnu privatni posao. Otvorili su knjižaru sa jednim zaposlenim radnikom i, ispostavilo se da je taj prvi uslov- riješenost (svakako uz predznanje i kasnije učenje) osnovna vodilja od te skromne knjižare u porodičnoj kući, do komforne, savremeno opremljene štamparije sa 60 zaposlenih.

U početku nije bilo nimalo lako, kaže Nemša. Uslovi su bili daleko složeniji od današnjih, ozbiljno narušeni posljedicama tranzicije, rata u okruženju i opštom nestabilnošću. Upornošću, strpljenjem, odgovornim odnosom prema svakom zadatku, tačno definisani cilj postajao je sve vidljiviji, uspješno su se održavali na tržišnoj utakmici, sticali povjerenje poslovnih partnera, osvajali tržište. U prvoj godini bavili su se trgovinom knjižarske robe, već u drugoj nabavili prvu štamparsku mašinu i posao je krenuo uzlaznom putanjom. Paralelno sa tim, u državi je izgrađivan novi, povoljniji poslovni ambijent koji sad već sadrži i brojne stimulativne zakonske mjere, ocijenila je Nemša.

Danas je „Merkatorinternational“ uspješna firma sa respektabilnim kadrovskim i logističkim potencijalom. U ambijentu pune posvećenosti standardu ISO 9001/2008 ima mjesta za ideje ne samo svih zaposlenih, već i spoljnih saradnika kojima je ova oblast predmet interesovanja.

Sama ideja za bavljenje ovim poslom potekla je od prethodnog iskustva - Nemša i suprug radili su u štamparsko-knjižarskoj firmi „Knjigopromet“ i osjetili su da upravo to vrlo realno može, i treba da bude opredjeljenje i izvor egzistencije njihove porodice.

Njen poslovni put bio je prožet brojnim izazovima, lijepim i teškim trenucima, sa sveukupnom pozitivnom ocjenom i konačnim uspjehom. I tvrdi da u njemu ništa ne bi mijenjala. Smatra i da je država stvorila dosta dobru infrastrukturu za bavljenje biznisom. Prostora za poboljšanje svakako ima, na planu ažurnosti i efikasnosti kad je papirologija u pitanju, da se bolje prepoznaju i efikasnije

podrže dobri projekti, da potraživanja dobiju izvjesniju formu naplate.

Ono što smatra da ženama u Crnoj Gori predstavlja glavnu barijeru za bavljenje biznisom jeste činjenica da žene vrlo često nemaju imovinu na svoje ime, pa bi takvim zainteresovanima za pokretanje biznisa trebalo omogućiti i pojednostaviti pristup kreditima kroz osnaživanje prava na pola zajedničke imovine i kroz skraćivanje ukupne procedure u pokretanju privatnog preduzetništva, smatra Nemša. Pored toga, sporo se mijenja tradicionalna vezanost žena za kuću i porodicu zbog čega nedostaje vremena, samopouzdanja, odlučnosti, samostalnosti, edukacije u smislu pokretanja biznisa. Na sreću, svi ti parametri kreću se u smjeru dalje emancipacije žene, tvrdi Nemša.

Nemša se ponosi što je preduzetnica. Osjeća to kao teren na kojem se dokazala, gdje je znanjem i radom i rezultatima ovjerila svoju ravnopravnost sa tzv. jačim polom.

„Izazovi zvani nedostatak većih početnih sredstava, početna nevjerica i najbližih i okoline, pa objektivne smetnje izazvane dešavanjima na području Jugoslavije uzimali su pred neugasivom vjerom u sebe i jakom ambicijom da se to na djelu dokaže. Diplomirani sam ekonomista po struci, ali preduzetništvo tjera na stalno učenje i spoznaju i brojne druge oblasti. Pa kad se taj sav trud vraća kroz materijalnu dobit i te kako važnu i za čitavu porodicu i za još šezdeset porodica, onda to svakako raduje čovjeka i ispuni ga nekim posebnim zadovoljstvom. Naravno tu je i ona druga satisfakcija – priznanje i uvažavanje od brojnih poslovnih prijatelja i sredine u kojoj živite”.



OLGICA NIKČEVIĆ, CHARME UNIKUM, PODGORICA

Olgica je osnivač, vlasnica i izvršna direktorica firme Šarm®, prvog centra za ljepotu u Crnoj Gori, osnovanog 1982. godine i Prvog privatnog Instituta za estetiku i kozmetiku, osnovanog 2000. godine, koji je licenciran od Ministarstva prosvjete i nauke Crne Gore. Član je Međunarodne konfederacije škola za estetsko i kozmetičko obrazovanje - C.I.E.F.E.C. od 2001. godine. Ekskluzivni je uvoznik i distributer proizvoda vodećih svjetskih kompanija za teritoriju Crne Gore i Balkana.

Idejni je tvorac i član komisije za izradu Standarda i Programa za zanimanje Kozmetičar za njegu lica i tijela, član komisije za izradu Standarda za zanimanje Medicinski kozmetičar za potrebe Medicinske škole, koji su odobreni od Ministarstva prosvjete.

Olgica je međunarodni ispitivač, a u Crnoj Gori je organizovala četiri Međunarodna ispita. Učesnica je stručnih kongresa kod nas i u inostranstvu, i dobitnica više međunarodnih priznanja. Predsjednica je Udruženja estetičara Crne Gore, član Evropske mreže mentora za žene u biznisu, ostvarila je saradnju sa Zavodom za zapošljavanje Crne Gore prekvalifikujući nezaposlene polaznike za zanimanje Kozmetičar.

Djelatnost kojom se bavi posebno je interesantna, a bila je relativno nova prije tri decenije kada je otpočela biznis. Tvrdi da je najbitnija odluka u odabiru profesije. Potrebno je pronaći sebe u poslu kojim se bavite, da posao volite i spojite sa afinitetima koje posjedujete. Ako imate ideju i određen cilj, onda ćete ga i realizovati. Upravo ljubav prema ovom poslu za nju je bila glavni motiv i pokretač koji je svih ovih godina tjerao da, pored svih prepreka sa kojima se suočavala, istraje i ide dalje.

Trodecenijski rad kvalifikuje kao trnovit, ali ujedno i uspješan put. Trideset godina rada može

smjestiti u knjigu sa više tomova i svaki tom može predstavljati jedan dio poslovnog puta, počev od trenutka kada je morala istovremeno da se reklamira, približi profesiju klijenteli i istakne njen značaj, bude spremna da permanentno uči i ta znanja prenosi drugima.

Olgica ističe da je uvijek vjerovala u sebe, imala jasno definisan cilj kao i plan kako da ga ostvari. Trudila se da donosi dobra rješenja, bez obzira na okolnosti koje su je sputavale. Po prirodi kaže da je veliki borac, ne podnosi nepravdu i poraze. Volju da istraje davala su joj mnoga stručna priznanja, kao i porodica.

Kompanija ŠARM danas predstavlja vodeću firmu u Crnoj Gori u oblasti Beauty, Spa & Wellness-a i edukacije kadra u ovoj djelatnosti, a pored uspješnih poslovnih rezultata Olgica je gradila i partnerske odnose sa inostranim kompanijama. Njena vizija je da bude sinonim za kompaniju koja stalno postavlja više standarde, nove navike i trendove, izdižući ih na najviši nivo.

U svom dugogodišnjem radu, Olgica se trudila se da bude u trendu, da prati sva dešavanja i novitete u ovoj branši i u to je investirala. Uvijek je na prvo mjesto stavljala doprinos na izgradnji kulta znanja i kvaliteta. Njena poslovna ideologija je prepoznata od svjetskih firmi broj jedan, koje su joj ukazale povjerenje i odabrali su je kao partnera u biznisu za region. Njena mala firma zadovoljila je svjetske standarde poslovanja, od mogućnosti da pruži uslugu, edukuje kadar, opremi poslovni prostor, stavi u funkciju neophodnu opremu, obučiti kadar u radu na istoj, obezbijedi neophodni repromaterial i obuku za njegovu upotrebu, da u svakom trenutku nesebično da savjet ili stručnu preporuku. Srećna je što svjetske novitete u ovoj oblasti kontinuirano prati i može da implementira u svojoj školi, a takođe prenese i klijenteli.

Turizam kao strateška grana privrede u Crnoj Gori, stvorio je potrebu za velikim brojem novih radnih mjesta u oblasti Beauty, Spa & Wellness-a. Sve više ženske populacije želi da se bavi ovim poslom, kako mladih tako i osoba srednjih godina. Prekvalifikujući se, one ostvaruju san koji nijesu mogle u vrijeme kada su se školovale, jer nije bilo škole kod nas, kako u formalnom tako ni u neformalnom obrazovanju. Znajući za ovaj problem, odlukom da otvori školu, doprinijela je prevazilaženju ove praznine. Osvrćući se na godine koje su prošle, sa zadovoljstvom konstatuje da je sve veće interesovanje za ovom profesijom, a isto tako i klijenata koji žele kvalitetnu profesionalnu uslugu.

Ipak, Olgica je svjesna izazova sa kojima se suočavaju mlade preduzetnice u Crnoj Gori. Smatra da su neki od njih nemogućnost obezbjeđivanja sredstava za samostalan biznis, to što firme u osnivanju slabo dobijaju kredite, početnice uglavnom nemaju nekretnine na svoje ime, imaju slabu podršku porodice kao i usklađivanje porodičnih i profesionalnih obaveza.



RADOJKA RAŽNATOVIĆ, FRUTIERA, PODGORICA

Radojkino dugogodišnje iskustvo u agraru Crne Gore, upoznavanje seoskih područja kao primarnih proizvodnih područja hrane, mogućnosti i ideja, inspirisalo je na pokretanje proizvodnje visokokvalitetnih zdravih proizvoda, spoja tradicije, kvaliteta i sirovina domaćeg porijekla, nečeg posebnog što nalazi svoje mjesto na tržištu. Posmatrajući domaću radinost u EU, uočila je da od naših, domaćih sirovina može stvoriti finalni proizvod koji se može ponuditi i najizbirljivijem potrošaču.

Ovakav projekat traži inovativnost, pa i hrabrost za otpočinjanje proizvodnje novih proizvoda u periodu opštih poteškoća u poslovanju. Uložila je mnogo energije i istrajala, posebno kada je u pitanju prodaja. Voćni hleb - FRUT, koji plasira nešto više od dvije godine naišao je na sjajan prijem kod potrošača. Čitav asortiman proizvoda zdrave hrane koje radi po vlastitim recepturama je odlična poslovna prilika za brend „crnogorsko je“.

Spremna je da neprestano uči o proizvodima sa kojima radi, da usavršava njihov kvalitet i razvija asortiman zdrave hrane. Ističe da su za uspješno poslovanje potrebna tri faktora i to: dobra ideja, odgovarajući kapital (resursi) i odgovarajući preduzetnički tim.

Shvatila je da na probleme treba gledati kao na pozitivne izazove, a ne kao nepremostive prepreke. Rizik i cijena preduzetništva su da se može izgubiti preduzeće, čak i prije nego što se uspije. Svaka iznenadna situacija je bila dobrodošla, jer je značila izvor novih ideja. Što se tiče faktora odgovarajućeg kapitala, u Crnoj Gori postoje dobre prilike, ali je potrebno vrijeme za uvođenje novih tehnologija. A stvaranje preduzetničkog tima kao trećeg faktora uspješnog poslovanja tek je započela, jer je prije toga trebalo stvoriti osnovu i stabilizovati proizvodnju i prodaju, da se može zapošljavati.

U Crnoj Gori, kao prioritetne privredne grane vidi poljoprivredu i turizam, što znači da su potrebni domaći proizvođači i prerađivači hrane, kako za domaće potrošače, tako i za inostranu klijentelu-turiste. Odobravanjem razvojnih kredita, još više bi se stvaralo novih proizvoda i usluga kao i novih privrednih subjekata, a poljoprivreda, turizam, ekologija i ekonomija, stvorile bi širok prostor za povezivanje i na taj način generisanje ukupnog privrednog rasta, smatra Radojka.

Dodaje i da je još uvijek teško biti žena preduzetnica u Crnoj Gori, posebno imajući u vidu da je potrebno dijeliti pažnju i posvećenost porodici i karijeri. Učenje, usavršavanje, putovanje, poslovni susreti - prilike su za pokretanje preduzetništva, za što žene nemaju dovoljno vremena. Novi razvojni programi i projekti pružaju mogućnost napredovanja kroz edukaciju i praksu ženskoj populaciji u Crnoj Gori, a time i osnov za promjene i veće učešće žena u biznisu.

Najvećim izazovom u svom poslu smatra stvaranje visokokvalitetne zdrave hrane, koja je rezultat sirovina kojima Crna Gora ne oskudijeva i stečenog znanja iz višegodišnjeg rada u poljoprivredi. Pravi proizvode sa velikom dodatnom vrijednošću koji su verifikovani na tržištu, kako za domaće kupce, koji su pobornici zdrave ishrane, tako i za strane posjetioce-turiste, koji rado konzumiraju domaću hranu i odnose je sa sobom, stvarajući time nevidljivi izvoz.



SANNA KORITZ, CREATE BUSINESS, BUDVA

Firma na čijem je Sanna čelu, bavi se razvojem malih biznisa, što znači da pomaže vlasnicima drugih malih biznisa da postignu bolje rezultate kroz podršku koju pruža u izgradnji poslovne strategije i planiranju, prodaji i komunikaciji. Sve to realizuje putem konsultacija i programa obuka.

Porijeklom Šveđanka, 2007. godine doselila se u Crnu Goru i započela svoje poslovanje. Prije toga, imala je sopstveni biznis u Švedskoj i znala je da želi da nastavi da se bavi preduzetništvom. Smatra da je to najveći izazov i najstimulativniji životni stil koji čovjek može da ima.

Oduvijek je radila na razvoju biznisa. Počela je radeći za Švedski trgovinski savjet u Briselu, tako što je pomagala švedskim kompanijama da osnuju svoju kancelariju u zemljama Beneluksa. Zatim se preselila i započela rad sa Arthur Andersen-om u Londonu kao konsultant za poslovnu strategiju; radila je i za COLT Telecom u Londonu, u njihovom sektoru za razvoj međunarodnog biznisa. Uz to, bila je i u javnom sektoru grada Stokholma, najprije kao menadžer na jednom IT projektu, a zatim kao direktor službe za procjene u investicionom fondu, na definisanju strategije evaluacije za 600 razvojnih projekata i budžet od 200 miliona eura.

Jako je posvećena razvoju biznisa i želi da iskoristi svoje iskustvo da pomogne malim preduzećima da postanu uspješnija. „Mali biznisi su zaista okosnica današnje ekonomije, oni su ti koji pokreću inovacije i rast zaposlenosti“, kaže Sanna. Istovremeno, dok su mnogi mali preduzetnici stručnjaci u svojoj oblasti, oni nemaju uvijek znanje o razvoju biznisa koje je potrebno za uspjeh. Tu dolazi njena uloga da bude od pomoći i pronašla je oblast djelovanja u kojoj može da iskoristi svoju kreativnost i pruži pomoć drugima.

Takođe smatra da svako ko započinje biznis, neizbježno se mora susresti sa brojnim izazovima: upravljanje vremenom, obezbjeđivanjem finansija, organizovanjem poslovanja, prodajom svog proizvoda ili usluge i da svaki preduzetnik mora da pronađe način da izađe na kraj sa ovim izazovima.

Budući koraci koje planira u sopstvenom biznisu su nastavak razvoja svoje online prisutnosti, kako kroz marketing tako i putem online programa obuke i da nastavi da pronalazi nove načine da pomaže drugim malim biznisima da postignu rezultate koje žele i zaslužuju.

Djeluje joj da su osnovni izazovi za poslovanje slični u cijelom svijetu: „Vlasnici biznisa često imaju ili premalo vremena ili novca - ili premalo od oboje. A to znači da treba da pronađu način da izvuku najviše iz sredstava koja imaju, što nije uvijek lako. Pronaći pravi smjer za svoje poslovanje je ključ, kao i saznanje da radite na stvarima koje su važne za Vašu firmu“.

Ono što je karakteristično za Crnu Goru, iz njene, švedske perspektive, je manje transparentnosti u poslovanju i činjenica da se posao obavlja puno više kroz privatne mreže. Primjetila je i da su žene ovdje u teškoj situaciji nego u Švedskoj: vrlo ograničen pristup imovini otežava im dobijanje kredita kod banaka; one imaju mnogo veće odgovornosti i obaveze kod kuće, a primjetila je i da se ukupni rodni stavovi razlikuju mnogo od onih u Švedskoj. Njena situacija je, kako kaže, bila nešto drugačija jer dolazi iz druge zemlje, pa izazovi sa kojima se suočavala u svom poslovanju u Crnoj Gori imaju više veze sa tim, nego sa činjenicom da je žena.

Ne iznenađuje je ni činjenica da žene ovdje slabo pokreću biznis, s obzirom da se poslovna tradicija u društvu uglavnom bazirala na muškarcu. Međutim, ona je vrlo predana tome da promijeni tu situaciju. Kaže i da je upravljanje sopstvenim biznisom jedan od najboljih načina da se izgradite kao ličnost: kako Vaš biznis raste, rastete i Vi sa njim, uz to izazovi sa kojima se susriječete kao preduzetnik jačaju Vas kao pojedinca. Finansijska nezavisnost i sposobnost da upravljate vlastitim vremenom su jednako važne prednosti.

I na kraju, zaključuje: „Društvu je potrebno više preduzetnika, to je prosta ekonomska činjenica. A s obzirom na sadašnje brojke, najveći potencijal za rast je među ženama. Da bi se što više žena odlučilo da pokrene sopstveni biznis, potrebni su vidljiviji uzori, obuka je važna, a umrežavanje je ključ.”.



VELIDA HODŽIĆ, ECO NOVA, ROŽAJE

Uviđajući da je te 1998. godine uveliko započeo proces tranzicije, te da neminovno dolazi do novog oblika organizovanja cjelokupnog društva, Velida je odlučila da napusti firmu u kojoj je radila 13 godina i da osnuje svoj biznis. Konačno, 2000. godine, rodila se poslovna ideja: formiranje agencije za pružanje pravnih i administrativnih usluga, koja se i pored brojnih poteškoća, održala do današnjeg dana. Uslovi u kojima je firma “ECO NOVA” doo Rožaje počela sa radom bili su relativno dobri. Naravno, za sve je bila potrebna podrška, koju je imala od svih članova porodice.

Djelatnost firme je 2009. godine proširena. Danas se bavi i geodetskim uslugama, a u sastavu firme posluje i PJ Knjižara.

Činjenica da se bavi pružanjem pravnih usluga je logična, jer je po struci diplomirana pravница i dugi niz godina je ovaj posao radila u društvenoj firmi, što joj je pomoglo da stekne potrebno iskustvo, znanje i vještine. Pored navedenih poslova, obavlja poslove Stečajnog upravnika, zatim, poslove Medijatora - posrednika u mirnom rješavanju bračnih sporova, za šta posjeduje licence Ministarstva pravde.

U 2012. godini njena firma je stekla licencu za obrazovanje odraslih sa namjerom da stečeno znanje i vještine prenese na nezaposlena lica sa evidencije Zavoda za zapošljavanje. Shodno tome u narednom periodu planira da radi na sopstvenom usavršavanju i pripremi stručnog kadra koji će raditi na razvijanju novih programa za edukaciju odraslih.

Uloga mentora u fazi započinjanja biznisa je veoma važna, jer se početnici susreću sa ozbiljnim preprekama, kao što su: izbor oblika organizovanja poslovanja, planiranje, obezbjeđivanje novčanih sredstva, plasman svog proizvoda ili usluga tako da uz pomoć mentora, preduzetnica može izabrati najbolje rješenje za sebe i izbjeći skupe greške, odnosno, povećati šanse za uspjeh.

Vještina poslovanja, između ostalog, ogleda se i u vještini prevazilažnja poteškoća sa kojima se danas susriječemo, koje su rezultat ekonomske krize, i redovno se negativno odražavaju na manje firme. Namjerava da nastavi i istraje sa poslom kojim se bavi, te planira da radi na unapređenju i razvijanju novih programa, sopstvenom usavršavanju i stvaranju jednog novog stručnog tima, koji bi svoje znanje i vještine prenio na nove preduzetnike.

Velida smatra da poslovni ambijent u Crnoj Gori pruža jednake uslove za otpočinjanje i bavljenje biznisom i ženama i muškarcima. Međutim, realnost je da su svega 10% žena vlasnice preduzeća, a 2% njih vlasnice nekretnina, što pokazuje da su žene u neravnopravnom položaju u odnosu na muškarce. Razlog tome treba tražiti u činjenici da je ženama teže da obavljaju pojedine poslove i funkcije zbog usklađivanja brojnih obaveza u sopstvenom domaćinstvu i odgajanju djece. Treba istaći i to da žene nijesu u dovoljnoj mjeri politički angažovane, a sva je prilika da je to neophodno za napredovanje i obavljanje važnih poslova, dodaje ona.

Prva barijera sa kojom se suočila, kada je kao preduzetnica počela sa biznisom, je kako uskladiti obaveze supruge i majke sa novim poslom, koji je zahtijevao ozbiljniji pristup, odvajanje više vremena i odricanja. Osim toga, u društvu gdje dominiraju muškarci, kao što je to u Crnoj Gori slučaj, žena se prvo u okviru svoje porodice, a zatim u spoljnjem svijetu mora izboriti za svoje mjesto. To može postići onda kada pokaže svoju odgovornost, znanje, vještine i snagu da se može baviti privatnim poslom i kad rezultati postanu mjerljivi profitom iz tog posla.

Kad muškarci pokreću sopstveni biznis ne traže od nikoga dozvolu, dok je kod žena obrnuta situacija. Uzroci su opšte poznati, poslovna tradicija u svijetu se uglavnom bazira na muškarcu. Međutim, to je stvar koja se mora mijenjati iz prostog razloga što je svakom društvu potrebno više preduzetnika. Neiskorišćeni potencijal za rast i razvoj društva je upravo ženska populacija. Dakle, potrebni su programi za finansiranje i posticanje žena za pokretanje sopstvenog biznisa, vidljivi uzori, promocija ženskog preduzetništva, podrška radu postojećih i potencijalnih preduzetnica, jer sve to predstavlja mehanizme koji u velikoj mjeri mogu poboljšati položaj žene u društvu, zaključila je na kraju Velida.



NADA DOČAJ, FINANS ALBATROS, PODGORICA

Privredno društvo „Finans Albatros“ d.o.o. na čijem je Nada čelu, je registrovano 2005. godine u Podgorici i nastavilo je kontinuitet poslovanja društva „Albatros“ d.o.o. koje je jedno od prvih preduzeća za pružanje računovodstvenih usluga u Crnoj Gori (bavi se ovim poslom od 1991. godine). „Albatros“ d.o.o. je tokom svog poslovanja prolazio kroz uspone i padove, što je današnjem „Finans Albatrosu“ stvorilo čvrstu osnovu za dalji rast i razvoj. Uspjeh ovog privrednog društva temelji se na prihvatanju tržišnih promjena, stalnom usavršavanju i kontinuiranom učenju.

„Lični razvoj rađa nove potrebe, mijenja ili sasvim odbacuje stare. Nijesu sve potrebe jednako bitne, neke mogu obezbijediti mnogo snažnije kretanje ka ciljevima od drugih, zavisno od okruženja, poslovnog ambijenta, pojedinca i date situacije. Ista potreba može biti zadovoljena postizanjem mnoštva ciljeva, a isto tako jedan cilj može zadovoljiti više potreba“. Na taj način, Nada indentifikuje svoj cilj, odatle kaže dolazi ideja, nastojanje, volja za ispoljavanjem kreativnosti i usmjeravanje aktivnosti u započinjanju sopstvenog biznisa. Bilo joj je važno koristiti znanje, kao sredstvo koje je imala na raspolaganju, da realno procijeni svoje sposobnosti i usmjeri ih na obavljanje određenog posla. Imala je snažnu želju, motiv i ambiciju, što joj je značajno pomoglo pri odabiru računovodstva kao profesije.

Sada je, po sopstvenom mišljenju, dostigla uspjeh kojem svaki privrednik teži. Njen lični doprinos je u prihvatanju promjena, kontinuiranom učenju, stalnom usavršavanju što savjetuje svima koji se bave

biznisom. Svakom klijentu pristupa individualno u odnosu na njegove specifične potrebe i pruža kompletne savjete koji će dovesti do konkretnih rješenja u poslovanju svakog klijenta pojedinačno. Osnovna načela u vođenju posla su kvalitet, tačnost i strpljenje.

Privredno društvo „Finans Albatros“ ide u korak sa vremenom i pravi inovacije u pružanju usluga, tako da klijenti prije svega budu zadovoljni. Želja joj je da ostvari dugoročnu saradnju na obostrano zadovoljstvo.

Čini joj se da je država stvorila dobar poslovni ambijent, dobre uslove, uredila zakonodavstvo za privređivanje, uredila procedure privrednog preduzetništva. Privredna društva treba da rade i koriste date mogućnosti u datim uslovima, rade na ispoljavanju kreativnosti uključujući nove ideje, motivaciju i samostalnu inicijativu, tvrdi Nada.

Kao preduzetnica, uvidjela je da je status žena u biznisu bio uslovljen tradicijom, kulturom življenja i navikama društva. Smatra da upravo tu leži osnovni problem, jer žene imaju velike potencijale i sposobne su da ispolje ogromnu energiju i istrajnost. One takođe posjeduju ogromnu količinu znanja, mašte, inventivnosti i inteligencije i treba ih podsticati i ohrabriti da otpočnu sopstveni biznis.

Rad i motivisanost mogu svaku ženu, uz unaprijed utvrđeni cilj, da dovedu do ličnog razvoja i poslovnog uspjeha, kaže Nada.



MIRJANA BABIĆ, OLIVMONT, BAR

Proizvodnja maslinovog ulja je tradicija u porodici Mirjane Babić. Davno su žene od ostataka poslije taloženja maslinovog ulja i od starog ulja pravile sapun koji se koristio u domaćinstvu. Sa pojavom industrijskih sapuna domaći su skoro zaboravljeni. Prve sapune pravila je kod kuće po tradicionalnoj recepturi. U početku ih je koristila sama i poklanjala prijateljima. Vidjela je da mnogi ljudi i ne znaju da se od maslinovog ulja može napraviti sapun. Pošto je vidjela da je ovakav sapun idealan poklon za turiste počela je da ga usavršava i da mu dodaje sve više kvalitetnih sirovina kao što su eterična ulja i drugo.

Ovaj proizvod može lako da se prilagodi željama kupaca u obliku i gramaži, ali ipak jedno ne mijenja, a to je, kako kaže, prirodna osnovna receptura i ručna izrada.

„Biznis sam započela kao interesantan hobi. Prve sapune napravila sam u svojoj kuhinji. Zahvaljujući kreditu, odobrenom od strane Biznis centra iz Bara, 2009. godine otvorila sam zanatsku radnju u biznis inkubatoru u Baru. U početku sam radila sama, a zatim sam angažovala stručnjaka kako bih unaprijedila svoju recepturu. Posjećivala sam sajmove u zemlji i inostranstvu koji su mi takođe pomogli u razvoju mog posla. Moj proizvod je dobio sertifikat "Suvenir Crne Gore", proglašen je za suvenir Herceg Novog, a 2010. godine proglašena sam za jednog od uspješnih preduzetnika u okviru Nedjelje preduzetništva u Briselu. Danas se moji proizvodi prodaju u više suvenirnica na Crnogorskom primorju kao i u apotekama u Baru. U Baru imamo i prodajni prostor kod katoličke katedrale. Osim sapuna proizvodnju smo proširili i na ulja za masažu”.

Većina žena kaže da je za početak biznisa potreban novac. Mirjana smatra da je on bitan ali da je još bitnija dobra ideja i hrabrost da se ona iznese do realizacije. Kaže da je njen poslovni put išao uzlaznom linijom uz manje ili više poteškoća. Najviše sredstava ulagala je u unapređenje biznisa što

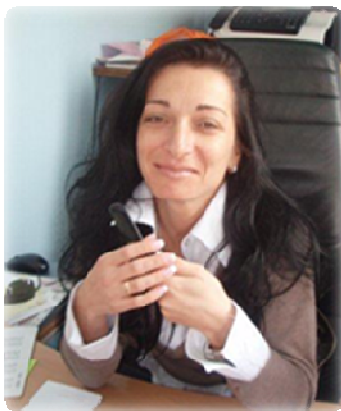
je počelo da daje prave rezultate.

Ono što Mirjani u poslovanju predstavlja poteškoću jeste činjenica da zaštita kvalitetnih proizvoda još uvijek nije na zadovoljavajućem nivou. Pojavljuju se proizvođači koji pod nazivom ovog proizvoda prave loše falsifikate čak i bez sanitarne dozvole. Tržište Crne Gore je malo, a za izvoz još uvijek nema dovoljno podrške.

Mirjana takođe vjeruje da biznis ne razlikuje žene ili muškarce. On priznaje samo profit. Međutim, ženama u biznisu je teže jer su u Crnoj Gori još tradicionalna shvatanja da je osnov porodice žena koja treba da uskladi svoj privatni i poslovni život dok se od muškarca to još uvijek ne traži. Takođe, pošto imaju više slobodnog vremena muškarci imaju vremena i za zajedničke sastanke i povezivanje što žene čine u mnogo manjoj mjeri. I njen najveći izazov bio je da uskladi lični i poslovni život što vjeruje da je uspjela dajući svoje slobodno vrijeme poslu.

Smatra da mlade i ambiciozne žene po završetku studija obično nemaju sredstava za započinjanje biznisa. Za kredite su potrebne garancije koje one nemaju. Žene su po prirodi opreznije i dosta razmišljaju o svojim postupcima, a u međuvremenu prilika za dobar biznis prođe. Takođe, ženama se teže oprašta neuspjeh. Misli i da bi pomoglo da se u razgovor o ženskom preduzetništvu uključi što više muškaraca i na taj način sruše tabui. Smatra da bi se na nivou države trebala napraviti Strategija za razvoj ženskog preduzetništva.

DANIJELA DRAGIĆEVIĆ, DAKRIS, KOTOR



Firmu na čijem je Danijela čelu, osnovala je 1989. godine, Danijelina majka. Danijela se uključila u posao od 1995. godine, i postala direktor i vlasnik. Biznis je otpočeo jednim maloprodajnim objektom odjeće za djecu i odrasle u Kotoru. Poslovanje je preživjelo teška vremena inflacije, devalvacije, uvođenja PDV-a, pa je u međuvremenu došlo i do širenja djelatnosti, te tako danas firma posluje sa dva maloprodajna objekta u Kotoru i Tivtu. Zastupnici su dvije italijanske fabrike odjeće i obuće za djecu i odrasle. U sklopu firme funkcioniše i rent-a-car agencija, a od maja 2012. godine i usluge pranja i peglanja, čišćenja i održavanja stambenih i poslovnih objekata. Od oktobra 2012. godine, posluje kao Agencija za turizam i nekretnine.

Danijela s ponosom ističe da je sve ove godine imala veliku podršku supruga, te da je sve u stvari i bila njegova ideja, koju su zajedno sproveli u djelo. On je danas glavni menadžer u firmi i veliki oslonac za svaki njen poduhvat.

Njen poslovni put bio je takođe trnovit. Smatra da nije bilo jednostavno stići na današnju poziciju, a biće još teže ostati na istom mjestu.

Uslove za bavljenje biznisom ocjenjuje kao teške jer ih zakoni jasno ne definišu. Navodi i primer: „U Kotoru radi četrdeset rent-a-car agencija, pri čemu sve agencije ne posluju legalno, nemaju registrovan rent-a car, i u situaciji su da spuštaju cijene jer nemaju nikakvih obaveza. U Evropi je praksa potpuno drugačija jer prema zakonu morate imati najmanje deset vozila u vlasništvu i plaćati Kasko osiguranje za vozilo i klijenta ukoliko želite da radite ovaj posao. Pored rentiranja, i u drugim djelatnostima naše firme suočavamo se sa poteškoćama. Osnovni problem ipak je nelojalna

konkurencija”.

Nedostatak novčanih sredstava, takođe identifikuje kao ključni problem za bavljenje biznisom u Crnoj Gori, mada postoje i drugi, kao što je neposjedovanje nekretnina potrebnih prilikom apliciranja za kredit, ali i nedostatak podrške ukućana koja je jako važna.

Smatra da nije teško biti žena preduzetnica u Crnoj Gori. Sve je to stvar karaktera. Ako ste dovoljno jaki da se izborite za svoja prava u porodici, sigurno možete i na privrednoj sceni. Nikad nije doživljavala nijednog muškarca kao superiornog, a sam takav stav, misli da mnogo znači.

Najveći izazov u karijeri joj je, danas kao i sve godine unazad, da bude jednako dobra majka kao i preduzetnica.

V. ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Žene u Crnoj Gori suočavaju se s brojnim poteškoćama u započinjanju i vođenju biznisa. Iako su mnoge obrazovane, njihovi izgledi za karijeru su ograničeni u većoj mjeri u odnosu na njihove muške kolege. Razlozi za to uglavnom leže u ukorijenjenim stereotipima i nemogućnosti usklađivanja poslovnih i porodičnih obaveza.

Ženama u Crnoj Gori glavnu poteškoću za započinjanje biznisa predstavlja nedostupnost povoljnih uslova finansiranja. One koje se pak upuste u preduzetničke vode, uglavnom se opredjeljuju za biznise skromnijih razmjera. Obično ulaze u posao bez previše rizika, te stoga i biraju uobičajene djelatnosti (trgovina, usluge) i cilj im je da obezbijede pristojne uslove života i zadovolje potrebe porodičnog budžeta. Samo rijetke imaju veće ambicije i polaze od kreativnijih biznis ideja.

Kao što praksa to pokazuje, značajan broj žena ipak započinje neki manji biznis, ali usled neizvjesnosti situacije na tržištu, nemogućnosti pristupa finansijama, brizi o porodici ili nedostatku poslovnih vještina, obično odlučuje da posluje u sivoj zoni ekonomije. Tek u slučaju da posao počinje da napreduje i dođe do širenja aktivnosti, dio tih žena se odlučuje da registruje biznis.

Žene u sivoj ekonomiji najčešće rade same ili angažuju članove porodice i prijatelje i ostvaruju skromne godišnje prihode. Imaju svoje razloge zašto se ne upuštaju u regularan biznis, a najčešće su u pitanju sljedeći:

- ✓ rasterećenost od obaveza plaćanja poreza i doprinosa,
- ✓ izbjegavanje troškova registracije i poslovanja,
- ✓ fleksibilni uslovi za rad (radi se kad hoće, koliko ko hoće i gdje hoće),
- ✓ komplikovane procedure i papirologija,
- ✓ lagodniji proces izlaska iz biznisa.

Međutim, svjesne su da poslovanje u sivoj ekonomiji ne pruža mogućnost za bavljenje biznisom većih razmjera. Suočene su sa činjenicom da, usled nemogućnosti standardnog marketinga, njihovi proizvodi, odnosno usluge ostaju nepoznati široj populaciji, te tako imaju ograničen broj klijenata, odnosno kupaca i po tom osnovu ostvaruju tek skromnije prihode. Dodatan problem predstavlja inspekcija koja im je redovno "za vratom", kao i neregulisan radni staž.

S druge strane, postoji razvijena svijest da je jedino "zdrav biznis" prihvatljiv model ekonomskog ponašanja, te da je kao takav ima perspektivu održivosti. Tome svjedoče brojni primjeri uspješnih preduzetnica kojima smo okruženi.

Analizirajući intervjue obavljene sa uspešnim preduzetnicama, dobijamo prilično jasan profil tipične poslovne žene u Crnoj Gori. Tako možemo vidjeti da su to dominantno žene između 45. i 55. godine života, doba u kome već uveliko imaju razvijene biznise. Uglavnom su počinjale u svojim tridesetim, kada su već imale porodicu, za koju gotovo sve tvrde da im je izvor neiscrpne snage i podrške. U tom smislu, većinom se uklapaju u tradicionalne vrijednosti crnogorskog društva, kao ostvarene majke i porodične žene. Uprkos tome, one uspijevaju da postignu balans između porodičnih i poslovnih obaveza, ali su svjesne da je upravo to razlog zašto ima tako malo žena u svijetu biznisa i preduzetništva.

Mnoge su počele svoju karijeru u društvenim firmama, gde su sticale prva iskustva koja su kasnije na pravi način iskoristile pri pokretanju sopstvenog biznisa. Gravitirale su ka najrazličitijim sektorima, u zavisnosti od njihovog obrazovanja i iskustva. Daleko najviše ih je, ipak, sa diplomom ekonomije ili

biznisa. Najčešće se bave uslugama konsaltinga, računovodstvom i revizijom, dok su neke, poput Edite i Nemše, iskoristile svoje ekonomsko obrazovanje da vode posao, ali su struku birale shodno porodičnom, višegeneracijskom iskustvu. Značajan broj naših sagovornica, pored primarne djelatnosti (moda, pravo, kozmetička industrija) bavi se i edukacijom. Olgica, Nataša i Velida kažu da uživaju u toj komponenti svog rada, koja često i preuzima primat u odnosu na glavnu aktivnost firme. Konačno, imali smo i predstavnice proizvodnje hrane i turizma.

Zajedničko za sve njih jesu i izazovi sa kojima su se, bez izuzetka, susretale. Svoje poslovne putanje ocjenjuju kao trnovite, prije svega zbog složenog okruženja u kome su započinjale svoje biznise. Nerijetko su to bile i ratne okolnosti, period tranzicije, sa nedovoljno adekvatne zakonske regulative i lojalne konkurencije itd. Ističu i problem pronalaženja stručne radne snage, pogotovo pri pokretanju poslova koji su potpuno novi u Crnoj Gori.

U pogledu položaja žena pri pokretanju sopstvenog biznisa, identifikovale su činjenicu da je poslovna tradicija bazirana na muškarcu, kao i problem pristupa finansiranju, naročito u slučaju mladih preduzetnica koje ne posjeduju garancije u vidu imovine koja glasi na njihovo ime. Ostali problemi tiču se pritiska društva i specifične tradicije, usled čega je razvoj biznisa obično okarakterisan poređenjem sa „borbom za opstanak”.

Naše sagovornice su složne u zaključku da je društvu neophodno više preduzetnika, dok najveći potencijal za nove kandidate leži upravo u ženskoj populaciji. Preporuka uspješnih preduzetnica je da se kontinuirano podržava i promovise žensko preduzetništvo, i to kroz nove razvojne programe i projekte i sl. Kreativni i preduzetnički potencijali žena su latentni izvori ekonomskog rasta i novih radnih mjesta, i kao takvi, trebali bi se dodatno osnaživati. Sugestija jedne od uspješnih preduzetnica je i kreiranje Strategije za razvoj ženskog preduzetništva.

Posebno se sugerise da se poradi na pojednostavanju uslova za kreditiranje preduzetnica. Ideja je da se osnuje garantni fond, kao instrument finansijske sigurnosti, koji se u razvijenim zemljama pokazao kao dobar model obezbjeđenja kredita. Napominje se i to da je konstantno usavršavanje ključ uspjeha, bez obzira na kompleksnu situaciju u društvu i poslovnom okruženju.

Regularno poslovanje je preporuka naših sagovornica, ali i kompletne biznis zajednice. Stoga je neophodno istrajati u podizanju nivoa svijesti o uspješnim ženama u biznisu kao uzorima. Istraživanje je pokazalo da se sedam od deset žena koje posluju u sivoj zoni ne planira uključiti u regularne tokove. U cilju suzbijanja sive ekonomije, uputno je promovisati prednosti bavljenja biznisom u regularnim okvirima, istaći da jedino takav biznis ima pristup izvorima finansiranja i mogućnost širenja većih razmjera. Generator je ekonomskog razvoja, a ujedno je i društveno koristan, doprinosi zajednici kroz podmirivanje obaveza prema državi i upošljavanje i osiguravanje radne snage. Kao takav uživa podršku države i ide u susret integracionim procesima i međunarodno prihvaćenim konvencijama i protokolima.

Treba imati u vidu i da su slični problemi i preporuke opisani i u studiji pod istim nazivom iz 2003. godine koju je kreirala Michelle Stern u ime Centra za preduzetništvo i ekonomski razvoj. Danas, gotovo deset godina kasnije, možemo vidjeti da se promjene u ovoj oblasti odvijaju jako sporo, između ostalog, zbog specifičnosti samog procesa. Zbog toga je neophodno obezbijediti im kontinuiranu podršku kroz gore pomenute mjere i programe pomoći.

CENTAR ZA PREDUZETNIŠTVO I EKONOMSKI RAZVOJ (CEED)

Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj (CEED) je nevladina neprofitna think-tank organizacija aktivna u oblasti ekonomskih politika. CEED je osnovan 1992. godine u okviru Ekonomskog fakulteta Univerziteta Crna Gora. Od 1998. godine, CEED obavlja aktivnosti kao nezavisna nevladina organizacija.

Opravljanost osnivanja CEED-a ogleda se u tome da je bilo neophodno popuniti prazninu u znanju koja je bila potrebna pionirima u preduzetništvu, koji su se pojavili i počeli da krče svoj put nakon raspada bivše Jugoslavije. U međuvremenu, pojavila se izražena potreba za prikupljanjem podataka, istraživanjima i ispitivanjima javnog mnjenja koji su postali važan izvor informacija za donosiocje odluka i preduzetnike.

Glavne aktivnosti CEED-a obuhvataju: sprovođenje istraživanja i prezentovanje rezultata, učešće u kreiranju politika i analizi razvoja ekonomskih politika, organizovanje konferencija, radionica i obuka u oblasti djelovanja CEED-a. Najvažnije teme kojima se bavi CEED su: ekonomski rast, konkurentnost i ekonomske slobode, evropske integracije i regionalni razvoj, preduzetništvo i mala i srednja preduzeća, poreska politika, korporativno upravljanje, žensko i socijalno preduzetništvo.

Misija CEED-a je da kroz programe, projekte i aktivnosti zastupanja promoviše i praktično realizuje u Crnoj Gori ideje slobodnog tržišta, preduzetništva, privatnog vlasništva u otvorenom, društveno odgovornom i demokratskom društvu sa vladavinom prava. U ostvarivanju svoje misije, CEED blisko sarađuje sa poslovnom zajednicom, međunarodnim organizacijama, medijima i drugim društvenim grupama, čuvajući svoju nezavisnost kao važan preduslov za dostizanje pozitivnih rezultata.

Takođe, CEED se bavi istraživanjima različitih društvenih i ekonomskih fenomena, kroz saznanja koja su primjenjiva u praksi, podršku u procesu odlučivanja, kao i pouzdane podatke prilagođene specifičnim potrebama različitih stakeholdera. Samo na osnovu tačnih i pravovremenih informacija, moguće je kreirati ekonomske i socijalne politike i vršiti monitoring njihovog sprovođenja. Za potrebe politika, od posebne je važnosti sposobnost predviđanja ekonomskih tokova kako na nivou cijele privrede, tako i u sektorima pojedinačno.

U junu 2011. godine, CEED je akreditovan i kao naučno-istraživačka institucija kod Ministarstva za nauku.

Danas, CEED je veoma aktivan u oblasti ekonomske politike i ima saradnju sa velikim brojem međunarodnih i domaćih institucija.



Izrada publikacije finansirana je *uz podršku američkog naroda kroz 2012 DEMOCRACY COMMISSION SMALL GRANTS, U.S. Embassy Podgorica, Public Affairs Section.*

Mišljenja, nalazi, zaključci i preporuke koji su ovdje izneseni pripadaju autorima i ne predstavljaju nužno mišljenje Američke ambasade.