



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
ШТИП

ТАТЈАНА ТЕОХАРЕВА-МОНЕВА

„ЖЕНИ ПРЕТПРИЕМАЧИ- ПРЕДИЗВИЦИ И МОЖНОСТИ“

МАГИСТЕРСКИ ТРУД

Штип, декември 2015

Комисија за оценка и одбрана

Ментор: Ристо Фотов

Редовен проф.д-р,Економски факултет
Универзитет„Гоце Делчев”-Штип

Претседател на комисија:Еленица Софијанова

Вонреден проф.д-р,Економски факултет
Универзитет„Гоце Делчев”-Штип

Член Трајко Мицевски

Редовен проф.д-р,Економски факултет
Универзитет„Гоце Делчев”-Штип

ПОСВЕТА

Овој магистерски труд го посветувам на моите најмили:

Павел, Иван и Јордан

„ЖЕНИ ПРЕТПРИЕМАЧИ - ПРЕДИЗВИЦИ И МОЖНОСТИ“

АПСТРАКТ

Жена претприемач е личност која има дух и креативност, поседува и раководи некое препријатие, притоа носејќи се со сите предизвици и ризици при раководењето. Исто така, жена претприемач е личност која е доволно храбра да преземе ризик сопствената идеја да ја претвори во стварност. Како мотивациони фактори на жените претприемачи се: желбата да се направи нешто, потребата од независност, достапност до финансии, финансиски тешкотии. Жените се еден од најпознатите неискористени извори во светот на креативноста и растот. Жените и нивната улога во претприемништвото добиваат сè поголема актуелност како во развиените земји, така и во земјите во транзиција.

Во овој магистерски труд ќе се покаже дека малиот бизнис е во тесна врска со жената претприемач. Исто така, ќе се покаже дека стереотип е ако се мисли дека сите жени се помалку способни за бизнис од мажите, што, пак, е поврзано со способноста за добра организација што жените ја имаат. Секое компаративно истражување кај мажите и жените претприемачи повеќе ги нагласува сличностите отколку разликите. Традиционалното сфаќање дека претприемништвото е машка работа произлегува само од половиот стереотип. Повеќето компании раководени од жени се недоволно финансирани, но, и покрај тоа, нивниот успех е поголем отколку оној на компаниите раководени од мажи. Жените, општо земено, имаат помалку пристап до финансии и финансиска поддршка отколку мажите. Во однос на финансиите, дискриминацијата за достапноста на кредити за мал бизнис е многу реално прашање со кое претприемачките се соочуваат.

Во овој магистерски труд исто така ќе се направи споредба меѓу жените претприемачи во повеќе земји, притоа осврнувајќи се на развојот на женското претприемништво во Република Македонија, како и на бизнис можностите за жени. Резултатите добиени со овој труд треба да покажат дека жената успешно и квалитетно може да води мал бизнис кој ќе носи финансиски профит и се очекува и да се охрабрат поголем број жени да започнат свој сопствен бизнис, да добијат идеја за бизнис план и истата успешно да ја преточат во успешен мал бизнис.

Клучни зборови: претприемач, претприемништво, мал бизнис.

“WOMEN ENTREPRENEURS – CHALLENGES AND OPPORTUNITIES”

ABSTRACT

A woman entrepreneur is a person who has a great spirit and creativity, possesses and manages an enterprise and deals with all the challenges and risks of the management. A woman entrepreneur is also a person who is strong enough to take a risk and make her idea a reality. The motivational factors which lead the woman entrepreneur are: the desire to do something, the need of independence, access to finances, financial difficulties. Women are some of the most known, unused sources of creativity and development in the world. The women and their role in the enterprise are gaining a bigger significance both in the developed countries and in the countries in transition.

In this Master's paper I will show that the small business is in a close relationship with the woman entrepreneur. It will also show that it is a stereotype to think that women are less capable of managing a business, which is related to the capability of good organizational skills that women have. Every comparative research of men and women entrepreneurs emphasizes more similarities than differences. The traditional belief that enterprise is a male work comes only from the sex stereotype. More companies which are managed by women are not financed enough. However, their success is greater than the success of the companies managed by men. Generally speaking, women do not have enough access to finances and financial support apart from men. When it comes to finances, the discrimination in the access to credits for a small business is a real question which the women entrepreneurs face with.

This Master's paper will also make a comparison between women entrepreneurs in more countries, by paying a special attention to the women enterprise in Republic of Macedonia, as well as business opportunities for the women. Results gained with this Master's paper should show that a woman can manage a small business with financial profit successfully and with a great quality. It is also expected that a greater number of women will be encouraged to start their own business, to have an idea for a business plan and to realize it to a small and successful business.

Key words: entrepreneur, enterprise, small business.

Содржина

Апстракт	4
1. Вовед	8
2. ПРОЦЕС НА ПРЕТПРИЕМНИШТО	9
2.1 Историја на претприемништво- дефиниција и теории.....	9
2.2 Видови претприемништво.....	11
2.3 Дефиниција и карактеристики на претприемачот.....	13
3. ЖЕНИ ПРЕТПРИЕМАЧИ	20
3.1 Жени претприемачи и нивните карактеристики.....	20
3.2 Разлики меѓу мажите и жените претприемачи.....	23
3.3 Мотиви кај жената за основање и поседување бизнис.....	27
3.4 Механизми на поддршка на женското претприемништво.....	29
3.5 Проблеми и бариери кај женското претприемништво.....	31
3.6 Развој на женското претприемништво.....	34
3.7 Разликата на секторската структура меѓу женското и машкото.....	37
претприемништво	
3.8 Жени претприемачи во земјите на ОЕЦД.....	38
3.8.1 Жените претприемачи со САД и Канада.....	38
3.8.2 Жените претприемачи во Азија.....	42
3.8.3 Жените претприемачи во Африка.....	47
3.8.4 Жените претприемачи во Европа.....	50
3.9 Жените претприемачи во економиите во транзиција.....	55
3.10 Жени претприемачи во земјите во доминантна Исламска религија..	57
3.11 Жени претприемачи во Република Македонија.....	58
3.11.1 Услови и стратегија за развој на женско претприемништво во Р	
Македонија.....	62
3.11.1.1 Правна рамка.....	64
3.11.1.1.1 Меѓународни стандарди и иницијативи.....	68
3.11.1.1.2 Национална нормативна и институционална рамка.....	70
3.11.1.1.3 Примери на добра пракса.....	72
3.11.1.2 Економско окружување	72

3.11.1.3 Пазар на работна сила.....	74
3.11.1.4 Деловниот амбиент во Р. Македонија.....	79
4. ФИНАНСИРАЊЕ НА ЖЕНСКОТО ПРЕТПРИЕМНИШТВО.....	81
4.1 Сопствени средства.....	81
4.2 Средства од пријатели.....	82
4.3 Пазарни извори на финансирање.....	83
4.3.1. Кредити на комерцијалните банки	84
4.3.2. Финансиски лизинг.....	87
4.3.3. Факторинг.....	92
4.3.4. Деловни (бизнис) ангели.....	97
4.3.5. Микрокредитирање.....	101
4.3.6. Финансирање по пат на финансиски пазар.....	104
4.4. Развојни национални програми за поддршка во финансирање на женското претприемништвото.....	106
4.4.1 Програми на министерството за економија и планските регионални Центри.....	110
5. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЕН (ПРАКТИЧЕН) ДЕЛ.....	113
5.1. Анкета.....	113
5.2 Приказ на добиените резултати од анкетата.....	114
ЗАКЛУЧОК.....	123
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА.....	130
АНЕКС 1	
АНЕКС 2	

1. ВОВЕД

Изразениот процес на глобализација носи со себе неизвесност, ризик и конкуренција. Големата конкуренција на пазарот и современо развиени дистрибуирачки канали не дозволуваат да се остане “просечен“ туку мора да се тежнее кон самиот врв. Во поново време, сè повеќе жени поседуваат и раководат некое препријатие, притоа носејќи се со сите предизвици и ризици при раководењето.

Жена претприемач и претприемништво се поими кои во секојдневниот живот воглавно се поврзуваат со приватен бизнис, но овие поими се далеку пошироки. Претприемништвото претставува посебен начин на размислување, поврзано е со преземање иницијатива и акција, и не е карактеристика само на бизнисот. Жена претприемач е личност која има дух и креативност, поседува и раководи некое препријатие, притоа носејќи се со сите предизвици и ризици при раководењето. Исто така, жена претприемач е личност која е доволно храбра да преземе ризик сопствената идеја да ја претвори во стварност.

Голем број на истражувања ги обработуваат проблемите кои произлегуваат од половиот стереотип. Карактеристиките на успешни претприемачи повеќе им се препишуваат на мажите отколку на жените. Сè произлегува од традиционалното сфаќање дека претприемаштвото е машка работа, дека мажите имаат поголемо работно искуство поради биолошките функции на жените (раѓање и одгледување на деца), кое влијае на помалото образование и работно искуство. Стереотип е ако се мисли дека сите жени се помалку способни за бизнис од мажите. Секое компаративно истражување кај мажите и жените претприемачи повеќе ги нагласува сличности отколку разликите. Испитувањето на вредносните системи покажало дека вредносните системи кај мажите и жените претприемачи имаат повеќе сличности отколку разлики.

Жените по својата интелигенција, способност, снаодливост во никој случај не заостануваат зад мажите. Значи, тие реално ги заслужуваат тие позиции. Некои типично женски особености, како што се способноста за соживување со туѓи проблеми, емоциите, силно изразената желба за интеграција, изразениот талент за комуницирање, снаодливоста и слично се

плус или минус во женското претприемаштво, посебно во делот кога фирмата треба да се управува. Навистина, бизнисот не познава емоции и туѓи проблеми и потреби, освен емоциите и проблемите за сопствениот бизнис кои даваат енергија за напредување.

Женското претприемништво претставува огромен неискористен извор на иновација, креатор на нови работни места и економски растеж. И јавниот и приватниот сектор низ светот сè повеќе му даваат заслуга на женското претприемништво како една од водечките движечки сили, особено во време на финансиска криза.

2. ПРОЦЕС НА ПРЕТПРИЕМНИШТО

2.1 Историја на претприемништвото - дефиниција и теории

Претприемништвото претставува преземање на иновации, финансии и бизнис идеи, со цел поекономично да се произведат економски добра. Претприемништвото е повеќе од едноставно започнување на бизнис,¹ тоа е процес преку кој поединците ги утврдуваат можностите, ги наоѓаат ресурсите и создаваат нови вредности. Претприемништвото е начин на размислување, резонирање и дејствување базирано на можности, холистички во пристапот и балансирано водство.²

Изучувањето на претприемништвото почнало со работата на Ричард Кантон и Адам Смит, на крајот од 17 и почетокот на 18 век, но во голема мера било игнорирано теоретски до крајот на 19 и почетокот на 20 век. Во 20-тиот век, разбирањето на претприемништвото должи многу на делото на економист Џозеф Шумпетер во 1940-тите и другите австриски економисти, како што Карл Менгер, Лудвиг фон Мисес и Фридрих фон Хаек. За Шумпетер, претприемач е човек, кој е подготвен и може да претвори нова идеја или пронајдокот во успешна иновација.

Преставниците на класичната економска мисла, како Адам Смит, Дејвид Рикардо и Ричард Кантон кратко се осврнале на концептот претприемништво, иако во англискиот јазик тие го употребувале терминот

¹ Greg Watson: „Entrepreneurship, Education and Ethics,“-William Penn College, 2007

² J.A Timmons & Stephen Spinelli: „New Venture Creation Entrepreneurship for 21 Century,“, 6 edition, McGraw-Hill, 2004

бизнис менаџмент (business management). Од делата на Смит и Рикардо, се согледува дека тие ја потцениле значајноста на претприемништвото. Од гледна точка на Смит, претприемачите биле економски агенти кои ја трансформирале побарувачката во понуда за профит. Мил го потенцира значењето на претприемништвото за економскиот раст. Во своите дела Мил тврди дека претприемништвото бара „необични вештини“— и го истакнува фактот дека нема англиски збор којшто е еквивалентен на францускиот збор *entrepreneur*.

Потребата на претприемништвото за производството за прв пат официјално е признаена од страна на Алфред Маршал во 1890 година. Имено, Маршал тврди дека постојат четири фактори за производство и тоа: земја, труд, капитал и организација. Организацијата е факторот кој ги соединува другите фактори заедно и Маршал верува дека претприемништвото е движечкиот елемент по организацијата. Претприемачите креираат нови добра или го подобруваат планот на производство на старите добра. За да успеат во ова, Маршал смета дека претприемачите мора да имаат разбирање од науката и тие мора да бидат лидери. Покрај тоа, претприемачите мора да имаат и способност да ги предвидат промените на понудата и побарувачката и да се подготвени да дејствуваат во ризични ситуации каде има отсуство на информации.

Концептот на претприемништво подлежи на теоретска еволуција. Различни размислувања се среќаваат и денес. На пример, додека Маршал верувал дека претприемништвото е движечка сила зад организацијата, голем број економисти денес сметаат дека претприемништвото е четвртиот фактор на производство кој ги координира останатите три.

Во 20 век за разбирање на претприемништвото е многу битна работата на Џозеф Шумпетер. Тој сакал да го издигне претприемачот како централна фигура во економската теорија. Овој австриски економист става акцент на иновацијата како: нови производи, нови начини на производство, нови пазари, нови форми на организацијата. Според него, богатството се создава кога иновацијата резултира во нова побарувачка. Иновација, за Питер Дракер, е специфичен инструмент на претприемништвото, чин што им дава на ресурсите нов капацитет да креираат богатство. Тој го согледува претприемништвото како создавање на нова организација, без оглед на нејзината способност да се одржи, или да оствари профит. За Лампкин и Дес, основен чин на

претприемништвото е новиот запис, влез. Новиот запис може да се остварува со влегување на нови или постоечки пазари со нови или постоечки производи. Меѓу поновите видувања и размислувања за претприемништвото се видувањата на Шејн и Венкатараман кои сметаат дека полето на претприемништвото во себе вклучува проучување на извори на можности, на процеси на откривање, вреднување и искористување на можности, како и множество на поединци кои откриваат, вреднуваат и искористуваат можности. Како наредно поново дефинирање на претприемништвото е дефинирањето на Иреленд, Хит и Сирмон за кои претприемништвото е контекст кој зависи од општествените процеси преку кој поединците и групите создаваат богатство преку спојување на уникатен пакет на ресурси со цел да се искористат можностите на пазарот. Според Комисијата на Европската заедница во 2003 година, претприемништвото е начин на размислување и процес на создавање и развој на економската активност преку преземање на ризик, креативност, иновативност во рамките на нова или постоечка организација.

Четири вредности кои го дефинираат претприемништвото се: Иновација, Вредност, Упорност и Ризик. Иновацијата предизвикува промена која пазарот ја вреднува, вредноста е способност да се препознае и произведе тоа што пазарот го бара, упорност е подготвеноста на една личност да прифати неуспех и учи од истиот, а ризик е подготвеност да се прифати умерен ризик со силна верба во способноста да се контролираат околностите.

2.2. Видови претприемништво

Претприемништвото е категорија тесно поврзана со новите идеи и иновациите, како и со напорите тие иновации да се трансформираат во економски добра. Тоа е процес на испитување на можностите на пазарот, планирање, организирање и антиципирање, што воедно подразбира преземање независен ризик. Има и мислења дека претприемништвото е карактеристика на одредени емигрантски структури, како и на полова припадност или пак етничка основа.

Литературата и практиката во светски размери, покажува повеќе поделби на претприемништвото, со цел да се истакнат специфичностите кај одредени видови на претприемничка дејност. Суштината, во основа е иста:

креативност и иновативност, храброст и одлучност на претприемачите да работат, и по цена на изложување на ризик од загуба да изгубат сè што вложиле или не. Во основа, постојат неколку основни видови претприемништво и тоа³:

- **Претприемништво во мало стопанство** - тоа е претприемништво кое се одвива најчесто во услужните дејности за потребите на граѓаните. Тие во најголем случај остануваат во рамки на фамилијата, односно работат членови на семејството, а добивките не се многу големи;
- **Брзорастечки мали претпријатија** - нови претпријатија со тенденција за брз развој поради иновативните идеи и расположливи ресурси како идеи и интерес на некои инвеститори за заеднички вложувања или капитал од фондови за различен капитал. Станува збор за претприемачи во областа на новите технологии, особено во информатичката и комуникациската технологија;
- **Внатрешно претприемништво (акционерско / корпоративно претприемништво)** - ова претприемништво е карактеристично за големите претпријатија и се манифестира со иновации, особено во процесот на производство на основните производи, односно ширење на асортиманот на производите. Овој вид претприемништво е особено значајно за мотивирање на вработените и за продолжување на векот на постоење на овие претпријатија;
- **Општествено/социјално претприемништво** - може да се дефинира како концепт или обид за решавање на одредени недостатоци во општеството преку употреба на методи за правење на профит кој ќе биде реинвестиран во бизнисот и во спроведувањето на активности со социјална цел.

Денес е особено актуелно **женското претприемништво**, како специфична група на претприемништво, која најчесто е помагана и поддржувана од разни институции и политики, во интерес за поголемо вклучување на жените во светот во економскиот и општествениот живот во одделни земји, особено онаму каде жените немаат никакви можности за работа и рамноправен статус со мажите.

³ Претприемништво- Марија Зарензакова-Потевска

2.3 Дефиниции и карактеристики на претприемачот

Од една страна, претприемач е личност која почнува нови работи и поседува исклучителни карактеристики. Како главни карактеристики на претприемачите може да се наведат: самоувереност, креативност, талент, динамизам, остроумност, енергичност, флексибилност, упорност, истрајност, енергичност и др. кои ретко кој друг ги има. Од друга страна, секој којшто сака да работи сам може да се именува како претприемач. Претприемачите најчесто се креативни луѓе, иноватори, малосопственици кои не мируваат и постојано создаваат, внесуваат нов квалитет, трагаат по промени и по реализација на нивните идеи.

Зборот претприемач може да се забележи уште од дванаесетиот век, вкоренет во глаголот *entreprendre* – што значи да **преземеш, или „прави нешто различно“**. Во бизнис контекст, ова значи да отпочнеш бизнис. Во 17 век, за *entrepreneur* се сметала личност која презема ризик, но сепак не сите индивидуи кои преземале ризик се сметале за претприемачи. Во тоа време, во француските речници за *entrepreneur* се сметало личност која има договор да извршува одредени задачи по фиксна цена. Терминот *entrepreneur* за првпат е претставен од францускиот економист Ричард Кантилон (Richard Cantillon) на почетокот на 18 век. Во неговите пишувања, претприемачот е дефиниран како „агент кој купува средства за производство по одредени цени, со цел да ги комбинира во нов производ“. Кратко по него, францускиот економист Џ.Б.Сеј (J.B.Say) во дефиницијата на Кантилон ја вклучува и идејата дека претприемачите треба да бидат и лидери. Според Сеј (Say), претприемач е оној ги соединува луѓето заедно со цел да креираат единствен продуктивен организам.

За Најт (Knight), претприемачите се обидуваат да ги предвидат и да дејствуваат врз промените во рамките на пазарот. За него еден претприемач ќе биде подготвен да го носи ризикот од новата инвестиција ако тој верува дека постои значителна можност за профит. Тргувајќи од Најт (Knight), Мисес (Mises) тврди дека секое лице кое го носи ризикот од загуби или кој-било тип на несигурност може да се нарече претприемач или поедноставно кажано претприемачот е носител на ризик. За Мисес (Mises) претприемачот е секогаш мислител. Тој се занимава со неизвесни услови на иднината. Неговиот успех

или неуспех зависи од точноста на предвидувањата на неизвесни настани. Ако тој не успее во разбирање на нештата, тој е осуден.

Сме сретнале многу дефиниции за претприемништвото, претприемачот и за малиот бизнис, но главно според експертите по бизнис како наједноставна дефиниција за претприемништвото е дека тоа едноставно е комбинирање на идеи, напорна работа и прилагодувања на промените на пазарот. Како клуч за почеток со секој бизнис е иновацијата. Едноставно, претприемач е личност, било маж или жена, кој има идеи, и започнува нови работи. Добриот претприемач значи силна фирма, добар економски пример и успешна економска приказна. Малиот бизнис е бизнис кој е воден од мал број работодавци и има релативно мала продажба.

Според Шумпетер (Schumpeter), богатството се создава кога иновацијата резултира во нова побарувачка. Од таа гледна точка, функцијата на претприемачот може да се дефинира како комбинирање на различни влезни фактори на еден иновативен начин со цел да се создаде вредност кај потрошувачот со надеж дека таа вредност ќе ги намали трошоците на влезните фактори и ќе се создаде резултат кој креира богатство. Поедноставно, претприемачот е личност, која е подготвена и може да конвертира нова идеја или инвенција во успешна иновација. Според Шумпетер (Schumpeter), претприемачот создава несовершености на пазарот со воведување на новите иновации. Од друга страна пак, Кирзнер (Kirzner) го виде претприемачот како трагач на нерамнотежа која таа или тој има за цел да ја отстрани со помош на нејзината или неговата претприемачка активност.

„Од имагинација - до иновација“, тоа би било мотото кое што би го водело секое лице претприемач. „Постојат луѓе кои живеат во светот на соништата и луѓе кои живеат во реалноста. Но постојат и луѓе кои светот на соништата го претвораат во реалност“ – Даглас Еверт (Douglas Everett), е мисла која би требало да биде основна водилка на претприемачот.

Во центарот на секој бизнис, основна алка е претприемачот. Подолу на слика 1 е покажано токму дека во основа на секоја бизнис идеја, бизнис план, маркетинг, менаџмент и др. е токму претприемачот.



Слика 1-Основа на бизнис идеја

Picture 1- Base of business idea

Според Џон Тропман⁴ фактори од кои зависи позицијата на претприемачот се:

- Личноста на претприемачот
- Претприемничките вештини
- Неговиот стил
- Вработените
- Системите кои организационо влијаат врз работењето
- Структурата на организирањето и работењето

Според него исто така постојат следниве видови претприемачи:

- **Макропретприемач** (ги фокусира своите активности на откривање можности за оформување иновации на макро ниво),
- **Мезопретприемач** (како личност или како тим се специјализира за иновирање на организационите, техничко-технолошките процеси на ниво на организациони структури,
- **Микропретприемач** (насочен кон активности на изнаоѓање нови работни места или на микро аспект или во однос на конфигурација на елементите на производство).

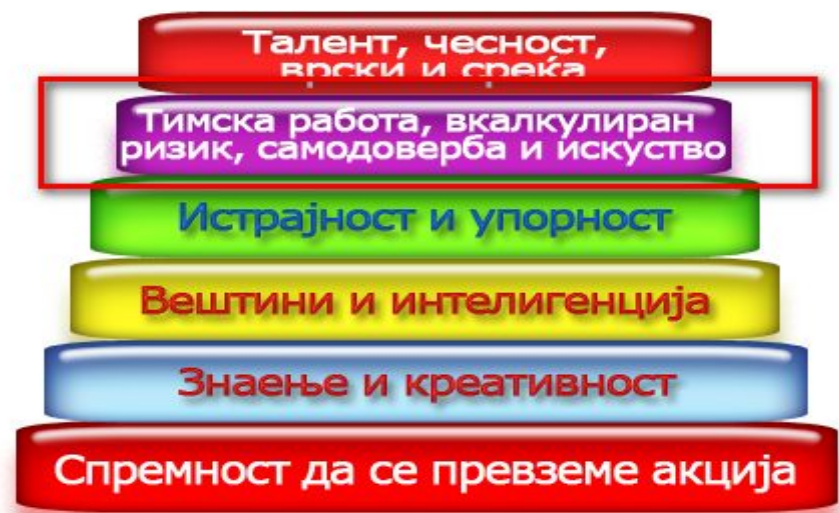
Добриот претприемач не се само раѓа, тој и се создава. Затоа што секој човек се раѓа со дарба, но дарбите треба да се збогатуваат со учење, надоградување и обуки. Вистинскиот претприемач ќе го познаеш првенствено по неговиот изглед, а потоа и по неговото однесување. Низ животот среќаваме секакви луѓе кои се претставуваат како претприемачи, но малкумина од нив се

⁴ John e. Tropman, Gersh Mornigstar : „Entrepreneurial systems for the 1990s : their creation, structure, and management,,

вистинските. Оној којшто изгледа педантно и средено, оној кој има позитивен став, кој е подготвен да преземе ризик, кој има решение на проблемите, кој има моќ и енергија, тој е вистински претприемач.

Не е важно само знаењето во животот, важно е и да знаеш да се однесуваш правилно во секоја ситуација, да си подготвен да ризикуваш многу нешта за да успееш и да му пратиш некому насмевка која ќе го охрабри.

Да се биде претприемач не е за секого. Не може секој да се справи со стресот, ризикот и одговорностите ... Карактеристиките обично се наоѓаат меѓу успешни претприемачи и може да ви помогне во донесување на одлука, ако се одлучите да бидете претприемач. На слика 2 е дадена листа на најчестите карактеристики на претприемачите:



Слика 2- Карактеристики на успешен претприемач
Picture 2- Characteristics of successful entrepreneur

Во продолжение ќе бидат наведени неколку карактеристики на успешен претприемач:

1. Успешните претприемачи се почитувани од своите врстници!

Првата и една од најочигледните карактеристики кои можат да се забележат кај еден успешен претприемач е адекватноста и праведниот непристрасен однос. Успешен претприемач на сите гледа еднакво – не ги дели луѓето под и над него – туку ги оценува според делата што ги прават, се обидува да ја здобие почитта од сите и на секого, му дава шанса да ги покаже своите најдобри карактеристики. Без оглед на тоа колку е успешен и какви

познавања има, претприемачот мора секогаш да ги надградува своите карактеристики и вештини за да може да го задржи и надградува својот успех.

2. Успешен претприемач верува во себеси!

Искусен претприемач верува во своите сопствени идеи и инстинкти и знае колку е важна самодовербата за неговиот успех. Претприемач којшто е на почетокот на својата кариера мора да биде многу упорен, посветен и вреден. Колку подлабоко зачекорува во претприемничките води, толку повеќе овие особини треба да се истакнуваат и продлабочуваат. Желбата и страста се почетните чекори, а потоа доаѓаат довербата во себеси и етичкото однесување.

1. Успешниот претприемач планира!

Успешен претприемач секогаш има сопствен план. Беспланското и експериментално работење ден за ден не е карактеристика на успешните претприемачи. Ова секако не значи дека претприемачот не треба да отстапува од планот, туку напротив треба да биде флексибилен и да го прилагодува планот на потребите. Најчесто искусните претприемачи имаат основен бизнис-план во кој секогаш се вклучени основните елементи маркетинг стратегија, цели, намери, идеи и зошто токму таа бизнис идеја е подобра од конкуренцијата. Ваквиот основен бизнис-план, понатаму е потребно редовно да биде ревидиран и надградуван со нови идеи.

2. Успешниот претприемач е креативен!

Успешниот претприемач не се плаши да размислува креативно, да размислува за нови идеи, но истовремено и да пронаоѓа поинаков креативен пристап за веќе искористени идеи со тоа што ги проширува, подобрува и доразвива и размислува надвор од границите користејќи ја својата фантазија. Искусен претприемач не губи време на идеи за кои ќе увиди дека не се успешни,.

3. Успешен претприемач се тестира самиот себеси!

Успешниот претприемач е свесен за своите добри и слаби страни. Тој секогаш се труди да си ги пронајде своите најдобри страни и да ги усогласи со своите идеи и идеали. Секогаш е отворен за критики, промени и за поддршка и секогаш е подготвен да ја отстапи својата работа на некој кој е подобар од него.

4. Успешните претприемачи секогаш го предвидуваат својот успех!

Успешните претприемачи секогаш си даваат доволно време за сонување на својата идеја и во која насока сакаат нивниот план да се движи. Тие веруваат дека можат да направат сè, но за да направат нешто тоа мора да го видат во своите сонови и тогаш можат да го постигнат.

5. Успешните претприемачи никогаш не се откажуваат!

Откажувањето не постои како термин во речникот на претприемачот. Секако, постојат денови кога и претприемачот како и сите нормални луѓе е разочаран и демотивиран, но откажувањето не е опција. Ова го постигнуваат со многу верба, самодоверба и посветеност. Секогаш бараат поддршка од оние кои ги познаваат, поддржуваат и охрабруваат за да им го вратат нивниот ентузијазам. Тие се свесни дека секој има свои добри и лоши денови и дека плимите и осеките во бизнисите кои ги водат се нормални, но со нив треба мудро да се справат. Оваа нивна карактеристика ги прави најдобри!

Покрај овие карактеристики претприемачите се одликуваат и со многу други, ќе наведеме некои од нив:

- **Добро здравствена состојба** – здравјето е основното нешто што е потребно да се биде успешен;
- **Самодоверба** – додека претприемачите имаат самодоверба, тие ги остваруваат своите цели;
- **Реалистичен поглед** – кога нештата се согледуваат такви какви што се, тогаш подобро се согледува ситуацијата во која се наоѓаме;
- **Општествена одговорност** – претприемачите треба да ги разгледуваат и проценуваат општествените и економските последици од одлуки што ги донесуваат;
- **Етичко однесување** – етиката е код на морални принципи и вредности кои го насочуваат однесувањето на поединецот или групата кон почитување на тоа што е правилно или погрешно. Етиката ги поставува стандардите за тоа што е добро или лошо во водењето и во одлучувањето;

- **Емоционална стабилност** – бизнисот нуди многу стрес, предизвици, како и приватниот живот е полн со изненадувања кои влијаат на емоционалната состојба на претприемачот. Сè додека претприемачите имаат емоционална стабилност, дотогаш тие се успешни;
- **Чувство на итност** – високата енергија ги прави претприемачите да имаат чувство на итност да направат нешто;
- **Концептуални способности** – со добрите концептуални способности се идентификуваат комплексните ситуации и се бараат решенија;
- **Привлекување на предизвици** – тие преземаат предизвици, но не и високи ризици. Можеби изгледа дека тие преземаат високи ризици, но во реалноста тие темелно ги проценуваат ризиците;
- **Високо ниво на енергија** – способноста да работи долги часови, со помалку од нормалниот износ на спиење;
- **Решение за проблемите** – претприемачот мора да има желба да ги реши проблемите;
- **Учење од неуспех** – разбирање на неуспехот може да е корисно за да се избегнат сличните проблеми во иднина;
- **Способност да се справи со одбивање** – многу често ќе го слушнете зборот не, отколку да, за различни прашања;
- **Способност да внесува промени** – голема е потребата од подобрување и давање на креативност, за да се добие нова идеја;
- **Натпреварувачки дух** – желбата да се постигне посакуваното е голема, така што се бараат сите можни начини да се постигне тоа;
- **Внимателни за пари** – тие секогаш знаат колку пари имаат. Тие ја знаат вредноста и цената на работите;
- **Визија и добра смисла за хумор** – никогаш не се откажуваат од својот сон и секогаш можат да пронајдат хумор во секоја ситуација;
- **Верба** – вистински претприемач треба да има верба во неговите идеи, за тие да станат реалност;
- **Лидерски способности** – лидерството е карактеристика којашто не може да се пронајде кај сите индивидуи. За да бидеш добар

претприемач мора да поседува лидерски способности т.е. да се биде водач, да се влијае и да се насочуваат луѓето;

- **Упорност** – претприемачите се искачуваат по ѕид со многу препреки обидувајќи се да ги остварат своите цели и да ги разрешат проблемите со кои секојдневно се соочуваат. Оние кои успеале да го направат тоа се вистински претприемачи, затоа што упорноста е таа што доведува до успех;
- **Храброст** – потребно е да поседувате храброст за да не ги перцепирате оние кои не ја делат истата визија со вас, да ги игнорирате оние кои ве негираат и цело време да се посветите на она што силно ве мотивира;
- **Социјални вештини** – социјалните вешти се потребни за да може да им пријдете на други луѓе и да ги убедите дека вреди да се инвестира во вашата идеја;
- **Преговарачки вештини** – доколку поседувате добри преговарачки вештини може да извлечете максимум од секое преговарање.

Вистинскиот претприемач ги отстранува од мислите зборовите: „не можам“, не сакам“, „тоа е невозможно“, „не можам да го сторам тоа бидејќи не поседувам знаење и вештини“ туку размислува поинаку, и се води од своите соништа и она што го рекол Роберт Ф. Кенеди – „Постојат луѓе кои ги гледаат нештата онакви какви што се и се прашуваат зошто. Јас сонувам за нешта кои никогаш не биле и се прашувам, зошто да не?“

3. ЖЕНИ ПРЕТПРИЕМАЧИ

3.1 Жени претприемачи и нивните карактеристики

Жените претставуваат еден голем и значаен дел од светската популација, со несомнено големо влијание во сеопфатното општество. Ако мажите претставуваат покрив на една куќа, тогаш несомнено жените претставуваат темел на таа куќа. Еманципацијата, независноста и моќта на жените се истакнуваат како значајни современи цивилизациски достигнувања. Жената треба да се почитува секоја секунда во животот, бидејќи жената не само што се изборила за своето право, туку таа и се докажала во својата активност во многу области од животот. Доколку жените се набљудуваат во професионална смисла, може да се забележат големи постигнувања во секое подрачје, така

што во секој случај мора да се констатира дека во светските рамки влијанието на жените континуирано расте. Одредени сектори кои до вчера како да беа резервирани само за мажите сè повеќе ги заземаат жените.

Жена претприемач е секоја жена која организира и раководи со некое претпријатие, бизнис, обично со значителна иницијатива и ризик. Исто така, жена претприемач е секоја жена која започнува сопствена компанија. Може да се каже и дека, жена претприемач е личност која е храбра да преземе ризик, за сопствената идеја да ја претвори во реалност, што всушност и покажува дека не постои разлика меѓу дефинирањето на поимот претприемач и жена претприемач, бидејќи се што е дефиниција за претприемач, е и дефиниција за жена претприемач.

И јавниот и приватниот сектор низ светот сè повеќе му даваат заслуга на женското претприемништво како една од водечките движечки сили, особено во време на финансиска криза. Бизнисите поседувани од жени создадоа 175.000 работни места, наспроти намалувањето од 596.000 работни места на национално ниво во рамките на приватните компании од 2007 до 2013 година. Во истиот овој период бројот на работни места создадени од компании управувани од жени порасна за 59 %.⁵

Појавата на жени претприемачи во последните 20 години во развиениот свет, тесно е поврзана со демократизација на општеството, поточно со еднаквите можности за мажите и жените, пред сè мислејќи на образованието, но и во науката и политиката.

Жените и нивната улога во претприемништвото добиваат сè поголема актуелност како во развиените земји, така и во земјите во транзиција. Во развиените економии се следат сите фактори кои можат да придонесат за развојот и тие фактори се користат максимално. Во светот континуирано се појавуваат поволни услови за развој на женското претприемништво, политика, наука. За тоа многу придонесуваат разните лоби групи. Улогата на жените во бракот е сменета, тие повеќе не се само „моден додаток“ на успешниот сопруг, туку се активни партнери во стекнувањето на богатството. Со тоа жените, целото семејно наследство најчесто го користат за купување и изнајмување на

⁵ Мади Шарма- членка на Економско-Социјалниот Совет на ЕУ-
<http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=11614723112&id=10&setIzdanie=23076>

недвижности, за започнување на сопствен бизнис или за модернизација на постојаната фамилијарна империја. Во последно време во книгите и списанија за претприемништво и бизнис сè повеќе се обрнува внимание на поглавјата за успешни жени и жени претприемачи. Бројот на жените бизнисменки расте од ден на ден. Пред само 30 години беше реткост да се најде жена претприемач. Пред 50 години жените од Западот не можеа да земат ни кредит доколку со нив не бил нивниот сопруг или некој друг маж, а да не зборуваме да земат кредит за да направат поголем бизнис зафат. Денес, сè е сменето. Улогата на жени во разни области е зголемена и таа успешно се води со работата. Според истражувањето на „Центарот за економско и бизнис истражување“ до 2020 година 53% од британските милионери ќе бидат жени. Во Канада и Германија постојат повеќе од еден милион жени претприемачи. Во Шведска тој број се движи помеѓу 28% од новите бизниси. Во Јужна Кореја жените се сопственички и раководат со фирма во 36% од фирмите. Во Англија 26% од вкупниот број претприемачи се жени, а 28% во САД.⁶

Карактеристиките на жените претприемачи може да бидат вродени и стекнати. Но, во секој случај, она што треба да ја краси една личност која е двигател на еден бизнис, меѓу другото е и:

- **Храброст** - доволно се храбри да преземат ризик;
- **Флексибилност** - доволно се флексибилни во односот со вработените и партнерите;
- **Поседување визија** - поседуваат визија која ја претвораат во реалност;
- **Поседување знаење и вештини** - образовани се и се надградуваат;
- **Одлучност** - одлучни се во донесувањето одлуки;
- **Енергија** - ја користат целата своја енергија за работата;
- **Самодоверба** - веруваат во себе и не се плашат од неуспех;
- **Енергија** - поседуваат голема количина енергија што е одржлива во текот на подолг временски период;
- **Доследност** - доследни се во своите одлуки и ги спроведуваат на дело;
- **Оптимизам** - секогаш позитивно гледаат на работите;
- **Иницијатива** - во секој момент се подготвени да преземат иницијатива;
- **Комуникативност** - поседуваат комуникативни способности;

⁶ <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202012%20Womens%20Report.pdf>

- **Снаодливост** - во секој момент бараат излез од некоја непредвидена ситуација;
- **Иновативност и креативност** - креативни се и иновативни, силно ги донесуваат одлуките, способни брзо да размислуваат;
- **Тимска работа** - работат во тим и го почитуваат мислењето на другите;
- **Постојано учење** - постојано се надградуваат читајќи и посетувајќи обуки;
- **Ориентираност кон резултатите** - убедени се дека ќе ја постигнат целта;
- **Независност** - економски се независни.

Жените не се преодредени да бидат само мајки, сопруги, домаќинки и сл. туку континуирано влегуваат во сите пори на општеството. Но, не сите држави гледаат на жените така. Денес, сè уште има држави кои ги ставаат жените во многу неповолна положба, дури од друг агол гледано во положба на робови, каде им се скратени сите права за едукација, политика, спорт, музика и др. Во тие средини сè уште постои мислење дека жените се задолжени за домашните работи, а не за бизнис, при што се кршат основните човечки права на жената.

3.2 Разлики меѓу мажите и жените претприемачи

Не постојат два подеднакво идентични претприемачи. Според Питер Ф. Друкер (Peter F. Drucker) „Некои од претприемачите се ексцентрични, други болно беспрекорно конформисти, некои се дебели, други слаби, некои се загрижени, други опуштени, некои се луѓе со исклучителен шарм и топлина, други немаат душа“. Но, во секој случај не постои разлика меѓу жена и маж претприемач. Најголем товар на жените им претставуваат традиционалните предрасуди кои се однесуваат на тоа дека местото на жената е покрај семејството, кујната, раѓањето и одгледувањето на деца. Не треба да се мисли дека жените се помалку способни за бизнис од мажите.

Според мислењето на повеќето мажи, жената треба да биде убава, забавна, дотерана, а не да размислува за работата, или пак за некои актуелни теми, за кои отсекогаш постои мислење дека тоа се “машки работи“. Ваквиот став уште на почетокот е препрека за жената претприемач која сака да склучи

некој бизнис договор. Затоа, жената и до ден денес мора постојано да се докажува.

Голем број на истражувања ги обработуваат проблемите кои произлегуваат од половиот стереотип. Карактеристиките на успешни претприемачи повеќе им се препишуваат на мажите отколку на жените. Но, сепак голем број истражувања покажуваат дека половиот стереотип е главна причина за нееднаквото образование и искуство, што ги ограничува можностите за отворање и проширување на претпријатијата, па врз основа на тоа се формираат стереотипи од типот на надреденост на мажите. Секое компаративно истражување кај мажите и жените претприемачи повеќе ги нагласува сличности отколку разликите. Испитувањето на вредносните системи покажало дека вредносните системи кај мажите и жените претприемачи имаат повеќе сличности отколку разлики.

Едно истражување спроведено меѓу жените претприемачи и мажи претприемачи покажало дека во големиот број на аспекти не постоеле значителни разлики. Жените добиле повеќе поени во поглед на автономијата и промените, а помалку во поглед на енергијата и прифаќање на ризикот. Значи жените претпочитаат поле на дејствување кадешто е возможно ново и различно искуство со мали ограничувања, со извесен степен на сигурност за исходот и со помало ангажирање на физички и ментални капацитети. Со истражувањето е утврдено дека помеѓу половите не постојат разлики во поглед на желбата за успех, автономијата, истражувањата, агресивноста, независноста, конформизмот, сфаќањето на целта, самодовербата, раководењето и контролата. Жените по својата интелигенција, способност, снаодливост, во никој случај не заостануваат зад мажите. Значи тие реално ги заслужуваат тие позиции. Има мислења дека жените не се доволно воинствени, меѓутоа и да се покаже како точна оваа констатција жените со упорноста и истрајноста можат да надоканадат на борбениот дух.

Некои типично женски особености, како што се способноста за соживување со туѓи проблеми, емоциите, силно изразената желба за интеграција, изразениот талент за комуницирање, снаодливоста и слично се плус или минус во женското претприемништво, посебно во делот кога фирмата треба да се управува. Навистина, бизнисот не познава емоции и туѓи проблеми и потреби, освен емоциите и проблемите за сопствениот бизнис кои даваат

енергија за напредување. Има мислења дека жените потешко можат да се прочитаат од мажите, па тоа во деловните разговори може да биде значајна предност во т.н. невербално комуницирање. Тајни, мислења, идни насоки за дејствување, стратегии и планови ќе си останат неоткриени од претприемачот од другата страна, што претставува силна предност во фаза на преговарање и договарање.

Жените се повнимателни од мажите кога е во прашање започнување на бизнис. Едно истражување спроведено од мрежа на женски бизниси *Еверивуман* (Everywoman) покажува дека жените повеќе внимание посветуваат на планирање на нивниот бизнис (55% од жените работат на бизнис планот во однос на 34% од мажите).⁷ Ова истражување исто така покажало дека жените претприемачи повеќе внимание посветуваат на поставување на профитни таргети за разлика од мажите. Мотивационите причини кај мажите и жените претприемачи за започнување на бизнис се претежно исти. Тие се однесуваат на независноста, автономијата, достигнувањето, повисок профит, признание. Како разлика е тоа дека мажите првенствено го започнуваат бизнисот поради економски причини, а додека жените поради семејни потреби. Додека мажите гледаат на претприемништвото како бизнис одлука, жените гледаат на него како избор во животот – начин на поврзување на семејните и кариерните потреби.

Жените преферираат бизниси со понизок ризик. Жените добиле повеќе поени во поглед на автономијата и промените, а помалку во поглед на енергијата и прифаќање на ризикот. Жените претпочитаат поле на дејствување кадешто е возможно ново и различно искуство со мали ограничувања, со извесен степен на сигурност за исходот и со помало ангажирање на физички и ментални капацитети.

Жените го дефинираат успехот различно од мажите. За жените успехот означува поседување контрола над нивните сопствени судбини, градење тековни односи со клиенти (потрошувачи) и работење нешто исполнително.

Нивото на образование помеѓу мажите и жените претприемачи е речиси исто. Тоа го покажуваат статистичките податоци од повеќето земји објаснети во наредниот дел од трудот. Од статистичките податоци за различни земји

⁷ <http://www.is4profit.com/small-business-news/20081129-female-entrepreneurs-plan-more.html>

констатирано е дека процентот на дипломирани студенти е поголем кај жените. Низ различни истражувања утврдено е дека постои разлика во типот на образование. Мажите претприемачи се позастапени во техничките науки, а додека жените претприемачи повеќе се ориентираат на административните и услужните работи, па следствено на тоа мажите и жените претприемачи работат во различни сектори. Жените претприемачи во поголем степен се застапени во малопродажбата, домашните ракотворби, шиењето, услужните сектори, козметичките услуги, личните услуги, како и работи кои можат да се извршуваат од дома. Мажите претприемачи преферираат да работат во производството, трговијата на големо, финансиските услуги.

Женските и машките претприемачи се разликуваат во начинот на кој тие ги финансираат нивните бизниси. Жените имаат поголеми бариери во однос на стекнувањето на старт-ап (*start-up*) капиталот. Тие бариери се поради дискриминацијата на жените претприемачи од страна на финансиските институции. Исто така, жените почнуваат бизнис со помалку пари. Главно жените својот бизнис го започнуваат со сопствени заштеди, со помош на бизнис партнери, со помош на сопругниците, родителите, а помалку со банкарски заеми, кои денес почнуваат полека, но сигурно да се интензивираат при промоција на женското претприемништво.

За жените, флексибилноста е поважна од парите. Главната цел на мажите претприемачи е големината и растот на нивниот бизнис, додека пак, оваа цел кај жените претприемачи е на второ место. Но, има и бизниси што ги поседувале жените кои започнале како мали, а подоцна прераснале во голем бизнис.

Од погоре изнесеното, може да се направи следнава споредба меѓу жена и маж претприемач. Жена претприемач:

- Успехот го мери со задоволството на купувачите, профитот и напредувањето на вработените,
- Води поголема грижа за вработените, квалитетот и меѓучовечките вредности,
- Ги поддржува вработените во желбата за напредување,
- Вложува во образованието и напредувањето на вработените,
- Флексибилна е во однос на породилни отсуства,

- Претпазлива е при земањето кредит - се задолжува онолку колку што смета дека ќе може да врати,

Мажот претприемач пак:

- Ужива поголема доверба во околината во однос на жената претприемач,
- Презема повеќе ризик,
- Тврдоглав е, убеден сам во себе,
- Кај него има голема хиерхија,
- Нема флексибилност во однос на работното време и др.

Сепак и покрај наведените разлики меѓу мажи и жени претприемачи очекувањата за успех и желбата за опстојување на бизнисот се еднакви кај двата пола. Секој претприемач има желба за успех и опстојување на својот бизнис.

3.3 Мотиви кај жената за основање и поседување бизнис

Мотивацијата е психолошка карактеристика на една личност која влијае на иднината на личноста, а со која се задоволуваат одредени развојни, економски и социјални потреби на личноста. Личноста е мотивирана да ја задоволи онаа потреба, која во моментот е најсилна. За да ги задоволат своите потреби, во последно време жените сè повеќе ја избираат претприемачката кариера со која си поставуваат свои сопствени цели, планираат акции и преземаат заслуги за остварените цели. Во текот на конвенционалната кариера тие работат за друг и се зависни од плановите, целите и финансиите на некои други личности.

Луѓето се мотивирани од различни фактори за да основаат и поседуваат свој бизнис, но во основа тие тоа го прават поради потребите, кои се нарекуваат и *пуш* (push) фактори, и поради можностите, кои се всушност *пул* (pull) фактори. Пуш (Push) факторите:

- Ги туркаат луѓето да бидат претприемачи, односно да основат и поседуваат свој бизнис,
- Имаат негативна конотација,
- Конвенционалната кариера веќе не е атрактивна,

Примери на пуш (push) фактори се:

- Ниска заработка,

- Ограничена перспектива,
- Невработеност,
- Незадоволство од работата,
- Нефлексибилен менаџмент,
- Неможност да се генерираат сопствени иновации,

Пул (Pull) факторите:

- Ги влечат луѓето да бидат претприемачи, односно да основат и поседуваат свој бизнис,
- Имаат позитивна конотација,
- Основањето бизнис се гледа како добра прилика,
- Претприемачката кариера е доста атрактивна,

Примери на пул (pull) фактори се:

- Личен развој,
- Самодоказување,
- Мотив за профит,
- Слобода и чувство на независност,
- Креативност,
- Иновативност,
- Чувство на задоволство од постигнатото,
- Социјалниот статус.

Жените се мотивирани од повеќе различни *push* и *pull* фактори за да станат претприемачи и сами основат свој бизнис. Ќе наброиме неколку од нив:

- Обезбедување на егзистенцијата - жената се повеќе е столб на семејството и истата се бори да обезбеди егзистенција за себе и своето семејство;
- Желбата за независност - жените сакаат да бидат економски независни, т.е да имаат свој сопствен бизнис;
- Желба за самодоказување - жените отсекогаш имаат голема потреба за самодоказување, тие се упорни и борбени, и во ништо не заостануваат зад мажот;
- Желба за самостојност во однос на мажот - секоја жена сака да биде економски независна од мажот, зашто таа самостојност понатаму влијае и на иднината на целото семејство;

- Желба децата да го наследат бизнисот - жената најчесто се препознава во улогата на мајка и таа сака нејзините деца да имаат што да наследат;
- Обезбедување на сигурност за староста - жената не сака да биде ничиј товар кога нема да е веќе работоспособна, едноставно се труди да си обезбеди сигурност;
- Желба за успех и независност - најголем број жени имаат потреба и желба да бидат успешни, да имаат своја кариера и се независни од било кој;
- Потреба од сатисфакција во работата - жената отсекогаш на работата гледа со емоции и чувствителност, таа едноставно сака работата што ја работи да ја задоволува;
- Економски потреби - секоја жена има економски потреби како и мажот, и таа за истите бара начин да биде независна;

Да се основа и води свој бизнис за жената претставува животна стратегија, и таа кон тоа го насочува целиот свој труд, своето време, своите пари. Основањето и водењето сопствен бизнис жените го гледаат како избор во животот – начин на поврзување на семејните и кариерните потреби. Успешната жена која води свој бизнис е и успешна сопруга и мајка, затоа што нејзиното семејство и нејзините деца се уште поголем двигател во желбата да се успее и истрае.

3.4 Механизми на поддршка на женското претприемништво

Економското зајакнување на жените пред сè зависи од нивниот пристап кон ресурси, поседувањето на вештини за истите да се искористат, достапноста на специфично дизајнирани активни мерки за жените претприемачи и препознавање и промоција на жените како лидери и бизнис професионалци. Денес за жал, жената сè уште останува да биде силно неискористен, потценет и непрепознаен бизнис ресурс. Истовремено, жената како претприемач е соочена со низа дополнителни предизвици кои произлегуваат од традиционалната родова поделба на улогите, нееднаквата дистрибуција на задачи во економијата на грижа, непостоењето на специфично дизајнирани мерки за поддршка на женското претприемништво, и нееднаквиот третман на жените во бизнис заедницата.

Светските искуства во промоција на женското претприемништво се богати и многубројни. ЕК на ЕУ има реализирано низа зеднички проекти за поддршка на женското претприемништво, помага во основањето на деловни здруженија на жени, а секоја земја, членка на ЕУ, во зависност од нејзините потреби основа мрежи, здруженија, деловни центри, како и законски решенија за поддршка на жените претприемачи.

ЕУ има изготвено Стратегија до 2020 година, според која за задача има поставено стапката на вработеност на мажите и жените на возраст од 20 до 64 години да изнесува 75%, при што свое вработување ќе најдат и жените, младите, постарите и помалку образованите лица. Како резултат на својата голема посветеност за развој на женското претприемништво, ЕК на ЕУ ја основаше Мрежата на европски амбасадори на жени претприемачи во 2009 година, а во 2011 е основана Европската мрежа на ментори на жените претприемачи со задача да вршат промоција, поддршка и охрабрување на женското претприемништво.⁸ Жените амбасадори имаат задача да промовираат успешни деловни жени, како успешни примери за охрабрување на жените да сметаат дека претприемништвото е реална опција за создавање на кариера и обезбедување на егзистенција. Менторите, пак ги советуваат потенцијалните претприемачи со практични совети за нивното работење, почнувајќи од финансиски извори до обуки и образование.

Порталот за женското претприемништво ги содржи сите релевантни податоци поврзани со манифестации кои се однесуваат за женското претприемништво, имиња и профили на женското претприемништво, мрежи и проекти за промоција на женското претприемништво, меѓународни организации за женското претприемништво и др.

Покрај ЕУ, САД во 1953 година ја имаат основано *Администрацијата за мало стопанство* на САД, како владина институција за поддршка на малото стопанство и истата помага посебни групи, а најголем акцент е ставен на жената. Во нејзини рамки, постои мрежа на деловни центри за жени, со оглед на специфичните потреби на женското население во различни средини и различни потреби.

8

http://eeas.europa.eu/delegations/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/documents/more_info/publications/eu_thinking_big_for_small_businesses_mk.pdf

Постојат и други асоцијации, здруженија, невладини ораганизации кои се основани токму за поддршка на женското претприемништво, и истите одржуваат разни семинари, обуки и состаноци за сè поголемото економско јакнење на жената.

Покрај ова, постојат и други механизми за поддршка на женското претприемништво како:

- Основање на фондови за развој на женското претприемништво;
- Креирање посебни кредитни линии за женски бизнис;
- Лобирање кај странски и домашни донатори за поддршка на проекти за развој на женското претприемништво;
- Основање на бизнис инкубатори за жени;
- Обука на жените претприемачи за родовата еднаквост и надминување на пречките и бариерите со кои се соочуваат при започнување на бизнис;
- Даночно олеснување поврзано со брачниот и родителскиот статус на жената претприемач;
- Јавно промовирање на успешните жени претприемачи;
- Поттикнување на развој на клубови на жени претприемачи.

3.5 Проблеми и бариери кај женското претприемништво

Кај нас сè уште постои размислувањето дека жената е за домот и децата, и дека не и е местото да води бизнис. Најчесто кога жените се обидуваат да дојдат до кредити заеми и слично инвеститорите имаат дилема во нивната способност да водат бизнис. Меѓутоа овие трендови се менуваат. Многу битно за една жена која сака да започне со сопствен бизнис е цврсто да верува во својата идеја, да биде самоуверена и никако да не потклекнува пред потешкотиите. Треба да верува во своите ставови, да се држи до своите принципи. Ако таа верува во самата себе, ќе веруваат и сите околу неа. Колку повеќе жени стануваат претприемачи, толку самиот процес на влегувањето на жена во овој свет ќе стане се полесен и полесен.

Секој бизнис е предизвик. Секој бизнисмен се соочува со одредени бариери, но жените, се соочуваат со поголем број на бариера за разлика мажите. Поради самата природа на жената, таа има поголема одговорност кон

семејството. Жената е мајка, сопруга, домаќинка и има потреба од голема енергија, време и ресурси. Но, ова не значи дека дека жените претприемачи се помалку успешни од мажите. Тие умеат да бидат успешни и покрај бариерите со кои се соочуваат. Жените се соочуваат со многубројни основни и специфични бариери кои ги прават да бидат поразлични од мажите претприемачи. Почнувајќи од нивната фамилијарна одговорност, која се јавува како причина и основа, а потоа надоврзувајќи се на финансиските проблеми, недоволна поддршка од одредени земји, полова дискриминација и др.

Недостигот на финансии за започнување сопствен бизнис, недостигот на идеи и информации за водење бизнис, менталитетот, претприемачките вештини, социјалната структура и др. се само дел од бариерите со кои се судираат жените при започнувањето и водењето на свој бизнис.

Менталитетот претставува пречка во врска со финансиската подготвеност на една жена да стане претприемач, бидејќи токму менталитетот претставува проблем да жената дојде до сопствен имот, кој би бил отскочна даска во почнувањето на бизнисот.

Пречките во врска со претприемачките вештини не се за занемарување, затоа што жените најчесто не се едуцирани за водење на бизнис, туку истиот го отвориле за егзистенција на семејството. Со доедукација за претприемачки вештини доаѓа до зголемување на капацитетот на женското претприемништво.

Бариера претставува и социјалната структура. Многу често жената во руралните средини не може да почне свој бизнис, затоа што мора да се грижи за стари лица и за децата во семејството.

Процентот на добиени кредити не е на страната на жената, најчесто поради незнаењето на жената како да се подготви за добивање на кредит, како да ги изработат своите бизнис планови и да го презентираат своето работење. Бариерите за жените претприемачи се поделени во неколку групи и тоа:

- **Основни бариери;**
- **Специфични бариери за старт за бизнис;**
- **Специфични бариери за управување на фирмата;**
- **Специфични бариери за раст на фирмата**

Во основните бариери се разработени основните, односно општите бариери со кои се соочуваат жените претприемачи како што се: *недостаток на*

искуство, недостаток на релевантни мрежи и асоцијации и недостаток на богатство.

Претприемништвото зависи од искуството. Претприемачите се разликуваат по знаењето, вештините и способноста да пронајдат можности. Главно, целото ова зависи од образованието и работното искуство. Жените имаат помалку искуство во откривање на можностите. Се смета дека високообразованите жени избираат други можности за кариера, отколку самовработувањето или претприемништвото. Жените имаат помалку искуство во врска со започнување и водење на бизнис за разлика од мажите и затоа ова се смета за бариера кај жените претприемачи. Искуството е многу значајно, со поголемо искуство, поголеми се и можностите подобро да се разрешат проблемите и да се успее.

Асоцијациите се многу значајни за поврзување на жените претприемачи од разни места, за нивна поддршка и афирмација, за размена на искуство, за организирање на семинари, полесно стекнување до ресурси и др. Асоцијациите се сметаат за еден од основните фактори за старт, водење, раст и успех на бизнисот. Жените, генерално, имаат пониска општествена позиција од мажите, а тоа влијае и на вклученоста во мрежите и асоцијациите за поврзување. Жените помалку се вклучени во асоцијации од мажите, а исто така и типот на самите асоцијации е различен.

За почетокот на секој бизнис потребни се финансиски средства. Позицијата на жените е таква да тие имаат недостаток на финансиски средства. Обврски што жените ги имаат во семејството, се причина што повеќето жени претприемачи не работат целовремено и не се посветени на кариерата. Поради тоа, тие и потешко можат да создадат лично богатство. Разните законски и културни пречки кои постојат во некои земји се причина жените тешко да заштедат пари за да започнат сопствен бизнис. Исто така, разните предрасуди за стекнување на надворешни финансиски средства се причина повеќе да се отежни состојбата на жените претприемачи.

Во специфични бариери за старт за бизнис се вбројуваат: *надворешни финансии и полова дискриминација*. Жените имаат помалку лични финансиски средства од мажите. Ова значи дека на жените им се дадени помалку можности, така да тие мора да обезбедат дополнителни ресурси за да ги искористат можностите за работа. Исто така, жените се соочуваат со подолг

временски период за добивање на финансии од мажите за истите бизнис можности поради половата дискриминација. Финансиските институции во многу случаи се скептични при доделување на кредити на жените претприемачи, така што жената е маргинализирана во добивање на почетен капитал за да започне бизнис. Половата дискриминација не само што е една од пречките за добивање на финансии, туку е пречка за работење и раст на бизнисот. Сè уште живееме во време, каде во некои земји е присутно почитувањето на традицијата во однос на положбата на жената и можностите за нејзино унапредување. Жените имаат сериозни проблеми за да добијат финансии, поради нивната слаба социјална положба или пак, не им е дозволено да бараат финансии, така што нивните сопрузи и браќа мора да ги бараат за нив. Од друга страна, постојат пак и земји каде жените претприемачи се гледаат како можен извор за финансии и тие сè повеќе се промовираат.

Специфични бариери за управување на фирмата се однесуваат на различните размислувања кои постојат кај клиентите, банките, добавувачите, вработените, дека менаџерските способности се препишуваат на мажите, и истите имаат тенденција да не ја гледаат жената во улога на менаџер. Често пати, не може да се комбинираат улогите на менаџер, мајка и лице кое се грижи за семејството. Меѓутоа, се смета дека жените имаат способност да се справат со сите тие улоги и имаат доволно добри и изразени менаџерски карактеристики.

Проблем и бариера со која се соочуваат жените претприемачи е растот на фирмата, посебно растот на продажбата. Додека мажите имаат амбиции да постигнат раст на фирмата, жените имаат амбиции да постигнат задоволство на работа. Причина за тоа што жените немаат доволно раст на фирмата се и финансиите. За една фирма да прерасне во голема и да расте потребни и се доволно големи финансии.

Од погоре изнесеното може да заклучиме дека жената патот кон успехот постојано и е со пречки, бариери, проблеми и предизвици. Таа цело време на тој пат се труди да покаже дека може, умее и треба да биде рамо до рамо со мажот кој успешно води еден бизнис.

3.6 Развој на женското претприемништво

Политиките за развој на женското претприемништво се едни од основните што можат да ги намалат бариерите и ограничувањата на промоција и развојот на жените претприемачи и поради тоа потребно е да се применуваат како на индивидуално, така и на национално ниво. Пред сè основната улога и резултат на што го нуди женското претпримеништво е креирање на работни места за самите себеси и за другите, како и зголемување на степенот на самодоверба и независност на жените. Развојот на женското претприемништво опфаќа:

- **Промоција и развој на мрежи и асоцијации за жени претприемачи** - ова е една од основниот извор на знаење и алатка за развој и промоција на женското претприемништво. Соработката и партнерствата на жените во националните и меѓународните мрежи може да ја олесни промоцијата на жените претприемачи во глобалната економија;
- **Зголемување на можностите на жените да учествуваат во пазарот на работната сила** преку обезбедување на места за згрижување на децата и еднаков третман на работното место;
- **Создавање на владини канцеларии наменети за жени претприемачи** - Таквите канцеларии имаат разни програми за да се обезбедат деловни центри за жени, потоа организираат информативни семинари и состаноци со цел да се подобри и промовира женското претприемништво;
- **Програми насочени за помош на жените при старт на бизнис**, преку тренинг, бизнис совети и други форми на поддршка;
- **Обезбедување на финансиска помош на жените претприемачи**, преку олесување на можностите при добивање на финансиски средства, пристап до кредити, фондови наменети за жени претприемачи;
- **Зголемување на образованието на жените и намалување на нивната неписменост**;
- **Еднакви можности на жените и намалување на половата дискриминација**;
- **Еманципација на жените во руралните средини и нивно економско зајакнување**;

- **Развој на посебни програми насочени за вработување на жените**- Овие програми потребно е да се темелат на овозможување на олеснителни мерки за вработување на жените со различно ниво на образование, при тоа укажувајќи на фактот дека високото образование носи и повисока работна функција;
- **Обезбедување на посебни програми за флексибилно работно време на жените** - Со овие програми би се ублажила невработеноста и подобрила социоекономска слика на женската популација затоа што флексибилното работно време би им помогнало на жените за поврзување на обврските кон семејството и кариерата;
- **Поедноставување на правното и регулаторното окружување** - Ова се однесува на поддржување на женското претприемништво од правното окружување и деловната клима;
- **Промоција на информатичката, комуникациската технологија и овозможување ширење на технологијата кон претпријатијата на жените** - Овозможувањето на жените до полесен пристапот на нови знаења и технологии им помага за понатамошна афирмација. Од голема значајност е примената на електронски начин на работење на традиционалните работи, како продавање, купување, плаќање, маркетинг, промоција на производ, кој сè повеќе е применуван од жените претприемачи;
- **Интернационализација на претпријатијата на жени**- потребата од вклучување на претпријатијата на жените во странските пазари е услов кој заслужува големо внимание. Промовирање на можностите за претставување на странските пазари ја зголемува пред сè самодовербата кај жените, потоа профитот на претпријатието, промоција на производот, размена на различни искуства, како и врши промоција на земјата;
- **Насочување на државна помош кон потребите на жените претприемачи** - Државната помош не значи само обезбедување финансиска помош и поддршка, туку и помош за обезбедување на услови за работење на женските претпријатија;
- **Овозможување на обуки за жените претприемачи** - Обуките за женските претприемачи им помага на жените да осознаат за успешните примери, како и применување на истите.

3.7 Разликата на секторската структура меѓу женското и машкото претприемништво

Мажите и жените претприемачи работат во различни сектори. Жените претприемачи во поголем степен се застапени во малопродажбата, домашните ракотворби, шиењето, услужните сектори, козметички услуги, личните услуги, како и работи кои можат да се извршуваат од дома. Табелата подолу ни ја даваат застапеноста на мажите и жените во различни сектори во Канада во 2013 година.

	2013		
	Number employed		
	Both sexes	Men	Women
	Thousands		
All industries	17,731.2	9,295.7	8,435.4
Goods-producing sector	3,883.4	3,060.0	823.4
Agriculture	314.6	222.7	92.0
Forestry, fishing, mining, quarrying, oil and gas¹	367.4	300.2	67.2
Utilities	143.5	109.4	34.1
Construction	1,323.7	1,168.2	155.5
Manufacturing	1,734.2	1,259.5	474.7
Services-producing sector	13,847.7	6,235.7	7,612.0
Trade	2,705.2	1,386.4	1,318.8
Transportation and warehousing	863.2	650.4	212.9
Finance, insurance, real estate and leasing	1,122.3	496.6	625.7
Professional, scientific and technical services	1,347.7	767.9	579.9
Business, building and other support services²	713.9	387.9	325.9
Educational services	1,289.0	430.8	858.2
Health care and social assistance	2,176.5	388.7	1,787.8
Information, culture and recreation	782.8	422.7	360.1
Accommodation and food services	1,131.8	474.0	657.9
Other services	769.5	358.6	410.8
Public administration	945.8	471.7	474.0

Табела 1- Вработени по сектори и пол во Канада (преземено од

<http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l01/cst01/labor10b-eng.htm>)

Table 1- Employment by industry and sex in Canada (преземено од

<http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l01/cst01/labor10b-eng.htm>)

Сите останати статистички податоци за разликата на секторската структура во секоја држава може да се погледнат на страната UNECE (United Nation Economy Commision for Europe).

Мажите претприемачи преферираат да работат во производството, трговијата на големо, финансиските услуги. Исто така, жените претприемачи често се поддршка на група на луѓе, било за пронаоѓање на работа или за други активности.

Видовите на фирми кои ги поседуваат жените, како и типовите жени претприемачи кои основаат или поседуваат сопствена фирма воопшто не се разликуваат од оние кои ги поседуваат мажите. Фирмите во сопственост на мажи се застапени во сите гранки од стопанството, додека оние на жените главно се концентрирани на малопродажните и услужните дејности. Она што е новина во последно време е тоа што се повеќе жени нудат интелектуални услуги во разни книговодствени агенции, школи за изучување на странски јазици и др. Со еден збор, жените со текот на времето се повеќе се застапени во сите сектори благодарение на нивната упорност и амбициозност, нивната желба за напредок и усовршување.

3.8 Жени претприемачи во земјите на ОЕЦД

ЕУ и водечките меѓународни организации, како што е ОЕЦД постојано го следат женското претприемништво, неговиот развој и даваат значителна финансиска и институционална поддршка на истото во рамките на нивните земји членки. Истовремено вршат разни анализи и ги објавуваат резултатите од истите со што се поттикнуваат сите земји членки за развој и поддршка на жените претприемачи.

3.8.1 Жените претприемачи со САД и Канада

Во САД постојат нови верувања дека жените се подобри претприемачи од мажите. Малкумина во американското општество го доведуваат во прашање развојот или способноста на жените во светот на бизнисот. Но, сепак, на жените сè уште им е потешко да освојат високи менаџерски позиции отколку што е тоа случај со мажите.

Според статистиките на Американското министерство за труд, женското учество во работната сила било помалку од 40% во 1960 година, но се предвидува дека ќе достигне до 62% до 2015 година. Статистичките податоци зборуваат дека пред 1970 година жените биле сопственици на помалку од 5% од претпријатијата, во 1985 година околу 28%, додека во 2006 година имало 40,2% што покажува дека 2 од 5 бизниси се поседувани и водени од жени⁹. Според последниот попис во 2007 година има 7.8 милиони фирми во сопственост на жени. Според Американското министерство за труд, односот помеѓу мажи и жени основачи на фирми изнесува 2:1. Најновите податоци покажуваат дека во Америка има 9 милиони жени основачи на фирми, наспроти 11,4 милиони мажи претприемачи. Се смета дека за периодот 1997-2007 бројот на компании кои се во сопственост на жени пораснал за 30.4%.¹⁰ Во периодот од 2007 до 2014 бројот на компании кои се во сопственост на жени во САД пораснал за 68% и во 2014 година се смета дека во САД има приближно 9.1 милион компании во сопственост на жени.¹¹

Жените во САД заземаат 4% од водечките позиции, што претставува многу мал процент. Во 2010 година америчкиот весник *Форбс* извршил истражување за утврдување на најдобро платени професии за жени, иако е утвредено дека мажите сè уште заработуваат 20% повеќе од жените. Според ова истражување најдобро платени професии на жени во 2013 година се:¹²

- *Фармацевт* со неделна плата од 1 871 долари и годишен доход од 98 000 долари, при што 52% се жени,
- *Шеф на компанија* со неделна плата од 1 730 долари и годишен доход од 90 000 долари, при што 26% се жени,
- *Адвокат* со неделна плата од 1 636 долари и годишен доход од 85 000 долари, при што 33% се жени,
- *Медицинска сестра* со неделна плата од 1 530 долари и годишен доход од 79 500 долари, при што 84% се жени,
- *Менаџер на компјутерски и информациски системи* со неделна плата од 1 527 долари и годишен доход од 79 500 долари, при што 26% се жени,

⁹ <http://pretpriemac.mk/index.php/faq-menu/98-2009-08-19-09-03-14.html>

¹⁰ <http://census.gov/>

¹¹ http://www.womenable.com/content/userfiles/2014_State_of_Women-owned_Businesses_public.pdf

¹² <http://www.forbes.com/sites/jennagoudreau/2013/02/28/the-best-paying-jobs-for-women-in-2013/>

- *Софтверски инженери системи* со неделна плата од 1 311 долари и годишен доход од 68 000 долари, при што 21% се жени,
- *Физичари и хирурзи* со неделна плата од 1 418 долари и годишен доход од 74 000 долари, при што 35% се жени,
- *Асистент физиотерапевт* со неделна плата од 1 364 долари и годишен доход од 71 000 долари, при што 69% се жени,
- *Софтвер девелопер и систем софтвер инженер* со неделна плата од 1 362 долари и годишен доход од 71 000 долари, при што 20% се жени,
- *Менаџер аналитичар* со неделна плата од 1 325 долари и годишен доход од 69 000 долари, при што 42% се жени,
- *Компјутерски систем аналитичар* - со неделна плата од 1 254 долари и годишен доход од 65 000 долари, при што 33% се жени.

Најниско платените работни места, според неделната плата, се позиционирани кај услугите – чистачки (362 долари), келнерки (363 долари), бебисистерки (364 долари) и слугинки (371 долари). Не само што овие работни места се најниско платени, туку најголемиот број вработени на ова поле се жени.

Во САД, во рамките на администрацијата за мало стопанство, уште од 1985 година се води статистика за жените претприемачи, од што се гледа дека за овој дел од малото стопанство се води посебна сметка и дека женското претприемништво станува сè позначаен економски потенцијал на американското стопанство, како и во целиот свет.

Бројот на бизниси во сопственост на жени низ еден подолг период во САД за период од 20 години пораснал речиси за 100% (од 4.114.787 во 1987 година на 7.793.425 на 2007 година). Ова значи дека жени го зголемиле своето учество во полето на бизнисот.¹³ Во 2011 година во Америка повеќе од 8,1 милион жени имаат свои бизниси.

Во САД жените најмногу основаат бизниси кои се однесуваат на здравствени и социјални грижи и едукација, администрација, а најмалку во градежништвото, финансиите и осигурувањето. Има одреден број индустрии во кои доминираат жени, како на пример, здравствените услуги. Од друга страна, околу 6% од градежните фирми се во сопственост на жени.¹⁴ Во продолжение

¹³ http://www.womenable.com/content/userfiles/2014_State_of_Women-owned_Businesses_public.pdf

¹⁴ http://kapital.mk/mk/magazin/82422/makedonskite_zheni-lideri_vo_biznisot_se_hrabri_i_uporni.aspx

е дадена табелата на првите 10 држави во САД за бизниси во сопственост на жени и од истата може да се заклучи дека кај сите американски земји имаме пораст на бизнисите во сопственост на жени¹⁵:

	1992	1997	2002	2007	2013	2014
Калифорнија	559.821	801.487	870.496	1.039.642	1,107,000	1.114.900
Флорида	221.361	352.048	437.355	581.026	572,900	596.400
Џорџија	88.050	143.045	196.195	278.250	308,200	317.200
Илиноис	177.057	250.613	284.954	343.151	382,700	388.700
Мичиген	133.958	193.820	217.673	248.351	246,700	261.400
Северна Каролина	93.532	142.516	173.874	225.503	267,000	267.800
Нјујорк	284.912	395.944	394.014	505.077	669,100	682.200
Тексас	298.138	414.179	468.705	610.279	737,300	756.700

Табела 2- Топ 10 држави со бизниси во сопственост на жени во САД

Table 2- Top Ten States: Number of Women-Owned Businesses

Од 1997 до 2013 година кога бројот на бизниси во САД пораснал за 41%, бројот на жени кои основаат сопствен бизнис расте за 59%. Малите бизниси во сопственост на жени традиционално се застапени во услужниот сектор и трговијата на мало, но во последните години жените претприемачи интензивно навлегуваат во области како производството, градежништвото, професионалните, научни и технички услуги како и другите индустриски области.

За жените кои сакаат да започнат бизнис, или за оние жени кои сакаат нивниот бизнис да оди на повисоко ниво САД имаат специјални оддели во банките задолжени за финансирање на жените претприемачи со посебни програми за заеми и кредити. Постојат и голем број на непрофитни организации и асоцијации кои нудат поддршка за жените кои започнуваат и водат бизнис, и истите доста успешно го прават тоа. Тие вршат едукација на жените претприемачи за надминување на пречките при започнување и водење сопствен бизнис.

Жените во Канада имаат голем степен на самовработување, за разлика од жените во било која друга земја. Еден од три самовработени Канаѓани се жени. Во последната декада, порастот на самовработени жени е околу 10%, што е помалку во однос на мажите (12%). Бројот на жените претприемачи бележи пораст во економијата на Канада. Тие сè повеќе продолжуваат да го

¹⁵ https://c401345.ssl.cf1.rackcdn.com/wp-content/uploads/2013-2014/03/13ADV-WBI-E-StateOfWomenReport_FINAL.pdf

избираат претприемништвото како нивна кариера. Жените претприемачи се сопственици на околу 15,6% мали и средни претпријатија во Канада во 2011, година и кај нив работат 1.6 милиони Канаѓани.¹⁶

Речиси половина од самовработените жени во Канада работат од дома. Просечната возраст на жените претприемачи во Канада е 41, а најчесто жените претприемачи се околу 35 до 54 години. Во пораст е бројот на жени претприемачи над 55 годишна возраст.¹⁷ Во последните 20 години во Канада процентот на бизнис поседуван од жени е зголемен за 200%. Жените опстануваат добро во бизнисот и нивните стапки на опстанок се зголемуваат. Речиси една од четири самовработени жени се високо образовани. За разлика од мажите, жените претприемачи имаат помалку искуство и околу 50% од нив имаа помалку од 10 години искуство. 40% од жените претприемачи се членови на трговски асоцијации.¹⁸

Жените формираат и водат претпријатија, кои се помали, околу 99% од женските претпријатија имаат под 20 вработени. Иако жените претприемачи традиционално се застапени со трговијата на мало, во услужниот сектор, тие сè повеќе се афирмираат во архитектурата, економијата, медицината. Интересен е податокот дека една од пет самовработени жени не се родени во Канада.

Исто како и во САД, и Канада нуди пристапност на жените претприемачи до разни фондови и грантови за женското претприемништво, како и микрокредитирање на истото.

3.8.2 Жените претприемачи во Азија

Во азиските земји се почитуваат повеќе религии. Повеќерелигиозниот состав во Азија, низ векови имал значајна улога во нејзиниот развој и врз формирањето на културата на луѓето. Освен застапените христијанска и муслиманска религија кои влијаат врз бизнисот, хиндуизмот, будизмот и конфучијанизмот исто така, имаат големо влијание врз водењето на бизнис. Хиндуизмот не ја охрабрува претприемачката активност во потрага по

¹⁶ <http://www.prnewswire.com/news-releases/canadian-business-women---a-growing-economic-force-271075171.html>

¹⁷ <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/small-business/sb-managing/leadership/female-entrepreneurship-growing-but-still-an-untapped-resource-study/article14904113/>

¹⁸ [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/KSBS-PSRPE_July-Juillet2012_eng.pdf/\\$FILE/KSBS-PSRPE_July-Juillet2012_eng.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/KSBS-PSRPE_July-Juillet2012_eng.pdf/$FILE/KSBS-PSRPE_July-Juillet2012_eng.pdf)

создавање на богатство, како протестанизмот. Традиционалните хинду вредности нагласуваат дека поединците треба да се ценат според нивните духовни постигнувања. Поради нагласокот на аскетскиот начин на живот, хиндуистите помалку се впуштаат во претприемачки активности отколку посветените протестанти. За разлика од хиндуизмот, будистичкото општество, поради недостатокот на поддршка на кастинскиот систем и екстремното аскетско однесување, претставува поплодна почва за претприемничката култура. Лојалноста, реципрочните обврски и чесноста при водење на бизнис се од особена важност за конфучијанизмот. Земјите со оваа идеологија (Кина, Јапонија, Јужна Кореја, Тајван) имаат длабоки економски импликации колку и оние кај протестанизмот.

Малите и средните претпријатија во Азија играат голема улога во создавање на работни места, намалување на сиромаштијата, пораст на доходот и поразвиена економија. Жените во Азија го прифаќаат предизвикот на животот и повеќе се унапредуваат во образованието, работата, општеството, притоа борејќи се со традиционалните традиции и сфаќања. Овие земји ги намалуваат бариерите и им нудат нови можности во бизнисот на жените преку давање на совети, тренинзи, полесен пристап до кредити. Жените претприемачи во овој регион просперираат во голем број области на разни индустрии, како традиционалните услужни сектори, трговијата на мало, така и во најразвиени технологии кои се извозно ориентирани.

Во согласност со големиот раст на економијата во Азија, учеството на жените на високи позиции во Азија, од 2007 година е на повисоко ниво од просечното глобално ниво. Многу земји во Азија се земји во развој, чии економии се развиваат многу брзо.

Според податоците на Светската банка за процентот на партиципација на жените во работната сила во Азија од вкупниот број на женска популација (+15 години) Кина, Јапонија, Тајланд и Виетнам имаат најголемо учество на жените во работната сила за периодот 1980-2008. Ирак и Пакистан имаат најмали проценти низ целиот период. Жените во азиските земји во голем степен учествуваат како работници, додека како работодавци нивното учество е минимално.

Слично како застапеноста на женски работници, така и жените – топ менаџери бележат диспаритети низ различни азиски земји. Врз основа на

достапните статистички податоци може да се констатира дека постојат земји каде жените – топ менаџери имаат минимално и незабележливо учество како Авганистан и Бангладеш. Монголија, Филипините, Индонезија, Виетнам и Непал може да се пофалат со повисока застапеност на жени – топ менаџери. Следната табела дава доказ за погоре изнесеното.

Economy	Year	Percent of firms with female participation in ownership	Percent of firms with a female top manager	Proportion of permanent full-time workers that are female (%)	Proportion of permanent full-time production workers that are female (%)*	Proportion of permanent full-time non-production workers that are female (%)*
All Countries		36,3	18,3	33,6	27,6	38,4
East Asia & Pacific		55,3	29,4	36,9	36,3	41,0
South Asia		18,8	8,9	18,9	25,8	21,7
Afghanistan	2014	2,2	4,7	22,1	34,3	47,2
Bangladesh	2013	12,7	4,8	15,8	21,1	10,7
Bhutan	2009	31,3...		14,2...		...
China	2012	64,2	17,5	37,8	38,0	40,6
Fiji	2009	49,1...		37,3...		...
Micronesia, Fed. Sts.	2009	86,8...		37,3...		...
Indonesia	2009	42,8	31,2	33,8	35,8	21,5
India	2006	9,1...		5,1...		...
Cambodia	2007	0,0	1,1	n.a.
Lao PDR	2012	41,9	32,2	31,3...		40,6
Sri Lanka	2011	26,1	8,8	24,0	30,8	17,4
Myanmar	2014	27,3	29,5	33,5	29,9	37,9
Mongolia	2013	38,9	36,6	41,7	52,7	42,0
Malaysia	2007	13,1	8,7	28,4	29,3	56,8
Nepal	2013	21,8	17,2	18,2	17,1	11,7
Pakistan	2007	6,7...		0,8	0,9	0,4
Philippines	2009	69,4	32,7	39,2	32,8	53,9
Thailand	2006
Timor-Leste	2009	42,9...		23,0...		...
Tonga	2009	65,3...		56,3...		...
Vietnam	2009	59,2	26,4	36,0	28,4	50,7
Vanuatu	2009	51,4...		37,7...		...
Samoa	2009	79,8...		34,4...		...

Табела 3 Процентот на фирмите каде жените учествуваат во сопствеништво во Источна Азија и Пацифик и Јужна Азија (преземено од www.enterprisesurveys.org)

Table 3: Percentage of companies with female participation in the ownership in East Asia and Pacific and South Asia

Од табелата може да се забележат диспаратите помеѓу земјите во однос на застапеноста на фирмите каде жените учествуваат во сопствеништво. Поголема застапеност на овие фирми е присутна кај земјите од Источна Азија и Пацификот. Од табелата лесно се забележува дека состојбата на жените кои се сопственици на свој бизнис во разни азиски држави е различна. Состојбата на жената во некои азиски земји е омаловажена, посебно онаму каде што традицијата и патријархалното сè уште живее, па поради тоа и застапеноста на жената во полето на работа и бизнисот е минимална, како пример се Авганистан, Пакистан, Бангладеш. Во нив, како и во некои други имаме минимално учество на жените како работници, а да не зборуваме за жените како сопственици и топ-менаџери. Но, и покрај ова, азиските земји започнуваат да ги зголемуваат можностите на жените. Според некои истражувања, на глобално ниво Тајланд има најголем процент на жени во повисокото раководство(45%), потоа следуваат Грузија(40%), Русија(36%), Хонг Конг и Филипините(35%). Врз основа на ова истражување, регионално Азија има највисок процент на жени на менаџерски позиции¹⁹.

Јапонија, како втора во светот со најголем БДП, по САД, во последните години претрпе многу промени во својата економија, и жените започнаат да играат значајна улога во бизнисот. За да се вклучи жената во бизнисот се нудат разни програми за поддршка. Многу локални владини канцеларии и општински организации им нудат на жените претприемачи информации и програми како да започнат бизнис. Јапонија е традиционален економски систем каде се почитува положбата на мажот. Јапонија се карактеризира со традиционална практика на доживотно вработување. Компаниите започнаа да вработуваат женски работници во средината на осумдесетите, по донесување на Законот за еднакви можности при вработување во 1986 година. Бројот на жени менаџери е во пораст, но сепак тој процент е мал, каде во 2007 година тие претставуваат околу 5.74% од топ-менаџери на регистрираните компании. Проблем со кој се соочуваат жените е балансирање на работата со семејството. Жените се предодредени да останат дома и да се грижат за фамилијата. Многу талентирани жени остануваат дома. Многу години, жените во Јапонија беа изолирани да учествуваат во бизнисот. Но, во последните

¹⁹ www.netpres.com.mk

години, Јапонија започна да ги вклучува жените во бизнисот. Денес, јапонските жени, во голем број, завршуваат високо образование се 6.7% на менаџерска позиција со предвидување дека до 2020 година тој процент би пораснал на 20%.²⁰

По 1995 година, жените претприемачи во Кина бележат пораст. Во 2012 година се 17.5%²¹. Денес, жените претприемачи се околу 20% од сите претприемачи во Кина. Се предвидува дека во 2015 година жените претприемачи во Кина ќе заземаат околу 25% од вкупниот број на претприемачи, а до 2020 година таа стапка ќе порасне на 30%²². Главно, женските претпријатија во Кина се занимаваат со производството, трговијата на големо и мало, угостителството, како и социјалните услуги. Тие се соочуваат со тешкотии како: помало искуство за надворешните пазари, помали и слаби претпријатија, тешкотии поврзани со фамилијата, општеството и др.

Индија е претежно патријархална земја, односно земја каде мажот ја има доминантната улога во општеството. Тоа воглавно претставува и основна пречка со која се соочуваат жените претприемачи во Индија²³. Како проблеми со кои се соочуваат жените во Индија се следните: жените имаат одговорност да се грижат за децата, жените се критички настроени за самите себе, голем степен на дискриминација, недостаток на мрежи, можноста да се добие кредит е мала и др.

Жените во азиските земји потребно е да се борат против многуте бариери со кои се соочуваат. Како основни пречки со кои се соочуваат жените во овој регион се: сиромаштијата, образованието, социјалните, културните, религиозните правила за полот, конфликтните состојби, финансиските проблеми. Сиромаштијата е основната пречка која ги ограничува жени да се стекнат со ресурси и да започнат со бизнис. Жените во азиските земји имаат лимитиран пристап до образованието. Тие најчесто се недоволно образовани, а со тоа ја губат можноста за развој на вештини поврзани со претприемништвото. Половите стереотипи кои постојат во азискиот регион влијаат на прогресот на жените. Многу земји во овој регион се карактеризираат

²⁰ <http://www.bloomberg.com/news/2014-08-17/top-paid-nikkei-225-female-executive-shows-japan-gender-hurdles.html>

²¹ <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreeconomies/2012/china#gender>

²² <http://www.fastcompany.com/1736266/nearly-20-female-chinese-managers-are-ceos>

²³ An Insight Into The Emergence Of Women-owned Businesses As An Economic Force In India, Prof. Surinder Pal Singh, New Delhi

со патријални структури, каде жените немаат пристапност до одредени можности, како и слободи како мажот. Овде спаѓаат присилените и прерани бракови, како и насилството врз жените. Недостатокот на финансиски средства, малата поддршка од банките се исто така финансиски проблеми со кои се соочуваат жените претприемачи од Азија.

3.8.3 Жените претприемачи во Африка

Странските инвеститори се свесни за големиот потенцијал за долгорочен раст кој “лежи” во Африка. Тоа се одразува на растот на инвестициите на африканскиот континент, забележан во последните 10 години. Ова се заклучоците на ревизорската куќа *Ернст и Јанг (Ernst & Young)* од своето прво истражување за атрактивноста на Африка за инвеститорите. Анализата на директните инвестиции во Африка, која ја спроведе *Ернст и Јанг (Ernst & Young)*, покажа дека бројот на овие инвестиции од 338 во 2003 година се зголемил на 633 во 2010 година, што претставува зголемување од 87%. Инвестициите доживеале максимум во 2008 година, а во последните три години иако се во пад, сепак, африканската економија останува привлечна за инвеститорите. За инвестирање во Африка најзаинтересирани се инвеститорите од брзорастечните економии. Бројот на нивните инвестиции во Африка од 100 во 2003 година, се зголемим на 240 до 2010 година, што е раст од 38%²⁴. Со растот на инвестициите се зголемува и бројот на претприемачите во Африка, но за жал повеќе се мажи, затоа што борбата за женските права во некои африкански земји каде што жените се отфрлаат од домот зашто се силувани сигурно не е иста како и борбата на жените на „западот“ за укинување на називите госпоѓа или госпоѓица, кои го откриваат приватниот, брачен статус на жените. А мажот, секако, секогаш е господин.

Гладот и сиромаштија се основните карактеристики на повеќето африкански земји. Се смета дека Африка има многу скриен и неискористен потенцијал особено на жените. Африка има неискористена женска работна сила, главно поради големата нееднаквост на сите полиња, а посебно во образованието. Со намалување на половата дискриминација ќе се намали и

²⁴

http://kapital.com.mk/mk/dneven_vesnik/66785/ernst_young_afrika_e_privlechna_za_investiranje.aspx?iId=2163

сиромаштијата, ќе се зголемат можностите на жените, ќе настапи модернизацијата и жените ќе можат да учествуваат со создавањето на приход, а со тоа и во порастот на економскиот раст и развој.

Сиромаштијата, неповолната бизнис клима, политичката нестабилност се само дел од ограничувањата кои се пречка за развој на претприемништвото во Африка, а пак женското претприемништво го попречуваат и дополнителни ограничувања како што се ограничениот пристап до ресурси (разни кредити), правната и регулаторната рамка, како и социо-културната средина.

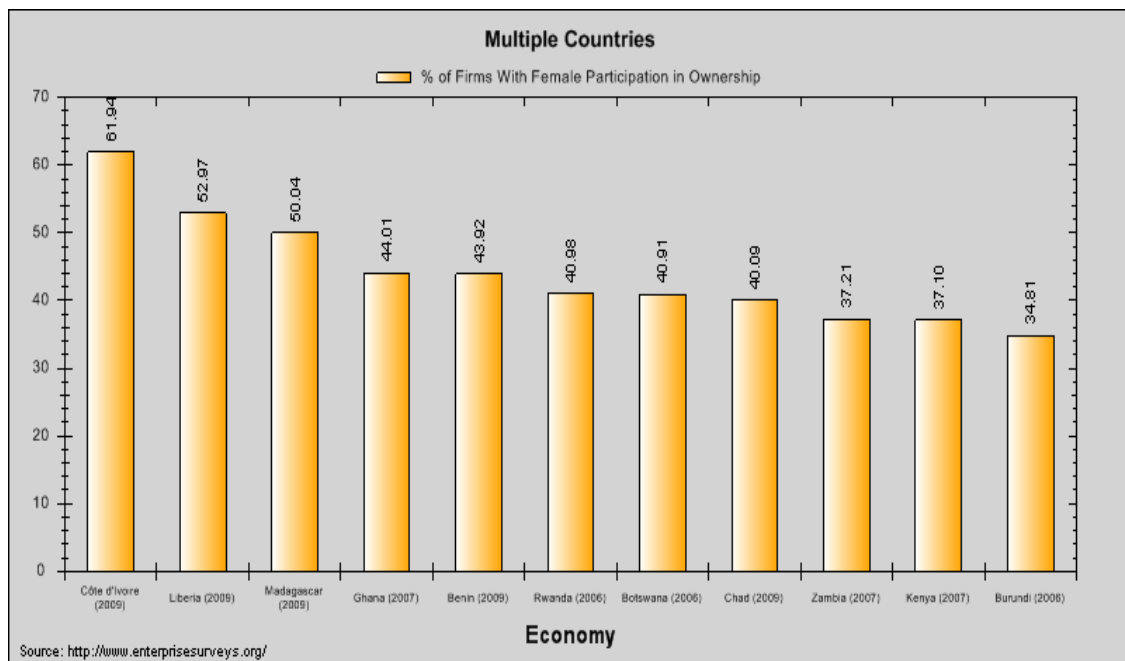
Карактеристики на жените претприемачи во Африка се:

- Претпријатијата на жените во голема мера се неформални претпријатија;
- Претпријатијата на жените се сместени и работат во несоодветни простории;
- 45% од малите и средните претпријатија што ги водат жените се водени од дома;
- Бизнисите на жените се претежно микро, отколку мали претпријатија;
- Жените работат во некои области кои се сметаат за женски и тоа: производство и преработка на храна, текстил, облека и др. Жените работат претежно на ограничени пазари и тоа на локални пазари кои по својата големина се ограничени;
- Претпријатија на жените имаат ограничен раст;
- Жените имаат ограничени извори на финансии, како и ограничени добивки. Главно, жените претприемачи за започнување на бизнис ги користат личните заштеди, заеми од пријатели, семејството, заеми за финансирање на бизнисите и др.
- Жените имаат недостаток на вештини и образование;
- Жените имаат проблеми со правните прописи;
- Бизнисите на жените се трудоинтензивни и имаат минимална употреба на нова технологија;

- Недостаток или слаби бизнис организации. Африканските жени имаат разни типови на неформални, полуформални и формални асоцијации за жените.

Според Светска банка, 80.5% од населението на Субсахарска Африка живее со помалку од 2.50 долари на ден во 2005 година. Во истражувања направени во Гана од страна на Меѓународниот Фонд за развој на земјоделство, заклучено е дека дури 70% од жените го започнуваат својот бизнис со помалку од 100 долари и 45% до помалку од 20 долари.

Според истражувањата на Светска банка (2005-2009) на графикон 3 се прикажани земјите од Субсахарска Африка со најголеми проценти на фирми каде жените се јавуваат како сопственици или учествуваат во сопствеништвото²⁵. Денес во овие земји 35% отпаѓаат на фирми со сопствеништво на жени, а 15.8% се фирми каде жените се на менаџерски позиции²⁶.



Графикон 1: Процент на фирми во кои жените учествуваат во сопствеништвото (преземено од www.enterprisesurveys.org)

Chart 1: Percentage of firm with female participation in ownership

Од графиконот се гледа дека најголем процент има Брегот на слоновата коска.

²⁵ <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreTopics/Gender#sub-saharan-africa>

²⁶ <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreTopics/Gender#sub-saharan-africa>

Како и во сите останати земји за кои зборувавме претходно, така и жените претприемачи во Африка се соочуваат со разни бариери, а за надминување на истите формирани се асоцијации на жени во Гана, Нигерија, Уганда за поддршка на жените претприемачи преку тренинг, достапност до финансиски средства, совети и др. Покрај формалните асоцијации кои постојат во Африка, постојат и неформални асоцијации кои претставуваат извори на финансиски средства кои се организирани на локално ниво и работат надвор од дофатот на Владата или било која традиционална банкарска институција.

3.8.4 Жените претприемачи во Европа

Иако во Европа повеќе од половина од жителите се жени, само една третина од нив се занимава со претприемништво. Во цела Европа, многу повеќе мажи отколку жени имаат свој бизнис и раководат со компании. 8% од женската работна сила се жени-претприемачи, додека кај мажите овој процент изнесува 16%. Главно, во просек жените сочинуваат околу 31.5% од претприемачите во ЕУ²⁷. Жените често се соочуваат со поголеми пречки кога бараат финансиски средства и кога ги започнуваат и прошируваат своите мали бизниси: најновите бројки покажуваат дека е трипати поверојатно маж да биде самовработен и да има вработено персонал. Европската Унија верува дека претприемачкиот талент на жените може да го зајакне нејзиниот напредок, и затоа уште од 1980-тите Европа обезбедува практична поддршка за жените што сакаат да започнат сопствен бизнис.

Според студијата на *GEM 2007*, жените започнале бизниси најмногу во нордичките земји и тоа на секои 10 претпријатија основани од мажи, 7 претпријатија основаат жените. Според истражувањето на *Eurochambres*, поголем процент од претпријатија на жени се микро и имаат од 1 до 9 вработен. Од аспект на образованието, жените претприемачи во Европа во голем степен имаат универзитетска диплома. Во 2010 година само во три членки на ЕУ жени биле на чело на владите, а нивниот број во националните

²⁷ <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreTopics/Gender#eastern-europe-central-asia>

парламенти бил помалку од четвртина од пратениците. Жените во ЕУ заработуваат 18% помалку од мажите и работат на пониски позиции²⁸.

Европските земји имаат околу 50% просечна стапка на вработеност на жени во последните години. Вработеноста на жените во сите земји има растечки тренд. Европски земји со најголеми стапки на вработеност низ целиот период се Данска, Германија, Франција, Холандија, Австрија, Шведска, Исланд, Норвешка и Швајцарија.

Европската мрежа на ЕУ, чија цел е промовирање на претприемништвото на женската популација, се состои од владини претставници што се одговорни за промовирање на женското претприемништво. Оваа мрежа има свои членови во 30 европски земји кои обезбедуваат водство, поддршка и контакти за жените претприемачи и им помагаат да достигнат повисоко ниво и да го прошират своето работење. Преку Европскиот социјален фонд жените можат да добијат специјализирана обука и менторство. Исто така, ЕУ отвори и портал за жени претприемачи, преку кој се поттикнува вмрежувањето меѓу жените претприемачи во и меѓу европските земји. Некои од методите кои се применуваат во Европската мрежа за помош на жените претприемачи се: раст на бројот на нови жени претприемачи, унапредување на постоечките жени претприемачи, зголемување на големината на бизнисите водени од жени, воспоставување поволна бизнис клима и др. Разни земји во Европа имаат разна застапеност на жените претприемачи, во зависност од условите и можностите во секоја земја. Германија, на пример е земја која и покрај нејзината развиеност, сè уште се карактеризира со традиционална дистрибуција на пазарот за работна сила, каде мажите ги донесуваат приходите, а жените се одговорни за семејството и децата. Отворена дискриминација за жените се гледа во раните седумдесетти, каде законските регулативи беа такви што жените имаа потреба од потпис од нивниот сопруг за каков било договор, како и регулативите на банките така што потребно беше нивните мажи да потпишуваат на апликациите за кредити и заеми. Само 3,2% се застапени жените во управните одбори на 200 најголеми компании во

²⁸ http://www.epm.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=161:2011-03-14-13-12-27&catid=1:latest-news&Itemid=50

Германија²⁹. До сега само една жена била претседател на Уставен суд. Негативно е тоа што дискриминација се чувствува и на полето на платите, затоа што жените на раководните позиции во компаниите имаат за ¼ помали плати од своите машки колеги. Со текот на времето Германија станува земја која се бележи како земја каде имаме олеснителни владини програми исклучиво за жените претприемачи. Сојузното Министерство за семејни работи, за стари лица, жени и млади има воспоставено пилот проект за мрежа на жени претприемачи, креиран како центар за учење и совети на жените претприемачи. Поддршката на жените претприемачи се гледа и преку издвојување на заеми од страна на банката на Германската Сојузна држава. Женското претприемништво расте бавно, така што просечно годишно е околу 29%-30%.³⁰ Врз основа на најразлични истражувања утврдено е дека има околу 520.000 компании водени од жени во 2009 година³¹. Во 2011 година 38% на фирмите во Германија се раководени од жени.³²

Просечната возраст на женските претприемачи во Австрија е 45 години. Во Австрија, програмата за започнување на бизнис вклучува посебни елементи за жените. За жените се одобруваат 50% од трошоците за обуки и специјални курсеви наменети за жени. Од 1997 година, процентот на жени кои започнале бизниси пораснал за 13%³³. Во 2012 година бројот на жени претприемачи во Австрија е 42.4%³⁴.

И покрај тоа што во Франција, има повеќе женска популација и речиси е изедначен бројот во работната сила, има само околу 28% жени претприемачи. Само околу 10%-15% од оние кои седат во менаџерските одбори на компаниите се жени³⁵. Заради справување со ниското ниво на вработеност за жените на водечки позиции во Франција беше усвоен закон кој од компаниите бара 40% од нивните највисоки извршни позиции да ги отвори за жените. Франција е последната европска држава која усвојува ваков закон.

²⁹ За вестите на А1 Телевизија, Зоран Јордановски, уредник на македонската редакција во Дојче веле, 05.03.2011

³⁰ <http://www.goethe.de/kue/flm/prj/kub/wus/en4050171.htm>

³¹ <http://suitcaseentrepreneur.com/entrepreneurs/how-successful-are-female-entrepreneurs-in-europe/>

³² <http://www.slideshare.net/OECDLEED/dautzenberg-growth-potential-of-women-entrepreneurs-in-germany-23621237>

³³ <http://inventures.eu/gem-2012-report-entrepreneurship-in-austria>

³⁴ Во 2012 година бројот на жени претприемачи во Австрија е 42.4%

³⁵ http://www.bbc.co.uk/macedonian/news/story/2011/01/110114_france_women.shtml

Францускиот закон гарантира еднаков третман и професионалните можности на жените. Во 2012 година се пресметува дека има 38% жени претприемачи.³⁶

Во Велика Британија 32% од вкупниот број на нови претприемачи се жени. Тоа се најчесто жени на возраст од 35 до 44 години и се високо образовани. 90% од вкупниот бизнис во оваа држава е самовработувањето, а 28% од самовработените се жени. Во 2009 година од 4.7 милиони претпријатија во Велика Британија, само 15 % се водени од жени. Веќе во 2013 година тој процент изнесува 21%.³⁷

Во Италија во 2009 година се проценува дека има 4.000.000 претприемачи и тој број до 2013 пораснува на 4.514.308. Бројот на жени претприемачи од 2009 со 29.8% до 2013 се зголемува до 30.1%³⁸. Жените сè повеќе продираат во машките сектори како транспортот, комуникациите, сервисите за земјоделството и индустрија. Во оваа држава постои посебен дел од законот кој ги поддржува жените претприемачи. Тој дел се однесува на фонд за почеток на бизнис или некои бизнис проекти од жени.

Нема големи разлики меѓу мажите и жените претприемачи во Шведска. Најголема разлика е во изборот на индустријата, а доста интересна е и разликата во образованието каде се смета дека жените претприемачи имаат поголемо образование од мажите претприемачи. Според податоци во 2008 година, во Шведска околу 25% од претприемачите се жени и 32% од новите бизниси се започнати од жени. Шведска е земја каде се смета дека бројот на претприемачи на мажи и жени е еднаков³⁹ и сè повеќе се обраќа внимание на женското претприемништво.

Во Хрватска денес 50-тина илјади жени се претприемачи и во нивна сопственост се 25 % од трговските друштва, односно 33 % од обртот. Во поглед на развојот на женското претприемништво Хрватска води во регионот. Една третина од фирмите во Хрватска се во сопственост на жени. На раководни позиции денес во Хрватска има 24.25%, што е за 24.11% повеќе од 2011 година. 9.43% од жените се претседатели на управни одбори, а 14.3% на чело

³⁶ <http://womenentrepreneurshipplatform.eu/our-work/facts-and-figures/>

³⁷ http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/exchange_of_good_practice_uk/uk_discussion_paper_uk2014_en.pdf

³⁸ <http://www.w-t-w.org/en/women-entrepreneurs-in-italy/>

³⁹ <http://thinkprogress.org/economy/2013/07/08/2266831/number-of-women-ceos-at-major-companies-jumps-by-4-percent/>

се на надзорните одбори⁴⁰. Препреките за пробивање на жената претприемач во деловниот свет и понатаму постојат, како и во сите останати сфери на општеството, па треба поинтензивно да се работи на нивно отстранување. Владата на Хрватска постојано се залага за развој на жените претприемачи, така да малите и средни претпријатија кои се во сопственост на жени добиваат неповратни средства за развој на претпријатието. Во Хрватска, исто така се развиени повеќе мрежи за развој на женското претприемништво и се формирани многу асоцијации и невладини здруженија кои даваат поддршка на жените претприемачи.

На основа на голем број достапни информации од повеќе извори е јасно дека во Србија економскиот потенцијал на жената не е доволно искористен, било како работна сила, било како сопственик на бизнис. Во 2007 година имало само 7.9% жени претприемачи на возраст од 18 до 64 години, за тој процент во 2009 година да порасне на 14.9%, но пред сè на самовработени жени претприемачи. Денес во Србија околу 26% од фирмите се во сопственост на жени. Жените исто така ретко се наоѓаат на раководни позиции во претпријатијата, односно само 22% од жените се на раководни места во правни фирми, а само 14% во управни и надзорни одбори. Жените претприемачи во Србија се повеќе ориентирани кон трговијата и давањето услуги, додека мажите кон градежништвото и транспортот. 80.4% од фирмите кои се во сопственост на жена се во секторот на давање интелектуални и книговодствени услуги, а дури 70% во градежништвото и транспортот фирмите се во сопственост на мажи. За поддршка на женското претприемништво во Србија е усвоена Национална стратегија за подобрување на положбата на жената и унапредување на родовата рамноправност со која се подобрува позицијата на жената во процесот на одлучување и раководење. Исто така во Србија се усвоени разни препораки за унапредување на бизнис клима за жена претприемач, медиумска застапеност и нормално финансиска поддршка за бизниси во сопственост на жени.⁴¹

⁴⁰ <http://mk.biznis-plus.com/node/5974>

⁴¹ <http://www.policyscafe.rs/documents/financial/research-and-publications/A2F-for-women/Procena%20okruzenja%20za%20zensko%20preduzetnistvo%20u%20Republici%20Srbiji.pdf>

Според светското истражување *Gender-GEDI 5* најпривлечни земји кои нудат најдобри услови за развој на женското претприемништво се: САД, Австралија, Германија, Франција и Мексико.

3.9 Жените претприемачи во земјите во транзиција

Жените и нивната улога во претприемништвото добиваат сè поголема актуелност како во развиените земји, така и во земјите во транзиција. Во развиените економии се следат сите фактори кои можат да придонесат за развојот и тие фактори се користат максимално. Луѓето коишто се збогатија во транзицијата и станаа важни претприемачи мора да учат и да се прилагодат на новонастанатата состојба. Некои тоа го прават подобро, а други полошо, што е особено видливо во кризни ситуации во кои некои потонаа, а други пак, испловија. Една од најважните особини на претприемачите кај земјите во транзиција е дека преживеаја различни турбулентни периоди, па поради тоа се поснаодливи во неволја. Овие земји се соочиле со економска либерализација, пазарно формирање на цените, приватизација на претпријатијата водени од државата и креирање на финансиски сектор за да се олеси движењето на финансискиот капитал.

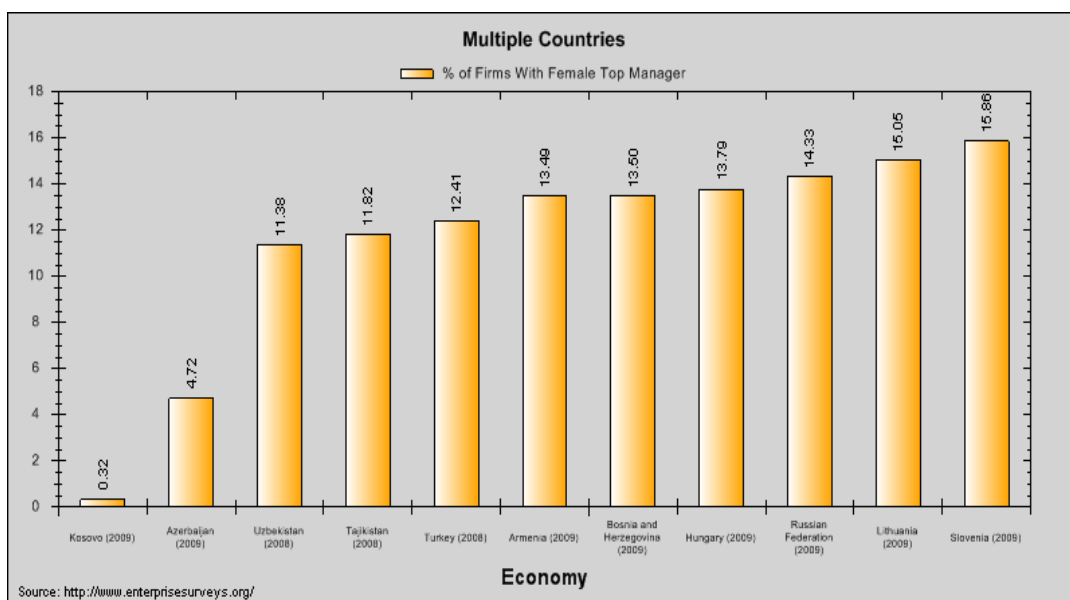
Со процесот на транзиција се соочуваат Земјите од поранешниот Советски Сојуз, Кина, земји од Комунистичкиот блог во Европа, како и многу земји од третиот свет. Транзицијата го погодува пазарот на работна сила. Од аспект на полот се смета дека транзицијата негативно влијае на жените во полето на појава на полов јаз во вработеноста и платите.

Жените исто како мажите се појавуваат како претприемачи во овие земји. Меѓутоа, не треба да се изостави и фактот дека на почетокот на транзиција жените како сопственици на бизнис биле во понеповолна состојба од мажите. Во многу земји во транзиција жените се соочувале со негативни полови стереотипи како верувањата дека претприемништвото е машка работа, исто и со традиционални верувања за улогата на жената во општеството. Сепак, претприемништвото започнува да се разбира како можност на жените каде се комбинира работата со семејството. Женското претприемништво нуди особено интересни модели за вработување и мотивирање на младите генерации во овие земји. Женското претприемништво во овие економии има

повеќе специфичности и тоа дека жените претендираат да вработуваат други жени, што помага да се намали дискриминацијата на жените во пазарот на работна сила. Со вработувањето на жени се намалува и трговијата со жени, што е присутна во многу транзициони земји.

Транзициските земји се одликуваат со разни социјални и културни карактеристики на женското претприемништво. Врз основа на достапните статистички податоци може да се констатира дека нивото на самовработени жени во овие земји започнува да се споредува со земјите од европската унија. Најголемо ниво на разлика во половите има во Естонија, а најмало во Латвија, Литванија и Полска. Во 2013 година во Латвија 31.5% од фирмите се раководени од жени, во Литванија 21%, а во Полска 20.6%⁴². Во транзициските земји, мажите повеќе сакаат да бидат работодавци, а додека жени сакаат да водат мали бизниси со по еден вработен или без вработени.

Од графиконот се гледа дека земји со најмал процент на фирми каде жените учествуваат во сопствеништвото се Азербеџан и Албанија, а со најголем процент се Хрватска, Русија, Босна и Херцеговина, и Арменија. Следниот графикон се однесува на застапеноста на фирмите со женски топ менаџери по земји:



Графикон 2: Процент на фирми со женски топ менаџери (преземено од www.enterprisesurveys.org)

Chart 2: Percentage of firms with female top manager

⁴² <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploretopics/gender>

Состојбата не е многу променета и во 2013 година, односно во Азербејџан во 2013 година само 2.4% се фирми каде на чело се наоѓаат жени, во Албанија тој процент изнесува 11.7%, а на водечка позиција сè уште се Русија, Хрватска, Арменија⁴³.

Модернизацијата и глобализацијата им нуди многу големи можности на жените. Тие продираат во полето на бизнисот, навлегувајќи и во индустрии кои беа традиционално машки. Транзицијата во голем број на земји може да се карактеризира со брзи и модерни реструктурирања на општествата од една страна, и повторно раѓање на патријархалните вредности од друга страна. Во овие држави развиени се голем број на бизнис асоцијации на жени, кои сè повеќе го јакнат женското претприемништво.

3.10 Жени претприемачи во земјите во доминантна Исламска религија

Конзервативните исламски култури инкорпорираат рестрикции во женската мобилност и можностите на жените надвор од дома. Рестрикциите се главно на можностите на жените да комуницираат со луѓе надвор од сопствениот дом. На пример, во Саудиска Арабија на жените не им е дозволено да се појават надвор со непокриена коса или глуждови, не им е дозволено да управуваат со автомобил, како и во многуте ресторани постојат посебни делови за седење на мажите и жените. Затоа жените муслиманки претприемачи се потпираат на членовите од семејството да ги воведат во бизнисот и запознаат со потенцијалните деловни партнери и други претприемачи.

Според неписменост на женска популација над 15 години во 2003 година, според УНЕСКО муслиманските земји се наоѓаат во првите триесет земји. Жените муслиманки претприемачи со повисоко образование продираат во нетрадиционалниот сектор и тие имаат повисоки аспирации за разлика од жените со пониско образование. Жените кои имаат повисоко образование имаат полесен пристап до кредити од исламските банки.

⁴³ <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploretopics/gender>

Претприемништвото, како начин за заработување на легитимен профит треку трговија и комерција, е прифатен од исламската религијата. Куранот зборува со одобрување на слободното претприемништво, но сепак состојбата на жените со земјите каде е доминантна муслиманската религија е поразлична од другите земји, главно поради религијата на која и припаѓаат. Процентот на жени работодавци во овие земји е многу мал, а жените како работници за сопствена сметка и семејни работници имаат различна застапеност во различни земји. Во повеќето од овие земји мали проценти се забележуваат и во учеството на жените како пратеници, високи функционери и менаџери.

Состојбата на жените во исламските земји е незадоволителна поради културните и традиционалните бариери. Основен клуч против тие бариери е пред сè промоција на образованието. Потребно е жените повеќе да се едуцираат, за да ја намалат неписменоста, за да им се отворат други врати во животот. Со унапредување и едукација ќе ги согледаат разните примери низ светот и ќе се трудат да навлезат повеќе во бизнисот. Затоа во многу земји како Авганистан, Пакистан, Бангладеш, Албанија се формирани асоцијации на жени претприемачи за прифаќањето на партиципацијата на жените во политиката и донесување на одлуки од страна на владите на овие земји, за охрабрување за користење информатичка технологија, за тренинзи и обуки на жени претприемачи и се разбира финансиска поддршка на истите.

3.11 Жени претприемачи во Република Македонија

Женското претприемништво во Македонија од аспект на квантитет се наоѓа на исто ниво како и во Европа, но факт е дека степенот на образование е многу повисок споредено со одредени земји. Според Министерството за економија во Македонија во 2013 има 32% жени претприемачи, додека според Светската банка тој број изнесува 30%⁴⁴.

Во приватниот сектор нивната застапеност на раководните позиции е под 1%, а само 4% се претприемачи од понежниот пол. Оваа ситуација не е затоа што Македонките не умеат или не знаат како да управуваат со компаниите, туку, пред сè, затоа што сè уште на прво место го ставаат

⁴⁴ <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreeconomies/2013/macedonia-fyr#gender>

семејството, а менаџерските функции подразбираат многу откажувања од приватниот и од семејниот живот. Најголем процент на жените претприемачи во земјава се определуваат да водат помали семејни фирми кои бараат и помал работен ангажман. Македонските претприемачки се најмногубројни во помалите и семејните бизниси, а многу помалку ги има во големите компании и институции. Поголемиот број жени претприемачи се финансиски директорки, потоа директорки на текстилни фирми, сопственички се на приватни здравствени ординации, а во поново време е забележителен нивниот број и во маркетинг-дејноста и комуникациите, каде што има многу квалификуван и квалитетен кадар. Во 2009 година, во земјоделските претпријатија пак биле вработени 21.5% жени од кои 24.4% со вишо и високо образование, а 46.7% со средно образование⁴⁵.

Постојат повеќе пречки во развојот на жените како претприемачи (кои што претставуваат и пречки и за мажите) во Република Македонија, а како најизразени пречки се:

- **Недоволна поддршка од државата.** Во последните десетина години се прават одредени напори, но тоа не е доволно бидејќи се само декларации на хартија или маркетинг кампањи;
- **Високи даноци и придонеси на плата.** Во 2009 година се намалија за незначителен износ и Владата донесе одлука за намалување во наредните 3 години, но сепак тоа се незначителни суми претворени во пари;
- **Високи трошоци за кредити и заеми.** Кредитите и заемите од банките и штедилниците се прескапи. Со каматни стапки над 10% и специјални пресметки кои се поволни само на банките. За кредит од 4000 евра ќе треба на име на камата да вратите до 1500 евра на 3 години. Што е многу, многу е;
- **Преголеми банкарски трошоци и провизии.** При земање на кредит, при плаќање на налози, при отворање на сметки, при употреба на кредитни картички банките ви земаат провизии, кои за услугата што ја извршуваат навистина се преголеми;

⁴⁵ http://www.stat.gov.mk/PrikaziPublikacija_1.aspx?rbr=494

- **Преголеми банкарски гаранции.** Се барат преголеми банкарски гаранции за извршување на одредени бизнис активности, а банките премногу наплаќаат за ваков тип на услуга;
- **Висок данок на приход.** Даноците се преголеми за малите бизниси кога се во фаза на започнување кога немаат доволно финансии да инвестираат во развојот, а немаат ослободувања. Да не зборуваме за данокот на добивка кој доколку не се надмине одреден износ се претвора во данок на приход без разлика дали станува збор за мал бизнис кој прави добивка или сè уште е во фазата на започнување (развој) кога е логично да се работи со загуба;
- **Недостиг на поддршка од бизнис асоцијации.** Бизнис асоцијации постојат само на хартија без конкретни поддршки и помош за жените претприемачи;
- **Банките не се доволно заинтересирани за малите бизниси.** Да земете кредит во прва година од своето постоење кога продажбата е сè уште мала, кога сè уште немате развиено цврсти деловни односи, кога финансиите ви се најпотребни е чиста научна фантастика. Потребна ви е дебела врска;
- **Сè уште неповолно претприемничко окружување во државата.** Колку и да се фалиме дека многу сме постигнале сепак не сме ни еден чекор напред. Доколку имаме вистинска претприемничка клима економскиот раст на целата држава би бил многу поголем, а невработеноста многу помала;
- **Големата невработеност и сиромаштија на локално население.** Ова повлекува тешка економска состојба за сите бизниси, а особено на малите и почетните бизниси;
- **Недоволно поттикнување на свеста.** Во последно време се повеќе се посветува внимание на поттикнување на свеста за жените претприемачи. Но, севкупната состојба покажуваат дека ова е сè уште на далечно ниво од потребното. Во следниот пост за статистика за жени во Република Македонија ќе видиме и некои конкретни бројки;
- **Непостоење на доволно регионално поврзување помеѓу државите, а особено во делот за малите бизниси.** Не постојат вистински регионални развојни програми од локалните власти со кои ќе се зголеми поврзаноста со локалните места во соседните држави и ќе се олеснат бизнис активностите меѓу бизнис субјектите од тие локални места.

„Градоначалници – Освестете се“ би бил добар слоган за локалните самоуправи;

- **Недоволен број на бизнис инкубатори.** Во држава како Република Македонија постојат само два вакви центри, во Скопје и Битола кои во последно време преземаат соодветни напори за развој на претприемништвото како и повеќето организирани обуки за жени претприемачи. Но, сепак за да се почувствуваат поголеми придобивки потребно е секој град во Република Македонија да има по еден ваков центар кој ќе произведува 20-30 нови бизниси на годишно ниво. Повторно локалната самоуправа може да одигра голема улога, барем со простории за ваквите центри;
- **Пасивноста на Универзитетите.** Иако последните години донесоа голем напредок на ова поле сепак универзитетите би можеле многу повеќе и поактивно да се вклучат како во развојот на претприемништвото, така и во развојот на жените претприемачи. Погледнете го само успехот на Гугл (Google) компанија која во голем дел своите успеси ги базира на универзитетите и науката. Одличен проект во изминатиов период беше со бизнис старт-ап центарот во Скопје.

Има мислење дека нашите жени не се доволно охрабрени да започнат сопствен бизнис. Чест е случајот кај нас фирмата официјално да се води на жената, а практично со неа да работи мажот кој е вработен во државна или друга фирма, а преку *“by-pass”* фирмата заработува од положбата што мажот ја има во општествената фирма.

Поради немање на статистичките податоци не е можно да се направи анализа за бројната состојба на жените претприемачи и раководители во малите бизниси. Но, сепак бројот на жените како претприемачи и раководен кадар во малите претпријатија е во постојан пораст, што може да се објасни со желбата на жените за независност и самодокажување на вредноста на својата личност, располагање со потребни знаења, Женската чувствителност за промени и решителност за преземање ризик.

3.11.1 Услови и стратегија за развој на женско претприемништво во Р. Македонија

Сојузот на организациите на жените на Македонија, како и други невладини организации започнуваат активна политика за активирање и вклучување на жените во стопанскиот и политичкиот живот, како и активности во доброволни хуманитарни организации. Сепак, и покрај расположливиот кадровски потенцијал и способности на жените, за успешен развој на женското претприемништво е потребна силна поддршка како од страна на Владата така и од страна на локалната самоуправа и сите останати чинители на соодветните простори. Женското претприемништво треба да се стимулира и мотивира и да се разменуваат искуства, особено во делот на табуата, кои што постојат во Македонија. Главни пречки се тоа што жените не се вреднувани на ист начин како мажите и поголеми се тешкотиите за жените да стигнат до финансии. Треба добро да се разјаснат улогите меѓу мажите и жените за да се постигне економска стабилност и зајакнување на женското претприемништво.

Република Македонија ги има прифатено сите европски упатства за елиминирање на разни форми на дискриминација на населението, вклучувајќи ги и жените и работи во поддршка на женското претприемништво. Донесен е Закон за еднакви можности на мажите и жените, декларации за родова еднаквост, Национален план за акција за родова рамноправност, Прирачник за заштита од дискриминација и др. Во рамки на ова донесена е и Програма за женско претприемништво, која има за цел да ги зајакне капацитетите на Македонските жени претприемачи и да придонесе кон креирање на стимулативна средина на поддршка за нивните бизнис активности. Оваа програма ги вклучува следниве компоненти:

- Развој на капацитетите на жени претприемачи преку обука и менторство;
- Дневна поддршка при менаџмент и носење одлуки;
- Застапување и лобирање за унапредување на специфичните услови за вклучување на жените во претпримеништвото;
- Унапредување на јавниот имиџ на жените како лидери и претприемачи

Исто така се спроведуваат и многу проекти според кои државата ќе ги помага фирмите управувани од жени. Ќе покрива трошоци за набавка на опрема, инвентар и алати или доуредување на просторот во кој работи

претпријатието. Највисоката сума која може да се добие изнесува 2000 евра. Право да ги добијат овие пари имаат претпријатија регистрирани како ТП, ДООЕЛ и ДОО, а нивни раководители се жени. Освен овој услов, потребно е фирмите да работеле најмалку еден месец пред објавувањето на повикот за субвенционирање, фирмите кои работат подолго, да имаат позитивен финансиски резултат во претходната година, минимум двајца вработени и да се подмирени сите давачки кон нив и државата. Реализацијата на овој проект го спроведува Министерството за економија. Во иднина секако треба да се размислува на многу поголемо субвенционирање на претпријатија раководени од жени, затоа што сумата од 2000 евра е минимална и недоволна за фирми кои се на почетокот на своето работење, а и оние кои работат подолго, ретко кои од нив и имаат позитивен финансиски резултат, или пак се со подмирени давачки кон државата.

Претприемачкото менторство е сè уште недоволно развиен облик на поддршка во Република Македонија, особено во доменот на женското претприемништво. Постоечките практики најчесто го третираат менторството како еден сегмент од поширок сет на услуги за бизнис поддршка, без јасно диференцирање на истото од подучувањето (coaching) и без воспоставување на подолгорочен, стандардизиран пристап на поддршка на претприемачите. Проектот *new-Mentor* се фокусира на воспоставување на национална мрежа на ментори за жени претприемачи во Македонија насочена кон поддршка на развојот на женското претприемништво и помош на жените претприемачи успешно да ги надминат предизвиците во првите години од работењето на нивните бизниси. Цел е поддршка на развојот на женското претприемништво во земјата земајќи ги предвид специфичните карактеристики на бизнисите раководени од жените. Проектот е насочен кон поддршка на женското претприемништво преку креирање на национална мрежа на ментори како дел од Европската мрежа на ментори за жени претприемачи. Очекувани резултати се:

- Промовирање на женското претприемништво преку креирање на успешни приказни, промовирање на добрите идеи и успешни жени претприемачи;
- Учество на жените претприемачи во високо квалитетна и организирана менторска шема повеќе од една година, без никакви трошоци;
- Обезбедување на можности за учење и надградување и за менторите и за

менторираните, унапредување на различни вештини, умрежување и градење на долгорочни и доверливи релации меѓу претприемачите;

- Промовирање на претприемачкото менторство преку различни алатки за дисеминација на информации како што се настани, публикации, социјалните мрежи и останати веб базирани алатки;

-Градење на високо професионална мрежа преку адекватен систем за мерење на нејзината перформанса и размена на искуства и знаења со другите национални мрежи од различни делови на Европа.

Во организација на Здружението на бизнис жени и Бизнис конфедерацијата на Република Македонија изминатата година се одржаа и повеќе конференции за промоција, лобирање и застапување на жената како претприемач.

Образованието за претприемништвото се наоѓа на високо место на агендата на повеќето земји членки на Европската Унија. Во Европа постои широка палета на програми и активности. Политика на едукацијата за претприемништвото во Република Македонија е содржана во националната стратегија за интеграција на Република Македонија во ЕУ и се спроведува преку програмите на Владата и преку низа невладини организации.

3.11.1.1 Правна рамка

Во Република Македонија се работи на воспоставување на правна и фискална рамка пред сè за развој на социјалното претприемништво. Во неа се дефинираат целите и приоритетите за правната и фискалната рамка за развој на социјалното претприемништво во државата и можностите за подобрување на пристапот до финансиски инструменти и средства за негов развој. Поддржан од Британската амбасада, Центарот за институционален развој - ЦИРА, од 1. септември 2012 започна со реализација проектот „Поддршка на развојот на законска регулатива за социјално претприемништво во Република Македонија“ каде МТСП е партнер. Постоечката законска рамка уредува одредени организациони форми кои со своето делување се во кругот на организациски облици кои во земјите на ЕУ делуваат како социјално претприемништво (здруженија, фондации, заштитни работилници, задруги, и сл).

Дел на државите на Балканот веќе имаат или подготвуваат регулатива за социјално претприемништво. Словенија го донесе законот за социјално претприемништво (во понатамошниот текст СП) во март 2011. Романија има законска регулатива за СП. Повеќето Балкански земји (Србија, Хрватска, Црна Гора, Македонија итн.) се во тек на развивање.

Со Законот за социјално претприемништво се уредуваат:

- Поимот, целите и принципите на социјалното претприемништво (СП),
 - Областите во кои се остварува СП (31 област),
 - Корисниците и вработувањето во формите на СП,
 - Облиците и формите на изразување на СП (4 форми),
 - Условите под кои формите на СП ги извршуваат своите активности,
 - Условите под кои правни лица можат да добијат статус во одделните форми на СП,
 - Начинот на стекнување и укинување на статусот,
 - Евиденцијата и известувањата што треба да се водат и надзорот над работа во областа на СП,
 - Формите за развој и мерките за поттикнување на СП,
 - Улогата, обврски и одговорности на надлежните органи и институции во доменот на СП,
 - Учеството на социјалните партнери и граѓанските организации во подготовката на развојните документи и компетенциите во областа на СП,
- Новините предвидени со Законот за социјално претприемништво се:
- Се дефинираат правата на членовите на социјалното претпријатие кои одлучуваат според принципот на рамноправност, односно при одлучувањето секој член има само еден глас;
 - Уредени се и прашањата за учество на работници, волонтери и корисниците во управувањето, статусните промени на социјалното претпријатие и прашањата за сметководството кое овие претпријатија треба да го водат;
 - Се предлагаат можности за тоа кој може да основа социјално претпријатие и тоа: правно и физичко лице, здружение на граѓани и фондации, верски институции и организации, непрофитна организација, трговско друштво, како и установа, државен орган и единица на локалната самоуправа;

- Уредени се и условите за стекнување статус на социјално претпријатие кое е регистрирано во друг облик и начинот на кој може да се стекне со статус на социјално претпријатие;

- Претставени се Советот за социјално претприемништво, неговата улога, состав и надлежности, како и неопходната координација на политиките во областа на социјалното претприемништво со министерства, владини институции, локалните власти, социјалните партнери, социјалните претпријатија и граѓанските организации;

-Предвидено е подготовка на Стратегија за развој на социјалното претприемништво;

- За прибирање и распоредување на средства за финансирање и развој на социјалното претприемништво Владата основа Фонд за социјално претприемништво;

-Наведени се приходите на Фондот од разни извори и намените на средствата за поттикнување на социјалното претприемништво;

- Се уредува поттикнувањето на социјалното претприемништво што вклучува мерки и активности за:

- изразување на социјални иновации,
- локален економски развој,
- финансиска поддршка на социјалните претпријатија за нивна одржливост,
- подготовки за вработување, унапредување на вработувањето и за одржување на вработеноста,
- развој на образовни и здравствени услуги,
- заштита на животната средина, како и други области од интерес на локалната заедница и
- за остварување на целите на социјалното претприемништво.

Преку социјално претприемништво ќе се намалува невработеноста. На овој начин ќе им се даде можност за вработување и на ранливата група на граѓани. Профитот кои ќе го остваруваат овие претпријатија ќе биде насочен за социјална корист.

Владата на РМ според Програмата за развој на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста на малите и средни претпријатија донесена 2012 година обезбедува и финансиска поддршка за женското

претприемништво. Предмет на мерката е субвенционирање на претпријатија во сопственост на жени (над 51%) и управувани од жени, државјани на Република Македонија, преку кофинансирање на 60% од докажаните трошоци но не повеќе од 120.000 денари, направени за следните намени⁴⁶:

- Набавка на опрема, алати и инвентар;
- Уредување/подобрување на деловниот простор;
- Грижа/чување на деца од предшколска возраст за жени кои отпочнуваат сопствен бизнис 60% од трошоците за градинка или дадилка, но не повеќе од 30.000 денари).

Досега се поддржани 36 претпријатија во сопственост на жени и управувани од жени за кои се исплатени вкупно 2.950.277 денари. Иако претставува одредена помош сумите наведени погоре се минимални и секако недоволни за субвенционирање на претпријатијата раководени од жени, а уште помалку оние кои за грижа на децата не смеат да изнесуваат повеќе од 30.000 денари. Имајќи предвид дека просечниот трошок за дадилка се движи од 6000-10.000 денари, со сумата од 30.000 денари ќе се покријат трошоците за 3-5 месечно чување на детето. Ако жената има повеќе од едно дете и истите ги носи во градинка, каде просечниот трошок е 2000 денари, повторно сумата од 30.000 денари е сосема недоволна за згрижување на децата. Жените кои се борат за егзистенција за себе и своето семејство, со сума од 120.000 денари може да уредат само дел од некој деловен простор или да набават мал дел од опрема или инвентар. Во иднина треба да се размислува за целосно субвенционирање на вакви фирми или пак за поголеми суми од претходно изнесените.

Од голема значајност е Националната стратегија за развој на малите и средните претпријатија (2002-2013) изработена од Министерството за економија која има за цел зголемување на бројот на малите и средни претпријатија и нивното учество во создавање на бруто домашен приход (БДП). Главните цели се насочени кон креирање на подобра политика со која ќе се поедностави правното окружување, како и пристапот до финансии и при тоа ќе се промовира претприемништвото во образованието за да може да се

⁴⁶ file:///C:/Users/user/Downloads/Sektorska_programa_606403673%20(1).pdf

унапреди во голем дел приватниот сектор. Истата стратегија значи поголем развој како на претприемништвото, така и на женското претприемништво

Не постојат соодветни законски решенија во Законот за локална самоуправа и Законот за еднакви можности на мажите и жените, и координација помеѓу Комисиите за еднакви можности и другите Комисии (Комисија за урбанизам, Комисија за комунални дејности итн.), со што се оневозможува правилно детерминирање на специфичните проблеми и потреби и на мажите и на жените во соодветна локална заедница, како и нивно ефикасно решавање преку соодветни развојни програми. Националниот план за акција за родова рамноправност (НПАРР) 2007-2012 во областа Жените и одлучувањето предвидува активности под ледните стратешки цели:

- Стратешка цел 1 - Унапредување на машинеријата за родова рамноправност на национално и локално ниво;
- Стратешка цел 2 - Суштинска застапеност на жените во извршната, законодавната и судската власт, вклучувајќи специјални мерки и програми.

Овие стратешки цели сè уште недоволно се применуваат. Голем број од комисиите за еднакви можности овие цели ги имаат само на хартија и воопшто не ги применуваат. На национално ниво сè уште учеството на жените во извршната и законодавната власт е само 30%. Имајќи го во предвид се поголемото учество на жените во сите сфери од животот треба да се работи на еднаква застапеност на обата пола во извршната, законодавната власт, а најмалку во следниот период тој процент да изнесува 40%.

3.11.1.1.1 Меѓународни стандарди и иницијативи

Потполното и рамноправно учество на мажите и жените во политичкиот, општествениот, економскиот и културниот живот претставува приоритет како на меѓународен, така и на домашен план. Родовата рамноправност и еднаквите можности за мажите и жените се интегрален дел на сите меѓународни документи и преставуваат фундамент и одлика на работењето и заложбите на ООН и ЕУ. Насоките за делување на овој план се инкорпорирани во Конвенцијата на ООН за елиминирање на сите форми на дискриминација на

жените, Мапата на ЕУ за еднаквост на мажите и жените 2006-2010, и други документи.

Уставот на Република Македонија прокламира еднаквост на сите граѓани во слободите и правата, без оглед на полот, расата, бојата на кожата, националното и социјалното потекло, политичкото и верското уверување, имотната и општествената положба. Принципот на рамноправност покрај гарантираноста со највисокиот правен акт на нашата земја, предвиден е и со останати законски прописи. Со цел да се уредат основните и посебните мерки за воспоставување на еднакви можности на жените и мажите, во мај 2006 донесен е Закон за еднакви можности на жените и мажите. Во мај 2007 Владата на Република Македонија го усвои Националниот план за акција за родова рамноправност за 2007-2012 (НАПРР), со кој се утврдува политиката за родова рамноправност. Сектор за еднакви можности, координатори/ки за еднакви можности во органите на државната управа и Комисии за еднакви можности при единиците на локална самоуправа (ЕЛС) се дел од институционалниот механизам за родови прашања, кој се грижи за спроведување на предвидените политики.

Во рамките на државата се формирани многу асоцијации за поддршка на женското претприемништво, чие основање е поттикнато од меѓународни асоцијации за развој на женското претприемништво. Република Македонија со свои претставници, асоцијации и невладини организации учествува на многу меѓународни конференции чија цел е поттикнување на жените претприемачи. Во текот на месец на август (23-ти) 2013 година се организираше финалната обука за менторираните ново вработени жени вклучени во проектот *Њу Ментор (Нов Ментор) New Mentor*- меѓународна иницијатива на Европска мрежа на ментори за жени претприемачи во Македонија, во кој Агенцијата за поддршка на претприемништвото во соработка со другите партнери од Република Македонија го реализираше овој двогодишен проект. Обука се организираше на тема партнерство и поврзување се со цел ново вработените да се здобијат со дополнителни вештини за нивните идни активности. Овој настан вооедно се искористи и како финална манифестација за затворање на активностите на овој проект, кој траеше до крајот на месец август. Покрај ова, во рамките на оваа програмска активност се подготвија, преведоа и испечатија 400 брошури (200 на македонски и 200 на англиски јазик) за проектот *Њу*

Ментор (Нов Ментор) New Mentor-, во кои се содржат информации за текот на реализација на проектот како и даден е профил за менторите и менторираните.

Владата на РМ во 2002 година ја усвои и Националната стратегија за развој на малите и средни претпријатија во периодот 2002-2012, како и Програма на мерки и активности за поддршка на развојот на претприемништвото и конкурентноста на малите бизниси. Во март 2007 година е усвоена новата Програма на мерки и активности за поддршка на развојот на претприемништвото и конкурентноста на малите бизниси.

3.11.1.1.2 Национална нормативна и институционална рамка

Искуствата на високоразвиените економии и научните сознанија во областа на промоција на претприемништвото, укажуваат дека особено во недоволно развиените земји постои потреба од интегрирање на мерките и решенијата на институционално и национално ниво. Подготовка на национална нормативна стратегија и политика за развој на претприемништвото значи создавање на одржлива поволна средина за јакнење на претприемништвото, во нашиот случај женското претприемништво. Оваа рамка опфаќа донесување на законски решенија и регулативи во функција на непречен развој на приватните иницијативи, со поддршка во сите области на деловното работење. Најголема помош е потребна за новите жени претприемачи, затоа што на пазарот тие се најранливата категорија и во почетокот ако не се национално и институционално поддржувани се соочуваат со ризик од затворање. Поради ова многу е важно ефикасното функционирање на институциите кои треба да работат за интересите на жените претприемачи и за нивно јакнење. За таа цел во рамките на голем број институции и невладини организации се организирани разни обуки и тренинзи за поддршка на жените претприемачи. Најбитна е Агенцијата за поддршка на претприемништвото со 11 регионални центри, 3 центри за трансфер на технологија на универзитетите, 9 деловни инкубатори, фонд за развој на човечки ресурси, 15 деловни асоцијации, 17 центри за локален економски развој и над 120 деловни самостојни консултанти.

Агенцијата за поддршка на претприемништвото на Република Македонија (АППРМ), како дел од проектот за „Самовработување со грант“ во текот на имплементација на проектот 2007-2013 година, а преку дефинирање на посебна целна група – жени претприемачи, ги вклучува жените во овој проект. Податоците говорат дека секоја година бројот на новоотворени бизниси преку овој проект од страна на жени се движи помеѓу 35-40%. Во 2010 година Агенцијата за поддршка на претприемништво на РМ во соработка со проектот финансиран од страна на Австриската развојна агенција -градење на капацитетите за создавање економија базирана на знаење, чиј имплементатор беше АППРМ, во соработка со Центарот за развој на нови бизниси на Машинскиот факултет и Универзитет „Св.Кирил и Методиј“, изготвија извештај за жените претприемачи во РМ преку истражување чија што цел беше да се добие слика за женското претприемништво во РМ. Овој извештај содржи статистички податоци за вработеноста на жените преку користење на официјални секундарни податоци добиени од Државниот завод за статистика и други институции за периодот од 2004 до 2009 година.

Реализирани проектни задачи во поддршка на жените претприемачи во РМ:

- Јакнење на претприемничките вештини на жените во бизнисот-реализирано од Бизнес Академијата Смилевски (БАС) Македонија, 2009. Во периодот септември-декември 2009 беа организирани шест тридневни работилници во шест различни градови и тоа во Битола, Охрид, Струмица, Куманово, Скопје и Тетово. Вкупниот број на обучени жени во претприемништвото со таканаречената CEFE (Creating Enterprises through Forming of Entrepreneurs) методологија е 151.
- Поддршка и развој на женското претприемништво во Тетовскиот регион-реализирано од Министерство за економија во соработка со ESA (Enterprise Support Agency) Тетово, 2008. Цел на проектот беше придонес за подобрување на ефикасноста на менаџирање на бизнисите од страна на жените претприемачи преку организирање на обуки и консултации за постоечките и новите бизниси.

Во рамки на институциите преку средствата за јавно информирање се промовира и афирмира женското претприемништво, со презентирање на успешни жени претприемачи. Преку средствата за јавно информирање и преку јавни огласи и конкурси исто така се објаснети и начинот на аплицирање за доделување грантови за жените претприемачи.

3.11.1.1.3 Примери на добра пракса

Во Република Македонија постојат повеќе примери на добра пракса во кои се докажува дека жената во никој случај не е помалку способна од мажот да има и раководи со свој сопствен бизнис, и дека таа покрај добра мајка и сопруга, секогаш може да биде и успешен претприемач.

Македонската развојна фондација за претпријатија (МРФП) во 2013 година има изготвено публикација со поддршка на Европската Унија за потребите на проектот Пат кон кариерата – Подобрување на можностите за вработување на жените од етничките малцинства во Источниот регион на Република Македонија, во рамките на Оперативната програма за развој на човечки ресурси 2007-2013. Во неа се претставени добри искуства на неколку жени кои успешно пливаат во водите на претприемништвото, а истите припаѓаат во руралните подрачја и на етничките малцинства кои се повеќекратно маргинализирани. Но тоа не значи дека тие се помалку способни да водат сопствен бизнис или да бидат вклучени во нечиј друг бизнис. „Понекогаш е потребно подобрување на знаењето или стекнување нови вештини, но понекогаш е потребно само охрабрување. Некој на кого ќе се угледаат, некој што веќе успеал, некој што ќе им влее доволно храброст да почнат“ - вели Татјана Лазаревска, извршен директор на МРФП.

Во оваа публикација има примери на 6 жени кои активно се вклучени во семејните бизниси. Нивната клучна улога во тие бизниси е неспорна. Тие активно учествуваат во планирањето и реализацијата на активностите, но исто така, можат да ги почувствуваат и придобивките. Сите 6 жени потекнуваат пред сè од рурални подрачја. Во Анекс 1 од магистерскиот труд се прикажани поединечни примери на добра пракса.

3.11.1.2 Економско окружување

Последните податоци за економските движења покажуваат дека светската економија е сè уште ранлива, ризиците се засилени, а индикаторите за економската активност и невработеноста во првото полугодие од 2012 година укажуваат на влошени перформанси⁴⁷. Имено, имајќи ги предвид

⁴⁷ <http://www.konkurentnost.mk/StrateskiDokumenti/PEP20132015.pdf>

зголемените надолни ризици, есенските проекции на Европската комисија (ЕК) за глобалниот економски раст во 2012 година се дополнително коригирани надолу на 3,1% од 3,3% за 2012⁴⁸. Намалувањето на проекциите за раст на светската економија е поврзано со релативно скромните резултати на политиките на земјите од Евразоната во однос на обновување на довербата во среднорочните перспективи, пред сè заради зголемените ризици кои произлегуваат од фискалната консолидација и сè уште ранливиот финансиски систем. Острите мерки на штедење значително влијаат врз намалување на побарувачката и економскиот раст. Условите за кредитирање се заострени и покрај прилагодувањето на монетарната политика, пред сè од страна на најголемите централни банки (Европската централна банка, Банката на Англија, Федералните резерви на САД, Банката на Јапонија). Годишната стапка на раст на кредитирањето во ЕУ е на најниско ниво во споредба со последните 15 години со 0% раст на кредитирањето во Евразоната во К-2 2012, што се должи претпазливоста на банките во однос на квалитетот на пласманите⁴⁹.

Во 2013 стапката на глобален раст е 3,3% за додека стапката на економски раст на ЕУ се 0,4%. За 2014 година, се предвидува одредено забрзување на растот, при што стапката на глобален раст ќе изнесува 3,9%, додека стапката на раст на ЕУ, 1,6%⁵⁰. Според истиот извор земјите во развој и растечките економии се очекува да забележат стабилен економски раст од околу 5%.

Стапката на инфлација во ЕУ во изминатиот период е водена од зголемувањето на цената на храната, енергенсите, основните метали и сировини, но и од зголемувањето на индиректните даноци и регулираните цени кај некои од земјите – членки на ЕУ. Во следниот среднорочен период, ЕК прогнозира намалување на влијанието на овие фактори.

Во 2011 година Република Македонија остварила стапка на економски раст 2,8% што пред сè, се должи на остварувањата во првата половина во годината, кога домашната економија забележа реален раст од 4,8% како резултат на зголемената странска ефективна побарувачка. Во 2012 година, влијанието од неповолното надворешно окружување е дополнително засилено како последица

⁴⁸ <http://www.konkurentnost.mk/StrateskiDokumenti/PEP20132015.pdf>

⁴⁹ http://www.finance.gov.mk/files/u9/1KEI_K-2-2012.pdf

⁵⁰ <http://www.konkurentnost.mk/StrateskiDokumenti/PEP20132015.pdf>

на намалената побарувачка за македонскиот извоз и понискиот прилив на капитал предизвика забавување на економската активност. Намалената побарувачка за македонските производи придонесе за намалување на индустриското производство и извозот на стоки, со што се ограничи потенцијалот за раст на македонската економија. Притоа, личната потрошувачка се намалила за 0,5%, додека јавната потрошувачка забележала раст од 0,6%⁵¹.

Макроекономската политика на Република Македонија е во функција на остварување на стратешките определби на Република Македонија за долгорочен и одржлив економски раст, зголемување на конкурентноста на економијата, зголемување на вработеноста и подобрување на животниот стандард на населението. Надворешното окружување претставува значаен фактор за остварување повисоки стапки на економски раст. Среднорочното базично макроекономско сценарио се базира на очекувањата за бавно излегување на ЕУ од рецесијата и остварување ниски позитивни стапки на раст во следните неколку години, како и реализација на планираните.

Од сите податоци наведени погоре јасно е дека и развојот на женското претприемништво во Република Македонија е во тесна врска со економското окружување. Неповолното надворешно окружување неповолно влијае на развојот на претпријатијата основани и раководени од жени. Непристапноста до кредитите и заострените мерки за нивно давање и користење повеќе го отежнува развојот на женското претприемништво. Очекувањата за подобра економска политика, зголемена побарувачка и раст на индустриското производство во периодот 2014-2015 претставуваат стимул за уште поголем број на жени претприемачи да основаат и започнат свој бизнис.

3.11.1.3 Пазар на работна сила

Пазарот на работна сила во Македонија се карактеризира со ниска стапка на вработеност и многу висока стапка на невработеност (рекордна во Европа, со исклучок на Косово). Состојбите на пазарот на работна сила се регулирани со Законот за работни односи, Законот за вработување и работа на странци, Законот за здравје и безбедност при работа и други закони и подзаконски акти.

⁵¹ http://www.finance.gov.mk/files/u9/KEI_K-1-2014_mk.pdf

Исто така пазарот на работна сила се карактеризира со ниска побарувачка на работна сила, нефлексибилна и лошо структурирана понуда, несоодветна ангажираност на младите, недоволна вклученост на ранливите групи и ред други проблеми со кои се соочува македонскиот пазар на работна сила. Министерството за труд и социјална политика (МТСП) спроведува програма со повеќе мерки за намалување на невработеноста. Нивната реализација главно се остварува преку Агенцијата за вработување на Република Македонија (АВРМ). И покрај сите овие најразлични мерки за промена на ситуацијата, стапката на невработеност останува на високо ниво. Високата стапка на долгорочната невработеност има големи последици и од социјален аспект, затоа што ја прихранува сиромаштијата во државата.

Одредени позитивни раздвижувања на пазарот на работна сила кои се случуваат последните неколку години се резултат на зголемувањето на јавната потрошувачка и административните ефекти од построгите правила, а не се производ на зголемена економска динамика.

Во текот на 2012, Меѓународната организација на трудот изработи анализа на перформансите од три активни програми на пазарот на труд (обука, субвенционирано вработување и помош при самовработување) имплементирани од страна на АВРМ во периодот од 2007–2010 година. Резултатите од анализата покажуваат дека 57,8 % од сите учесници од трите разгледувани програми биле вработени во текот на 2012 година, што се смета за релативно висок процент. Притоа, 77,2% од лицата кои во текот на 2007-2010 година искористиле средства од програмата за самовработување, 55,8% од лицата кои искористиле средства од програмата за обука и 43,4% од програмата за субвенционирано вработување, го задржале своето работно место и во 2012 година⁵². Како резултат на оваа анализа и успешноста на овие мерки, Владата и во наредниот среднорочен период ќе продолжи со имплементирање на вакви и слични мерки со цел подобрување на состојбата на пазарот на труд.

Според Државниот завод за статистика на Република Македонија од анкетата за работна сила во 2013 година, населението над 15 години било 1 672 460 лица, од нив 57.2% биле активни и учествувале на пазарот на трудот,

⁵² <http://www.konkurentnost.mk/StrateskiDokumenti/PEP20132015.pdf>

што претставува зголемување за 0.7 процентни поени во однос на 2012 година, додека 42,8% биле надвор од активното население, односно биле неактивни. Од нив 837 446 се мажи, а 835 015 жени. Вработени мажи се 407 531, а жени 271 307. Невработени жени се 110 925. На табелата подолу се прикажани резултатите за формално и неформално вработените во периодот 2011-2013.

	2011			2012			2013		
	вкупно Total	мажи Men	жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women
Вкупно вработени	645	388	256	650	393	257	678	407	271
Total employed	085	963	122	554	092	462	838	531	307
Формално вработени	484	285	198	504	301	202	526	313	212
Formally employed	128	939	189	258	517	741	033	538	495
Неформално вработени	160	103	57 933	146	91	54 721	152	93	58 811
Informally employed	957	024		295	575		805	993	
Структура според полот во % Structure by gender in %									
Вкупно вработени	100,0	60,3	39,7	100,0	60,4	39,6	100,0	60,0	40,0
Total employed									
Формално вработени	100,0	59,1	40,9	100,0	59,8	40,2	100,0	59,6	40,4
Formally employed									
Неформално вработени	100,0	64,0	36,0	100,0	62,6	37,4	100,0	61,5	38,5
Informally employed									
Структура според вработеноста во % Structure by employment in %									
Вкупно вработени	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total employed									
Формално вработени	75,0	73,5	77,4	77,5	76,7	78,7	77,5	76,9	78,3
Formally employed									
Неформално вработени	25,0	26,5	22,6	22,5	23,3	21,3	22,5	23,1	21,7
Informally employed									

Табела 4 Формална и неформална вработеност според полот (преземено од Државен завод за статистика)

Table 4: Formal and informal employment by gender

**Работоспособно население според економската активност, полот и
возраста за 2013 е прикажана на табелата подолу:**

Возраст Age	Вкупно Total			Работна сила / Labour force									Неактивно население Inactive population		
				Вкупно Total			Вработени Employed persons			Невработени Unemployed persons					
	вкупно Total	мажи Men	жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women
Вкупно Total	1 672 460	837 446	835 015	956 057	573 825	382 232	678 838	407 531	271 307	277 219	166 294	110 925	716 403	263 620	452 783
15-19	139 118	71 669	67 450	17 734	10 902	6 832	6 695	3 795	2 900	11 040	7 107	3 932	121 384	60 766	60 617
20-24	157 087	80 671	76 416	81 928	49 836	32 093	41 233	25 051	16 182	40 696	24 785				
25-29	164 495	84 153	80 342	126 943	72 921	54 022	75 469	43 990	31 479	51 474	28 931				
30-34	161 893	83 227	78 666	136 361	79 541	56 820	96 193	55 538	40 655	40 168	24 004				
35-39	153 201	78 035	75 165	123 909	74 099	49 810	91 909	53 644	38 265	32 000	20 455				
40-44	146 506	73 997	72 509	116 856	69 082	47 774	90 834	55 386	35 448	26 022	13 696				
45-49	147 581	74 598	72 983	116 143	68 740	47 403	94 098	55 531	38 567	22 045	13 208				
50-54	141 606	71 577	70 029	104 403	63 373	41 030	81 312	49 921	31 391	23 091	13 452				
55-59	134 910	67 824	67 086	87 060	54 259	32 802	66 235	41 989	24 246	20 826	12 270				
60-64	116 420	56 425	59 995	38 434	27 406	11 028	29 043	19 422	9 621	9 392	7 984				
65+	209 646	95 271	114 375	6 285	3 667	2 618	5 818	3 265	2 553	:	:				

**Табела 5: Работоспособно население според економската активност, полот и
возраста, 2013 (преземено од Државен завод за статистика)**

Table 5 :Working age population by economic activity, gender and age, 2013

**Стапки на активност на населението на возраст од 15 години и повеќе
според полот и возраста во 2013 се прикажани на табела 6:**

Возраст Age	Работоспособно население Working age population			Стапка на активност Activity rate			Стапка на вработеност Employment rate			Стапка на невработеност Unemployment rate		
	вкупно Total	мажи Men	Жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women	вкупно Total	мажи Men	жени Women
	Вкупно / Total	1 672 460	837 446	835015	57,2	68,5	45,8	40.6¹⁾	48,7	32,5	29,0	29,0
15-19	139 118	71 669	67450	12,7	15,2	10,1	4,8	5,3	4,3	62,3	65,2	57,6
20-24	157 087	80 671	76416	52,2	61,8	42,0	26,2	31,1	21,2	49,7	49,7	49,6
25-29	164 495	84 153	80342	77,2	86,7	67,2	45,9	52,3	39,2	40,5	39,7	41,7
30-34	161 893	83 227	78666	84,2	95,6	72,2	59,4	66,7	51,7	29,5	30,2	28,4

35-39	153 201	78 035	75165	80,9	95,0	66,3	60,0	68,7	50,9	25,8	27,6	23,2
40-44	146 506	73 997	72509	79,8	93,4	65,9	62,0	74,8	48,9	22,3	19,8	25,8
45-49	147 581	74 598	72983	78,7	92,1	65,0	63,8	74,4	52,8	19,0	19,2	18,6
50-54	141 606	71 577	70029	73,7	88,5	58,6	57,4	69,7	44,8	22,1	21,2	23,5
55-59	134 910	67 824	67086	64,5	80,0	48,9	49,1	61,9	36,1	23,9	22,6	26,1
60-64	116 420	56 425	59995	33,0	48,6	18,4	24,9	34,4	16,0	24,4	29,1	12,8
65+	209 646	95 271	114375	3,0	3,8	2,3	2,8	3,4	2,2	7,4	11,0	2,5
15-64	1 462 817	742 176	720 641	64,9	76,8	52,7	46.0 ²⁾	54,5	37,3	29,1	29,1	29,2

Табела 6: Стапки на активност на населението на возраст од 15 години и повеќе според полот и возраста, 2013 (преземено од Државен завод за статистика)

Table 6: Activity rates of the population aged 15 years and over by gender and age, 2013

Вработените според видот на сопственоста на деловниот субјект и полот во 2013 се прикажани на табела 7:

Пол	Вкупно Total	Сопственост на деловните субјекти Ownership of business entities		Gender
		приватна Private	друга ¹⁾ Other ¹⁾	
Вкупно	678 838	521 607	157 230	Total
Мажи	407 531	318 038	89 493	Men
Жени	271 307	203 569	67 737	Women
Структура според сопственоста во % / Structure by ownership in %				
Вкупно	100,0	76,8	23,2	Total
Мажи	100,0	78,0	22,0	Men
Жени	100,0	75,0	25,0	Women
Структура според полот во % / Structure by gender in %				
Вкупно	100,0	100,0	100,0	Total
Мажи	60,0	61,0	56,9	Men
Жени	40,0	39,0	43,1	Women

¹⁾ Друга (мешовита, задружна, државна, недефинирана)

Табела 7: Вработени според видот на сопственоста на деловниот субјект и полот, 2013 (преземено од Државен завод за статистика)

Table 7: Employed by type of ownership of the business entities and by gender, 2013

Од табелата прикажана погоре јасно се гледа дека жените во сите параметри заостануваат зад мажите, што ја става жената во подредена положба. Во приватна сопственост на жени има 39% деловни субјекти, а на мажи 61%. На другите деловни субјекти на жените отпаѓаат 43.1%, а на мажите 56.9%.

Едни од најважни предизвици кои претстојат за пазарот на работна сила во Македонија се следниве: бавниот економски раст, недостигот на домашни и странски директни инвестиции, големото учество на неформалната, односно „сивата“ економија во вкупното работење, нерамномерниот регионален развој, социјалните проблеми, ниското ниво на креирање на работни места, загрижувачката висока невработеност кај младите лица, екстремно високата стапка на долгорочно невработени, родовата нееднаквост; неусогласеноста помеѓу образовниот систем и потребите на пазарот на трудот.

3.11.1.4 Деловниот амбиент во Р. Македонија

Република Македонија сè уште се наоѓа во неповолна економска состојба. Индикатори за тоа се: негативни стапки на бруто домашниот производ, финансиски долг, висока стапка на невработеност, висока инфлација, актуелните состојби и спорови околу името и др.

Подобрувањето на деловниот амбиент во Република Македонија треба да започне со имплементација на реформи, со спроведување на компатибилни и флексибилни програми и проекти за развој и поддршка на бизниси. Некои социјални реформи, техничка помош, изготвување на програми во поглед на планирање на локално економскиот развој, помош од Фондот за вработување, субвенции доделени за отпочнување на нови бизниси, билатерални програми и др. се само дел од тоа што треба да се спроведе во Република Македонија. Посебно внимание треба да се обрати на изградбата на поволна инвестициска клима, како и на зајакнување на капацитетот на дејствување на институциите за поддршка на претприемништвото, пред сè на женското претприемништво и ширење на претприемничката култура. Исто така правилното спроведување на монетарната и фискалната политика ќе иницира подобрување на условите за работа. Развојот на мали и поголеми бизниси во Република Македонија би донел до поставување на темели за успешна деловна клима, или доколку таа

постои да се овозможи нејзин континуитет. Добрата деловна клима е индикатор за поволна економска состојба, раст, развој, опстанок, стабилност.

Владата на Република Македонија во соработка со деловната заедница (стопански комори, здруженија и асоцијации) во март 2012 година усвои пакет од 72 мерки за подобрување на деловното опкружување во земјата со соодветен двогодишен Акциски план, креиран врз основа на детална анализа на движењето на Индексот за глобална конкурентност на Светскиот економски форум. Од вкупно 72 мерки за подобрување на глобалната конкурентност 53 мерки или 88% се реализирани или нивната реализација е во тек. Некои од тие мерки се: 0% данок за микро и мали бизниси со приход до 3 милиони денари, даночна едукација за нови претпријатија, поддршка на земјоделството преку укинување на царинските давачки, поддршка на индустриското производство преку укинување на царинските давачки, измени и дополнување на Законот за лизинг, измени и дополнувања на Законот за банки, регистрација на фирма без надоместок, разни грантови и др. Најголем дел од овие мерки не се директно поврзани со развојот на женското претприемништво, но дел од нив би можеле да се искористат.

Економските услови се екстерни услови каде што малите компании воопшто не можат да влијаат. Тука треба да влијае државата и да им го олесни патот на идните претприемачи до отворање сопствен бизнис. Со ниските фискални давачки, едношалтерскиот систем кои на инвеститорите ќе им овозможи да регистрираат компанија за неколку дена, намалување или пак ослободување од даноци на додадена вредност и останати царинските давачки, намалување на комплицираните административни процеси при добивање на дозволи се само пример на мерки кои што може да бидат реформирани од страна на државата. Високите каматни стапки би ги зголемиле трошоците на една компанија, а со тоа би ја намалиле и мотивираноста на претприемачите да ги финансираат своите идеи и проекти. Преку креирање на ниски каматни стапки тие ќе земаат повеќе кредити, а тоа позитивно ќе влијае кон развојот на малите и средни компании.

4. ФИНАНСИРАЊЕ НА ЖЕНСКОТО ПРЕТПРИЕМНИШТВО

4.1 Сопствени средства

Во однос на финансиите, дискриминацијата за достапноста на кредити за мал бизнис е многу реално прашање со кое претприемачките се соочуваат. Жените, општо земено, имаат помалку пристап до финансии и финансиска поддршка отколку мажите. Уште еден фактор за почнување бизнис е поддршката од семејството. Недостигот од охрабрување од домот во комбинација со отпорот од општеството во голема мера создава физички и психички бариери. Од аспект на големината на бизнисот, жените претприемачи имаат помали бизниси од мажите. Главно, причината за помал бизнис се должи на неколку причини и тоа: помали профити, помал број на вработени, како и помалиот почетен капитал.

Прв и најсигурен извор на инвестициски капитал во претпријатието се личните средства на претприемачот. Тој капитал го сочинуваат заштедите или вредностите во недвижности како гаранција за позајмици од банки или други институции. Современите инвеститори настојуваат што повеќе да ги насочат претприемачите, во почетокот на претприемничката активност, на овој извор на инвестиции. Бидејќи се свесни за ризикот па очекуваат од претприемачот да, како идеен креатор на бизнисот, го преземе најголемиот дел од ризикот вложувајќи го својот личен капитал. Ретки се случаите банките да бидат подготвени да кредитираат од самиот почеток толку вредни и сигурни претприемнички идеи. Овој начин на кредитирање на претприемнички бизнис, има и за претприемачот предност, доколку располага со такви средства. Поседување на лични иницијални средства, веќе е значајна „влезница“ за доверба и кај банките и другите инвеститори. Претприемачот ретко може само со сопствени средства за започне значаен бизнис, па затоа се неопходни екстерни средства. За да може претприемачот да смета и на овие средства повеќето од инвеститорите во почетокот инсистира барем на 50% приватни средства од претприемачот.

Жените за разлика од мажите во најголем број од случаите имаат помалку сопствени средства на располагање, пред сè поради нивната улога како мајка и домаќинка. Меѓутоа, тие пак се похрабри во однос на инвестирањето на сопствените средства и многу често ја користат својата

лична заштеда, капитал во недвижности, пензиски фонд, автомобили, колекции и многу други за отпочнување на бизнис. Исто така, жените кои сакаат да основаат свој бизнис бараат позајмици од банки, а како гаранција го ставаат сопствениот имот или други недвижности со кои располагаат.

4.2 Средства од пријатели

Многу често пријателите се значаен извор на средства, било како долг или инвестиција. Важно за оваа форма на финансирање е прецизно и јасно да се утврдат сите обврски и да се елиминираат нејаснотите и недореченостите како што се прашањата на отплата на заемот во временско траење, начинот на отплата, камата и сл. Ако роднините и пријателите се јават како инвеститори тогаш со нив треба да се прецизираат и јасно да се дефинираат партнерските односи, како што е учеството во работата, можноста за откуп на нивниот дел во капиталот и профитот итн. Овој облик на обезбедување на финансиски средства е наједноставен, но има и нагласени позитивни и негативни страни. Ако прецизно и јасно не се дефинираат односите, пред сè, сопственичките, можно е да се пореметат не само односите во работењето туку и пријателските и тоа да може да биде негативна страна на овој модел на финансирање. Од друга страна, познато е дека пријателите се пострпливи во исчекувањето на поволни резултати од работењето отколку што се другите инвеститори. Но, жената претприемач никогаш нема да го искористи или злоупотреби овој факт. Сепак, при земањето на средства од пријателите се инсистира на прецизно утврдување, во случаи кога се работи за должнички однос, прецизно да се одреди каматната стапка, условите и роковите на враќање на средствата, а ако се работи за сопственичко финансирање тогаш прецизно да се утврдат сите права кои од тоа произлегуваат и тоа во пишана форма, на пример, прецизно треба да се наведе износот на средства кои ќе се ангажираат, начинот на ангажирање на средствата, права и обврски на инвеститорот и постапката во случај да потфатот не успее. Оваков формален договор ги спречува проблемите кои би можеле да се појават во текот на работењето или неуспехот во работењето. Жената претприемач мора да биде *на чисто* дека и и пријателите влегуваат во

работата затоа што веруваат дека се работи за добар бизнис, а не од чувство на пријателски обврски.

Средствата од пријателите на жената и е полесно да ги обезбеди, за разлика од мажот, пред сè поради поголемата доверба кон жената од страна на пријателите. Позајмените средства од страна на пријателите жената ги прифаќа со големи емоции затоа што тоа и покажува дека пријателите веруваат во неа, а истовремено и дава и стимул за нејзин успех и побрзо враќање на истите.

4.3 Пазарни извори на финансирање

Финансирање претставува користење и манипулација со пари. Обезбедување на пари за започнување на бизнис претставува еден вид на финансирање. Овие пари се нарекуваат капитал за започнување на бизнис. Податоците од извршени анализи и студии покажуваат дека 15% од претприемачите не може да најдат инвеститори, како партнери или финансиери. Секој претприемач, најчесто започнува да работи со сопствени заштеди, со позајмени средства од блиски пријатели и од банкарски средства со кредитни картички.

За да започнат со работење, на претприемачите, посебно на жените претприемачи им е најважно да располагаат со почетен капитал за подповолни, некомерцијални услови добијат средства за работа. За надминување на проблемот со финансирање на претприемачите се наоѓаат разни пазарни извори на финансирање како:

- Кредити на комерцијални банки
- Финансиски лизинг
- Факторинг
- Деловни (бизнис) ангели
- Микрокредитирање
- Финансирање по пат на финансиски пазар и др.

Подолу поединечно и детално се објаснети овие извори на финансирање.

4.3.1. Кредити на комерцијалните банки

Позната светска практика на комерцијалните банки е да ги услужуваат големите претпријатија затоа што тие не се заинтересирани да вложуваат во проекти за кои не се знае дали ќе се развијат и бидат успешни. Многу банкари сè уште се скептични кога се работи за жените претприемачи и потешко им одобруваа кредити, не ги сфаќаат сериозно, но поради докажаните резултати и вроденото внимание на жените тој однос секојдневно се менува.

Заемите од банките им помагаат на жените на многу начини и тоа од започнување на бизнисот, па сè до водење и раст на бизнисот. Банките се насочени да им овозможат на жените претприемачи голема финансиска поддршка. Денес, тие сè повеќе се ориентирани да ги проучуваат бизнисите водени од жени, затоа што тие бизниси се сметаат за значителни и со голем растечки потенцијал. Тука се и фондовите на владите за развој на женското претприемништво, како и финансирање од разни профитни или непрофитни организации. Како главен проблем во работењето се јавува финансирањето и фактот дека не биле сериозно прифаќани како сопственици на претпријатија. Во САД постојат специјализирани оддели во банките кои се задолжени за финансирање на жените претприемачи. Повеќе финансиери се мажи и тие имаат стереотипни размислувања за тоа што жените можат да направат. Во САД за да се елиминираат пречките на жените во пристап до капитал, се развиени повеќе програми за заеми и кредити. Има и непрофитни организации кои ги финансираат потребите на жените за отпочнување и развој на бизнисот, при што се нудат краткорочни заеми.

Инвестирањето во жените е едно од најефективните средства за зголемување на еднаквоста и промовирање инклузивен и одржлив економски развој. Во моментот, на глобално ниво, 48 милиони претприемачки и 64 милиони бизниси се почнати од жени и вработуваат едно или повеќе лица во нивните компании⁵³. Во Европа не се евидентираат податоци за да се знае колку жени почнале свои бизниси, меѓутоа се знае дека во Европа бројот на претприемачки е премногу мал. Потребно е што повеќе жени да се охрабрат за да почнат свои бизниси за да зајакнат финансиски. Жените создаваат нови

⁵³ Мади Шарма- членка на Економско-Социјалниот Комитет на ЕУ- интервју
<http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=11614723112&id=10&setIzdanie=23076>

работни места и економски развој, но се заглавени во средина, или се преголеми за микрофинансирање или се премногу мали за комерцијалните банки, како и создавање менаџерски способности и познавање на индустријата за да доживеат развој. Како прво, инвеститорите мораат да препознаат дека жените немаат микросоништа за да им се дадат само микрокредити. Во една студија се вели дека во бордовите со поголема застапеност на жените постои за 66% поголема стапка на инвестиран капитал, додека друга студија покажува дека доколку само една жена е на управувачка функција, се намалува ризикот за банкрот за 20%⁵⁴. Европската банка за обнова и развој (ЕБОР), Шведската меѓународна развојна агенција (СИДА) и Луксембург се согласија за новата програма за сеопфатна поддршка за жени-менаџери на мали и средни претпријатија (МСП), предводена од жени претприемачи, да биде реализирана преку Програмата Жени во бизнисот, и да биде намената за Западен Балкан. Програмата Жени во бизнисот се надоградува на ставот дека МСП управувани од жени, имаат потреба од финансии и од совети, за да можат да го развиваат бизнисот. Програмата, која опфаќа финансирање, техничка помош за учество во финансиските институции и бизнис совети за жени претприемачи, ќе биде и званично промовирана во наредните месеци. Ќе ги опфати следниве земји: Албанија, Босна и Херцеговина, Македонија, Косово, Црна Гора и Србија, кои постепено ќе се вклучуваат во тек на наредните четири години, период во кој истата ќе се реализира. Првично, Банката ќе учествува со 20 милиони евра, наменети за креирање на кредитни линии за бизнисите управувани од жени, и преку локалните финансиски институции, сè со цел да промовира одржливо позајмување на МСП управувани од жени, зависно од конечно одобрување на Бордот на директори на ЕБОР. СИДА обезбеди 33 милиони шведски круни (противвредност од приближно 3,6 милиони евра), за градење на институционалниот капацитет, со цел да им помогне на финансиските институции во развивање на финансиските производи, кои ги задоволуваат специфичните потреби на претпријатијата управувани од жени, како и претпријатијата управувани од жени да имаат пристап до консултантски услуги,

⁵⁴ Мади Шарма- членка на Економско-Социјалниот Комитет на ЕУ- интервју
<http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=11614723112&id=10&setIzdanie=23076>

кои ќе им помогнат да растат и да го развиваат својот бизнис⁵⁵. Програмата ќе се надградува и со советодавни услуги за проектите со менторство и долгорочно подучување, сè со цел да им обезбеди на жените претпремачи знаење и доверба за преземање на следниот чекор.

На Македонскиот пазар работат повеќе банки со најразлични кредитни линии наменети за потребите на клиентите, меѓу кои се и жените кои сакаат да започнат и основаат свој бизнис. Најповолни мали заеми може да се добијат во:

-*Штедилница „Можности“* со своите филијали во Скопје, Битола, Тетово, Кочани, Кавадарци. Таа им обезбедува мали заеми до 100.000 евра, по релативно поволни услови, за основен и обртен капитал, за почетници но и за малостопанственици кои веќе имаат развиен свој бизнис, а на кои им е потребен капитал за надминување на ликвидноста и за задоволување на потребите.

-*Штедилница „Фулм“* со своите филијали во Скопје, Тетово, Струмица, на своите штедачи им обезбедува мали заеми до 2.500 евра за разни потреби, вклучувајќи го и водењето на претпријатие, за земјоделците и занаетчиите

-*Програмата „Хоризонти“* со своите филијали во Скопје, Тетово, Велес, Прилеп, обезбедува мали заеми за претприемачи, малостопанственици кои сакаат да работат и кои имаат желба да имаат своја работа. Програмата дава средства во циклуси, на група претприемачи (особено жени) кои меѓу себе си гарантираат.

-*Прокредит банка* со своите филијали низ земјата обезбедува разни видови на кредити, за веќе оперативни претпријатија (минимум 3 месеци да работат).

-*СЕАФ/Македонија* е инвестиционен фонд кој финансира односно купува акции во стабилни и развиени претпријатија до 800.000 евра, со право и да излезе од претпријатието.

- *Македонска банка* за поддршка на развојот со кредитни линии од 15.000-500.000 евра за нови претпријатија, за обртен капитал и трговија, со кредитна линија од 30.000-300.000 евра за нови и постоечки мали и средни претпријатија и др.

За подобар развој на женското претприемништво, и воопшто развојот на економијата во Република Македонија потребно е постојано да се укажува на

⁵⁵ <http://lider.mk/2014/05/16/poddrska-za-zenite-pretpriemaci-na-zapaden-balkan/>

намалување на високите каматни стапки за добиените кредити и поедноставување на процедурата за добивање на истите.

4.3.2. Финансиски лизинг

Финасирањето по пат на лизинг преставува облик на финасирање преку давање на одреденото средство под закуп. Претпријатијата во основа имаат фиксни финансиски средства поднесени во билансната состојба, но важен фактор претставуваат недвижностите, земјиштето, зградите и опремата каде што доколку не се во нивна лична сопственост првата опција е преку финансиски средства да ги купат или како алтернативна опција да ги земат на лизинг. Давањето на одредено средство под закуп (лизинг) во себе носи и други погодности:

- Обука на кадри кои треба да го употребуваат средството;
- Сервисирање, одржување и замена на дотраени делови;
- Пренесување на корисникот на лизинг како know-how од областа на технологијата и техниката со пропратна документација за даденото средство кое преставува предмет на договорот за лизинг

Договорот за финансиски лизинг претставува склучен договор кој овозможува корисникот на лизинг (lessee) да користи средства во сопственост на компанијата за лизинг (lessor) давател на лизинг, за одреден надомест во определна форма на плаќање. Главниот интерес на компанијата кој го дава лизингот е да овозможи на корисникот на опремата да создаде прилив на готови пари (cash flow) со цел да ги сервисира плаќањата на давателот на лизинг. Во склучување на ваков вид договор за лизинг инволвирани се две или три страни, односно едната страна (давател на лизинг) се обврзува на другата страна (корисникот на лизинг) да финансира набавка на одредено средство, на тој начин корисникот на лизинг ќе одбере кое средство му е потребно, давателот на лизинг ќе го купи или нарача да се направи кај производителот (трета страна), па откако ќе стане негов сопственик ќе го предаде на користење и употреба на корисникот на лизинг за одредено време и одреден надоместок за истото средство. По истекот на договорениот рок од договорот корисникот на лизинг истото може да го купи, да го врати или да продолжи да го користи. Под договор за лизинг се земаат компјутери, авиони, автомобили и

индустриска опрема. Со други зборови, доколку правниот субјект нема доволно финансиски средства за набавка на опрема се обраќа до лизинг институцијата и од неа ја зема опремата под лизинг, а при тоа се склучува договор каде што точно се регулираат условите под која ќе се користи опремата. Во договорот се утврдени одредбите како рок со важност на повеќе години, услови на користење, начин на плаќање и времетраењето на истиот договор. По истекот на договорот за лизинг на корисникот му стојат на располагање следниве можности⁵⁶:

- да го купи предметот по пониска цена и да стане негов сопственик;
- да склучи нов договор за користење на предметот по пониска цена;
- да го врати предметот на лизинг компанијата.

Во договорот за лизинг важно е да се нагласи дека сопственоста на предметот кој се дава на лизинг на корисникот е давателот на опремата (lesser) а тоа преставува зголемена гаранција за него и за целата лизинг трансакција. Лизинг институцијата преставува правно лице што може да се јави како производител на опремата или како правно лице кое ја купува опремата од производителот и ја дава под лизинг на корисникот на опремата.

Во финансиските лизинг договори најважен елемент е цената на надоместок за лизинг. Во цената обично влегуваат следните елементи: амортизација на средството, трошоци за сервисирање, одржување, замена на дотраени делови, трошоци за осигурување, трошоци за обука на кадри. Предностите за користење на лизинг договори се повеќекратни:

- за користење на опремата на мора да се ангажираат сопствени финансиски средства, односно корисникот не мора да се задолжува во банка,
- со користење на лизинг опрема, корисникот брзо доаѓа до современа технолошка опрема,
- ризикот на застарување на средството го сноси давателот на лизинг, имено ако истиот застари давателот на лизинг има обврска да го замени.

Недостатоци од употребата на лизингот за корисникот се:

⁵⁶ Д-р Ристо Фотов: „Финансиски менаџмент,, 2010

- Надоместокот за лизинг обично е висок, па спрема тоа корисникот на лизинг таа цена треба да ја вкалкулира во своите трошоци со цел да го зголеми производството и реализацијата така што да му се исплати финасирањето преку лизинг;
- Не постои можност за прекинување на аранжманот;
- Во периодот за лизинг, средството во целост треба да биде амортизирано.

Овој тип на финансирање е наменет и за физички, но претежно за правни лица и важи само за неподвижна сопственост. Овој тип на лизинг ја овозможува поддршката за изградба на згради со повеќе целна намена, складишта, хали за производство, деловни објекти и слично. Учеството кое е потребно се одредува индивидуално во зависност од инвестицијата.

Финансискиот лизинг е поволен за давателот на лизинг, затоа што го задржува правото на сопственост на предметот на лизинг, а е поволен и за испорачателот како извор на континуирана продажба на сигурен купувач, под поволни услови⁵⁷.

Со оглед на позитивните и негативните страни кои произлегуваат од договорот за лизинг, носителите на одлуки за обликот на финансирање треба да располагаат со познавање на различни типови на лизинг аранжмани, нивните карактеристики, како и начинот на анализа и оценка на економската оправданост на ангажираните средства.

Користењето на лизингот има предност за оние претпријатија што имаат лимитирана кредитна способност. Користењето на лизингот влијае врз зголемување на кредитната способност на корисникот заради тоа што:

- Претпријатието може да обезбеди повеќе финансиски средства и за подолг период отколку преку кредитно задолжување;
- Лизингот не се појавува во билансот на состојбата на претпријатието, па заради тоа, финансирањето преку лизинг аранжман му дава на истото посупериорен финансиски приказ при кредитни анализи.

Со лизингот се поттикнува развојот на малите стопански субјекти, посебно во економиите во развој каде што истите се двигатели на

⁵⁷ Д-р Ристо Фотов, „Финансиски менаџмент“, 2010

општествената економска благосостојба за една земја. Имено, ако се има предвид користењето на лизинг аранжмани влијае на модернизација на стопанството, зголемено производство и продажба, *know how* технологија, зголемени инвестиции и воедно намалување на стапката на невработеност.

Република Македонија спаѓа во редот на оние земји, кои договорот за лизинг го предвидува во своето законодавство. На директен или индиректен начин на лизингот се применуваат и низа други норми систематизирани во повеќе закони и тоа: Закон за сметководство од 1992 год., Закон за надворешно-трговско работење од 1992 год., Царинскиот закон од 1998 год., и негови последователните измени од 2000 и 2002 година. На самиот почеток од 2002 год., донесен е и стапи на сила Законот за лизинг („Сл.весник на РМ“ бр.4/2002 год.) Донесен е и Правилник за начинот и условите за вршење на лизинг во март 2002 год. Законот за лизинг ги следи современите текови, па така дава една рамка за регулирање и контрола за вршење на лизинг дејноста. Давателот на лизинг задолжително треба да добие дозвола за вршење на дејност лизинг, која се издава од Министерството за Финансии на Р. Македонија, со законска обврска истата да се објави во „Сл. весник на РМ“ во рок од две недели од издавањето посебна обврска за Министерството за финансии преставува задолжително известување до Централниот Регистар, каде што се води посебен регистар за лизинг, за сите издадени и сите одземени дозволи на лизинг компаниите. Но, постои и задолжителна правна норма за давателот на лизинг, кој е должен да го регистрира предметот за лизинг во посебниот регистар на Централниот Регистар, во рок од 5 работни дена од денот на склучување на лизинг договорот.

Од донесувањето на Законот за лизинг до денес се направени 5 измени и дополнувања и тоа: Закон за изменување и дополнување на Законот за лизинг „Службен весник на РМ“, бр. 49/2003, 13/2006, 88/2008, 35/2011 и 51/2011. Последните измени што беа направени, главно, се однесуваат на одлуката којашто Министерот за финансии треба да ја донесе во врска со издавањето на дозвола, т.е. измените ја прикажуваат постапката што треба да се спроведе кога Министерот нема да донесе решение за издавање дозвола, односно нема да донесе решение за одбивање на поднесеното барање. Во поглед на областа на примената на лизинг аранжмани тоа е само во автомобилската трговија како патнички возила, камиони, додека за опрема е

застапена во занемарувачки размери. Со цел да се надополни отсликувањето на моменталната ситуација во лизинг секторот, треба да се подвлече дека во Република Македонија сè уште не заживеал лизингот како финансиска дејност на банките т.е. банка да се сретне како трет субјект – инвеститор или како кредитор во договор за кредит поврзан со договор за лизинг. При законската имплементацијата и практичната примена се појавуваат повеќе проблеми и пропусти кои се јавуваат во секојдневната примена на лизингот.

Наспроти македонската регулатива што го уредува лизингот, на светско ниво, во рамките на Меѓународниот институт за унификација на приватното право во Рим (UNIDROIT), во 1988 година во Отава е донесена Конвенцијата за меѓународен финансиски лизинг (UNIDROIT Convention on International Financial Leasing) што стапи во сила на 1. мај 1995 година. Имено, станува збор за Конвенцијата со којашто се регулираат односите што произлегуваат од лизинг договорите (склучени на меѓународно ниво). До примена на УНИДРОИТ (UNIDROIT) Конвенцијата за меѓународен финансиски лизинг доаѓа кога примачот и давателот имаат деловни седишта во различни држави и кога овие држави и државата во која продавачот (испорачателот) има деловно седиште се држави договорнички или кога на обата договора (договорот за лизинг и договорот за продажба) се применуваат правилата на земјата договорничка (испорачател). Според оваа Конвенција, **финансискиот лизинг** се дефинира како трансакција во којашто давателот на лизингот склучува два договора и тоа: 1) договор со трета страна (испорачател) за купување опрема под услови што ги избрал корисникот на лизинг во согласност со своите интереси; и 2) договор за лизинг со којшто корисникот на лизинг се стекнува со право на користење на опремата во замена за соодветен надоместок. Конвенцијата е составена од 25 члена со коишто се уредува меѓународниот финансиски лизинг. Всушност, станува збор за конвенција со којашто се регулира тространиот финансиски лизинг во чија трансакција се вклучени три страни, при што секоја од нив има свои економски интереси заради коишто зазема сопствен став. Правото на сопственост на опремата го добива корисникот на лизинг кој, на тој начин, добива заштита, но во случај на стечај, против барањето на стечајниот управник или доверителот на примачот на лизингот

Практичните примери укажуваат дека во Р. Македонија постои незначителна примена на лизинг договорите. Од сите погоре изнесени факти

може да се каже и тоа дека и жените претприемачи помалку го користат лизингот за финансирање од останатите пазарни извори на финансирање, пред сè поради посложените задолжителни правни норми, иако поголем број од банките во Република Македонија сè почесто го користат лизингот како извор на финансирање, односно кредитирање на заинтересираните претприемачи.

4.3.3. Факторинг

Факторинг е услуга која овозможува продажба на производи и услуги на одложено плаќање, при што дел од средствата наведени во фактурата се добиваат веднаш. Факторингот комбинира кредитна заштита, регистар на побарувања, наплата на побарувања и финансирање за компаниите кои продаваат производи и услуги со одложено плаќање пократко од 180 дена. Факторингот се појавил во САД како комисиона работа – агенти (фактори) кои истапувале во свое име, а за сметка на своите клиенти. Факторингот е производ на автономното банкарско и трговско право, што е регулирано со Конвенција на УНИДРОИТ за меѓународен факторинг усвоена во 1988 година во Отава, Канада. Станува за своевиден облик на банкарско работење, односно облик на кредитирање и облик на купопродажба на побарувањето на клиентот.

Факторингот е финансиска трансакција кога една компанија ги продава своите краткорочни недоспеани побарувања на трета страна (наречена фактор) за одреден дисконт, а воедно паричните средства што ги добива во замена ги користи за финансирање на бизнисот. За разлика од банкарскиот кредит, факторингот вклучува продажба на побарувањата и нивна конверзија во кеш, што значи подобрена ликвидност без појава на зголемено задолжување во билансите. Факторингот е флексибилен финансиски производ, атрактивен за компании кои функционираат во производствените, услужните како и секторите поврзани со трговија на големо. Факторингот е одличен продукт за производствените компании, особено за оние кои се фокусирани на извоз и коишто своите производи ги нудат на одложено плаќање, додека истовремено се принудени да вршат авансни плаќања кон нивните добавувачи. Истовремено, факторингот е одличен за трговски и услужни

компаниии кои остваруваат висок степен на раст и имаат потреба од зголемена ликвидност за неговата поддршка.

Договорот за факторинг се дефинира како договорен однос помеѓу една страна — добавувач (клиент) и друга страна — финансиски посредник (фактор). Клиентот со попуст (дисконт) му ги пренесува на факторот своите недостасани парични побарувања, а кои произлегуваат врз основа на договори за продажба на стока или услуги помеѓу него — клиентот и неговиот купувач (должник), а факторот се обврзува за соодветен надомест да прифати да ги наплати тие побарувања, доколку смета дека платежната способност на должниците на клиентот е добра, со известување на должниците за таквиот пренос, без оглед дали клиентот или факторот го сносат ризикот за наплата на тие побарувања.

Странки кај договорот за факторинг се факторот (банката) и клиентот (деловен субјект во меѓународната трговија). Клиент е лицето, најчесто регистрирано правно лице кое работи на профитна основа, кое со попуст ги пренесува на факторот своите нестасани договорни краткорочни парични побарувања. Фактор е лице кое со попуст купува долг (парично побарување) кој се должи на друг, со цел да се заработи преку наплатата на тој долг. Како фактор најчесто се јавуваат банки или специјализирани факторинг куќи. Факторот е договорната страна која ја врши карактеристичната чинидба кај овој договор, па според тоа во случај на спор кај меѓународен факторинг, меродавно би било правото на земјата на факторот и доколку договорните страни не договориле друго меродавно материјално право. Факторот се обврзува за клиентот да изврши најмалку две од наведените функции:

- да обезбеди финансиски средства за клиентот по пат на авансни уплати;
- да води евиденција (книги) за побарувањата;
- да изврши наплата на побарувањата;
- да преземе соодветни мерки при доцнење со уплатите од должниците на клиентот.

По правило, факторот нема право на регрес од клиентот во поглед на ненаплатливоста на побарувањата. Должник на клиентот е лицето кое треба да ја изврши исплатата на паричните побарувања врз основната правна работа т.е договорите за продажбата на стоки и услуги со клиентот.

Важен услов за постоење на договорот за факторинг е известувањето на должникот за преносот на побарувањата. Имено, продавачот на побарувањата (клиентот) треба да го извести својот должник дека побарувањата му ги пренесол на факторот, иако известувањето може да го изврши и самиот фактор. Инаку, договорот за факторинг има потраен карактер, бидејќи тој може да се однесува не само постоечките недостасани побарувања, туку и за пренос на идните побарувања. Сепак, најчесто договорот за факторинг се склучува за одреден временски период и тој ги вклучува сите парични побарувања што ги има клиентот, а не само одредени поединечни побарувања или трансакции.

Пред да се склучи договорот за факторинг, постојат неколку претходни дејствија. На факторот му требаат околу две недели да ги испита договорените парични побарувања што треба да ги преземе, односно купи. Овој период се смета за оптимален за да се испита бонитетот и финансиската способност на клиентот. Но, факторот покрај бонитетот на клиентот, го испитува и бонитетот на должниците на клиентот и нивната финансиска способност за благовремено исполнување на договорни обврски за плаќање. Затоа, секогаш треба да се знае дека главниот извор на средства за плаќање на факторот кон клиентот е должникот на клиентот и неговата способност за плаќање, а не самиот клиент. Некои фактори имаат утврдено минимум износ на парични побарувања кои клиентот треба да ги има кон трети лица за да се склучи договорот за факторинг. Други факторинг компании, пак, утврдуваат максимум износи со кои може да се врши факторинг со едно лице во одреден временски интервал. Оттука, должникот, односно должниците на клиентот се во главниот фокус на факторот. За возврат факторот, најчесто, ќе бара да му се заложат сите побарувања на клиентот, независно од кои договори, како гаранција за обврската за клиентот кон него. Не случајно и факторингот се смета за многу добро средство за алтернативно финансирање на млади бизниси кои се толку нови што сè уште немаат изградено бонитет за својата финансиска состојба. Дури по овие претходни дејствија следи одлуката на факторот да склучи договор за факторинг, односно да ја прифати понудата на клиентот.

Факторингот, по правило, остварува три основни функции:

- **Функција на финансирање**, односно обезбедување на готови пари по пат на авансна исплата - Факторот му става на клиентот на располагање одреден паричен износ и многу е важно да постои одреден, однапред познат временски интервал помеѓу денот кога факторот ќе исплати, односно ќе му стави на располагање на клиентот одреден износ, до денот кога тој – факторот ќе стекне можност, односно право да се наплати од должникот на клиентот;
- **Функција на обезбедување на наплата del credere функција** (гаранција за обврски на трето лице) - Се работи за функција кога факторот врз себе ја презема обврската за наплата односно за платежната неспособност на должникот на клиентот. Кој ризик за наплата in concreto ќе преземе факторот зависи од самиот договор за факторинг, затоа што самото преземање на del credere обврската не значи дека факторот се согласил да ги преземе врз себе сите можни ризици за наплата на побарувањето. Но, постојат и договори за факторинг, особено во американската практика, кога факторот врз себе ја презема del credere обврската не само за финансискиот ризик, туку и политичките ризици за наплата на побарувањето, ризикот за испорака на стоката и друго. Кога клиентот ќе изврши испорака на стоката, факторот во никој случај не може да се откаже од својата преземена обврска за del credere обврска. Клиентот има право на надомест на целиот износ на цедираното парично побарување со одбиток на провизијата на факторот, без оглед на платежната (не)способност на неговиот (на факторот) должник;
- **Функција на управувањето со побарувањата** - Се работи за функција и услуги што не се содржани во претходните две функции. Во рамки на оваа функција, факторот ги утужува или на друг начин обезбедува наплата на побарувањата што ги купил, дава консултантски совети на своите клиенти, ги заштитува своите клиенти од лоши (ненаплатливи или тешко наплатливи) долгови, води сметководство, врши пресметка на провизија и данок.

Договорите за факторинг се делат по повеќето критериуми:
 - Sprema обемот на преземање на ризикот на наплата:

- **Прав факторинг** – преземање на целокупното побарување од страна на факторот со сите видови на ризици во врска со наплативоста на побарувањето кој е назастанен во меѓународното работење;
- **Квази факторинг** – кога не се презема del credere ризикот за наплата на побарувањето. Значи, кај неправниот факторинг, значи, отпаѓа една од неговите основни функции – del credere функцијата;
- **Факторинг кој се плаќа по стасаноста на побарувањето.** Се работи за договор за факторинг - во кој недостасува неговата функција на финансирање. Факторот ги купува краткорочните побарувања од клиентот на денот на нивната стасаност. Не се дава никаков аванс за побарувањата како кај правниот договор за факторинг;
- **Факторинг со право на регрес и без право на регрес.** Кај факторингот со регрес, факторот го задржува правото на регрес од својот клиент, ако не успее да го наплати долгот од должникот на својот клиент и овој вид на факторинг не се смета за прав факторинг.

- Sprema територијален критериум: Согласно со овој критериум, факторинг договорите може да се поделат на **домашен** и **меѓународен** факторинг. Кај меѓународниот факторинг се среќаваат повеќе стратегии на договорот: продавач-клиент, неговиот домашен фактор, купувач во странство (деловен партнер на клиентот) и кореспондирачки фактор во земјата на купувачот. Самата појава на меѓународниот факторинг го зголемува борјот на услугите на факторот: надворешно-трговски, девизни, даночни, царински и др.

Во минатото, во правниот систем на Република Македонија, факторингот бил регулиран само во одредени одредби од Законот за банките и во Законот за девизно работење. Тоа, само по себе, не ја исклучувала можноста за примена на факторингот во домашниот промет, но не било регулирано прашањето кои лица може да се занимаваат со факторинг. Во 2010 година, со донесувањето на Законот за финансиски друштва, дошло до регулирање и на оваа финансиска активност. Имено, со овој закон бил дефиниран факторингот како финансиска активност во која, врз основа на писмен договор, финансиското друштво ги купува недостасаните побарувања од некое домашно или странско правно лице, со или без право на регрес. На тој начин, со Законот за финансиски друштва за првпат било овозможено со факторинг да се занимаваат и небанкарските финансиски институции (финансиски друштва).

Всушност, во праксата, банките во Македонија го избегнуваат факторингот поради големиот ризик од можните загуби, така што финансиските друштва се почести учесници во оваа област во Македонија. Сепак, поради големата неликвидност во македонското стопанство и високиот кредитен ризик, факторингот е недоволно распространета финансиска активност.

Во Република Македонија **Македонската банка за поддршка на развојот (МБПР)** откупува фактури и исплаќа аванс по основ на доставена фактура во износ од 80%. Авансно плаќање се нуди со каматна стапка која се пресметува до моментот на плаќање на фактурата од страна на купувачот. Како гаранција служи фактурата за реализирана продажба на производи или услуги помеѓу Продавачот и Купувачот, осигурување на побарување и меница. Секоја фактура која е доставена за исплата по основ на факторинг, претходно мора да е задолжително осигурана од комерцијален ризик во МБПР.

Исто така, со факторинг кредити работи и *Халк банка*. Факторинг кредитот е кредит за обртни средства. Банката исплаќа кредит на жиро-сметката на кредитобарателот во согласност со неговите побарувања од компанијата *Цесус*, со максимален рок на доспевање до 120 дена.

Во иднина треба да се обрне повеќе внимание на факторингот како динамично средство за многу компании. Тоа е причинител на растежот и помага во создавањето на нови работни места и нови производи. Тој ќе им помогне на многу македонски компании, меѓу кои и оние кои се основани и раководени од жени претприемачи да конкурираат под подобри услови во светската деловна заедница во глобалното опкружување во развојот.

4.3.4. Деловни (бизнис) ангели

Бизнис или деловни ангели најчесто се докажани претприемачи, лица кои се долго на раководни позиции, сопственици на успешни компании, како и останатите кои поседуваат капитал кој сакаат да го инвестираат во бизниси, што според нив можат да донесат брзо враќање на парите и сериозна заработувачка. Бизнис ангелите некогаш финансираат идеи дури и кога постои ризик да останат без своите пари. Но, вакви ангели се и луѓето кои сакаат деловно да се активираат, со активно учество во реализацијата на проектот во кој вложуваат, или како советници на менаџментот. Мотивите за овој вид на

вложување понекогаш се психолошки, што значи дека и пензионерите можат преку ваков вид на вложувања да ја продолжат работната активност и да докажат дека и натаму се способни за успешни деловни иницијативи.

Бизнис ангелите најчесто се луѓе чиешто богатство изнесува неколку милиони долари, па и повеќе, исто така веќе имаат претприемачка пракса, менаџерски вештини и се подготвени да инвестираат во развивањето на бизнисите со атрактивни идеи. Бизнис ангелите покрај што нудат финансиска помош исто така даваат и менаџерски совети, помош при воспоставувањето деловни контакти со бизнис партнерите итн. Бизнис ангелите најчесто се определуваат да инвестираат во потфати на лица кои се предложени од други лица со коишто тие претходно соработувале или се нивни пријатели и имаат целосна доверба во нив. Малите и средни претпријатија што никој не ги познава имаат мали можности да дојдат до бизнис ангелите, па затоа претприемачите треба претходно да создадат мрежа на пријателства во бизнис окружувањето, да остваруваат контакти со повеќе лица за да можат да дојдат до бизнис ангелите. Пред сè, бизнис ангелите бараат сериозни, доверливи претприемачи кои сè што имаат го вложиле во бизнисот. Нивна клучна особина е и тоа што преферираат да инвестираат во најблиските региони. Правилната проценка на времето од страна на претприемачите при барањето помош од бизнис ангелите е половина успех во намерата да се дојде до средства од нив.

Иако финансирањето на новите фирми преку капиталот на бизнис ангелите има релативно долга традиција, сепак, неговото значење се зголемува дури кон средината и кон првата половина на минатиот век, кога претприемачите од „Силиконската долина во САД“, почнале да користат почетен (start-up) капитал од бизнис ангелите. Економското значење на неформалниот ризичен пазар на капиталот т.е на бизнис ангелите, Мејсон го специфицира на следниов начин: бизнис ангелите инвестираат значајни суми на капитал во поддршка на малите бизниси (посебно во раните развојни фази). Сепак, тешко е да се процени сумата што ја инвестираат бизнис ангелите, бидејќи немаат обврска да ги регистрираат инвестициите, а од друга страна тие претпочитаат да останат анонимни и дискретни за својата инвестициона активност. Некои проценки за САД говорат дека бизнис ангелите, кога се во прашање раните фази на бизнисите, инвестираат многу повеќе од официјалните ризични фондови. Просечно годишно во САД тие инвестираат

вкупна сума од 30 милијарди долари во околу 50.000 претпријатија, а во В.Британија 500 милиони до 1 милијарда фунти годишно во 3000-6000 фирми⁵⁸. Бизнес ангелите, фактички, го покриваат т.н прв *equity* јаз кој го опфаќа периодот кога растежот на претприемничката фирма е главно финансиран врз инвестициите реализирани од сопствените заштеди и до роднини и пријатели до моментот неопходен фирмата да достигне развојни потенцијали интересни за официјалните ризични фондови.

Бизнес ангелите сосема самостојно донесуваат одлука за проектите во кои ќе го инвестираат својот капитал. Поимите време и експертиза упатуваат на фактот дека бизнис ангелите имаат значајни претприемнички и менаџерски искуства, знаење и вештини, што им овозможува директна инволвираност во проектот во кој инвестираат, односно нивно ангажирање во фирмата на разни начини: надгледување, совети или извршување на директни ангажмани. Тоа понатаму значи дека тие дел од своето време го поминуваат во фирмата во којашто инвестирале. Притоа, бизнис ангелите сакаат да заработат пари и да го оплодат својот капитал, иако кај нив не отсуствуваат, или барем не отсуствуваат докрај, и определени алтруистички мотиви - да се помогнат други претприемачи и претприемачкиот процес во земјата.

Типичниот профил на бизнис ангелите претпоставува доминација на мажите, т.е мала застапеност на жените. Некои проценки укажуваат дека во Велика Британија, жените бизнис ангели претставуваат само 1% од вкупната заедница на бизнис ангели, во Канада 2%, во САД 5%, а во Австралија 1 до 3%⁵⁹. Вкупните инвестиции на пазарот на бизнис ангели во 2010 година се зголемил за 14% во споредба со 2009 година. Всушност во 2010 година вкупните инвестиции изнесувале 20.1 билиони долари во споредба со 17.6 билиони долари во 2009 година⁶⁰. Вкупно 61.900 претприемачки потфати во 2010 година биле финансирани преку бизнис ангелите, што претставува зголемување од 8,2 % во однос на 2009 година, а бројот на активните инвеститори во 2010 година достигна 265.400 лица, што претставува мал раст од 2,3 проценти споредено со 2009 година⁶¹

⁵⁸ Jeffrey E.Sohl „The US angel and Venture Capital Market Recent trends and development,, Journal of private equity, 2003

⁵⁹ Mark Abernethy and David Helman Business Angels

⁶⁰ Gerald B., Margulis, Joel B., „Angel Investing How to Find and Invest in Private Equity”, New York: John

⁶¹ http://eccfp.uklo.edu.mk/files/doktorska_disertacija_Aneta_Risteska.pdf

Најатраaktivни сектори на бизнис ангелите во 2010 год. се: секторот за медицинска опрема и услуги каде што се инвестирани 30% од вкупниот износ на инвестициите на бизнис ангелите; компјутерски софтвер (16%); и биотехнологија (15%).⁶² Како резултат на зголемувањето на инвестициите на бизнис ангелите на годишно ниво се зголемува и вработеноста при што позитивно се влијае врз намалувањето на стапката на невработеност којашто претставува клучен проблем во голем број на национални економии. Само во САД во 2010 година биле креирани 370.000 нови работни места токму како резултат на инвестирањата на бизнис ангелите⁶³

Мрежите на бизнис ангелите најчесто се приватни или полујавни организации кои ги обединуваат бизнис ангелите, а со крајна цел да го овозможат поврзувањето меѓу бизнис ангелите и претприемачите. Тие најчесто се организираат како приватни фирми, како непрофитни организации или како во поново време, во земјите членки на Европската унија рапидно расте бројот на мрежи на бизнис ангели – BAN (Business Angel Networks). Станува збор за национални мрежи на бизнис ангели. Притоа, пионер меѓу европските национални мрежи на бизнис ангели е онаа на Велика Британија, формирана во 1998 год. Таа одиграла значајна улога за разбирањето на користите од постоењето и функционирањето на ваков вид институции и во мобилизирањето на јавното мислење и на владините политики во поддршката на овие институции. Во 1999 год. со поддршка на Европската комисија, била воспоставена и европската мрежа на бизнис ангели (EBAN) мрежите на бизнис ангели кои постојат и работат во европските земји. Во 2002 год., во земјите членки на Европската унија, постоеја 157 мрежи на бизнис ангели. Најголемиот број од нив, т.е дури 50 се лоцирани во Велика Британија, потоа следат Германија со 40 мрежи, Франција со 31 итн⁶⁴.

Првата официјална Мрежа на Бизнис Ангели во Македонија, формирана е во март 2011 година, како активност на Центарот за Иновации Македонија-невладина организација формирана од страна на УСАИД Македонија и Проектот за Конкурентност, и е наречена „Од Иновација до Мрежа на Бизнис Ангели“ (I2BAN).

⁶² http://eccfp.uklo.edu.mk/files/doktorska_disertacija_Aneta_Risteska.pdf

⁶³ http://eccfp.uklo.edu.mk/files/doktorska_disertacija_Aneta_Risteska.pdf

⁶⁴ The EBAN Yellow Knowledge book

Првата официјална Мрежа на Бизнис Ангели во Македонија цели кон:

1. Здружување на најреномираните деловни луѓе во Македонија и поврзување со најдобрите можности за инвестирање во млади компании;
2. Градење на култура за вложување во бизниси, преку креирање на повеќе извори на финансии за млади компании.

Јасна визија на I2BAN е да биде водечка мрежа на бизнис ангели, клуб на инвеститори и платформа за инвестирање во бизниси кои се во зачетна фаза, за иновативни стартап компании. Мисијата на I2BAN е да биде лидерска платформа за инвестирање во млади компании, во Македонија кои се наоѓаат во раните фази. Покрај обезбедување на нови извори на финансирање, мисијата на оваа мрежа, исто така, е и да ја охрабри претприемничката култура во Македонија и да ги едуцира потенцијалните претприемачи, меѓу кои и жените претприемачи како успешно да започнат свој бизнис.

4.3.5. Микрокредитирање

Микрокредитирањето како модел на финансирање сè уште не е доволно афирмиран и покрај низа позитивни примери во светот. Во земјите со висока невработеност, од кои голем дел се недоволно образовани луѓе или селско население, маргинализирани групи на луѓе, овие заеми се начин за излез од невработеноста и сиромаштијата, а со тоа и забрзување на економскиот раст и развој. Овој начин на финансирање се состои преку давање на мали заеми/кредити кои се одобруваат на поединци или на група граѓани, пред сè на претприемачите. Тие добиваат кредит во неколку циклуси, доколку го вратиле претходниот. Вообичаено станува збор за групи како жени, земјоделци, занаетчи и др.

Микрокредитите (заеми во износ од помалку од 25000 евра) имаат сериозно влијание на компаниите кои се нивни корисници. Сепак, евидентен е недостатокот на вакви кредити кои најдиректно го засегаат отварањето на нови бизниси од страна на невработените лица, жените претприемачи или припадниците на етничките малцинства. Европската Комисија на таков начин ја зголемува достапноста на микрокредитите преку сопствените финансиски

инструменти и ги охрабрува земјите членки да го зголемат и олеснат пристапот до микрокредитите за малите бизниси. Групацијата на Европската Инвестициона Банка – ЕИВ, го проширува начинот на кој ги поддржува малите и средни претпријатија преку поедноставување на своите механизми на финасирање, правејќи ги потранспарентни и подобро насочени кон конкретните потреби на малите бизниси насекаде во Европа. Дополнителни средства како и повеќе видови на финасиска поддршка – вклучувајќи ги и гаранциите и микрокредитите – ќе бидат ставени на располагање на малите и средни претпријатија со постојано прилагодување на специфичните услови на локалните услови и конкретните потреби на компаниите. **Европската Инвестициона банка** исто така го проширува своето делување и на нови подрачја на финансирање, како што се нефинасиските инструменти и инвестирање во истражувањето и развој, воспоставување на дистрибутивна мрежа или обезбедувањена континуитет на бизнисот и после пензионирање на неговите основачи.

Во Република Македонија **Македонската Развојна Фондација за Претпријатија** (МРФП) ги поддржува микро и малите претпријатија преку кредитите за микро и мали претпријатија, со финансиските посредници. Од основањето на МРФП до крајот на 2012 година исплатени се кредити во износ од над 2 милијарди денари (или 36,7 милиони евра) кон 10.165 микро и мали претпријатија, преку акредитирани финансиски посредници⁶⁵: *НЛБ Тутунска банка, Халкбанк, Можности, Радобанк* (акредитирана до 2003 г.) и фондација *Хоризонти*. Преку инвестициите на овие микро и мали претпријатија поддржани се 16,797 постојни и 3,977 планирани нови вработувања⁶⁶.

Микрокредитната фондација „Хоризонти“ како програма активно започна да работи во 2000 година во Република Македонија, а од 2005 работи на формата микрокредитирање. До сега има одобрено околу 30.000 заеми на околу 10.000 клиенти низ 8 филијали низ земјата⁶⁷.

Штедилница „Можности“ активно работи веќе 15 години во земјата и има 10 филијали надвор од Скопје. Таа е дел од глобалната мрежа за микрофинансирање Меѓународни можности.

⁶⁵ <http://www.mrfp.org.mk/mk/za-nashata-rabota/finansiski-uslugi/krediti.html>

⁶⁶ <http://www.mrfp.org.mk/mk/za-nas/nasata-struktura/odbor-na-starateli/11-nasata-rabota/finansiski-uslugi-cat.html>

⁶⁷ <http://www.horizonti.org.mk/>

Штедилницата „Фулм“ постои од 1999 година која има 6 филијали надвор од Скопје и активно работи на микрокредитирањето.

МРФП, заедно со финансиските посредници, прави напори за правична дистрибуција на овие кредити: и жените да бидат корисници на кредит, и претприемачите од руралните подрачја и од подрачјата надвор од скопскиот регион да имаат пристап до кредит.

Исто така, Владата на Република Македонија преку Агенцијата за вработување на Република Македонија од 2012 година започна со реализација на Проектот кредитирање на правни субјекти (микро и мали претпријатија) за отворање на нови работни места за млади лица до 29 годишна возраст. Правните субјекти кои сакаат да го прошират и развијат сопствениот бизнис, како и невработените млади лица до 29 годишна возраст кои сакаат да го решат своето вработување, а со тоа да бидат дел од овој Проект на Владата на РМ, може да достават пријави до Центарот за вработување. Пријава може да достави правен субјект (микро и мало претпријатие) кој е регистриран најмалку 1 година, кој има најмалку 1 вработено лице минимум 3 месеци пред денот на објавување на јавниот оглас, и кој воедно не го намалил бројот на вработените во последните 6 месеци. Пријава за учество во овој Проект може да достави и невработено младо лице до 29 годишна возраст кое е евидентирано во Агенцијата за вработување на РМ како лице кое активно бара работа (лице со статус 200) најмалку 1 ден пред објавување на Јавниот оглас, и не бил во работен однос најмалку 3 месеци до денот на објавувањето на јавниот оглас. Кредитот ќе изнесува 4.000 евра во денарска противвредност по едно новоотворено работно место со максимален износ до 12.000 евра за вработување на 3 невработени млади лица до 29 годишна возраст. Правниот субјект кој ќе вработи невработено младо лице до 29 годишна возраст со полно работно време, има обврска да го задржи на работа најмалку 36 месеци од денот на засновање на работниот однос.

Жените претприемачи се почесто го користат микрокредитирањето како извор на финансирање на нивниот бизнис, пред сè поради поголемата пристапност до микрокредитите и помалиот ризик за успешно враќање на истиот. Нашата држава и во следниот период треба да работи на изнаоѓање услови и можности за обезбедување на поволни микрокредити кои ќе го поттикнат развојот на претприемништвото.

4.3.6. Финансирање по пат на финансиски пазар

Современиот облик на финансискиот пазар егзистира од крајот на XIX век наваму, кога централните банки во пазарните земји основаа и организираа во почетокот национални, а подоцна и меѓународни финансиски пазари. Денес најзначајните финансиски пазари се наоѓаат во Лондон, Њујорк, Франкфурт, Токио и др.

Финансиски пазар претставува сретнување на понуда и побарувачка на слободни финансиски средства. Поточно, финансискиот пазар, како сегмент на вкупниот пазар се јавува во улога на механизам којшто треба да влијае врз оптимална алокација на финансиските средства и урамнотежување на реалните инвестиции и паричната акумулација. Финансискиот пазар служи и за финансирање на инвестициите и тоа: директно, индиректно и интерно финансирање. Финансискиот пазар е специфичен пазар, бидејќи на него се тргува со специфична стока (пари, капитал, хартии од вредност - краткорочни и долгорочни, валути и девизи), на специфичен начин и според специфични услови. Финансискиот пазар се состои од три сегмента (секој од нив со определени функции):

1. Пазар на пари:

- краткорочни хартии од вредност и
- краткорочни банкарски кредити.

2. Пазар на капитал:

- долгорочни хартии од вредност (акции и обврзници) и
- долгорочно кредитирање на инвестициите (зајмовен капитал).

3. Пазар на девизи:

- краткорочни побарувања во странски валути.

Сите инвеститори на финансискиот пазар, купувајќи или продавајќи финансиски инструменти ефикасно или неефикасно формираат портфолио на хартии од вредност. Сите трансактори или учесници на финансискиот пазар можат да се поделат на финансиски и нефинансиски деловни субјекти. Нефинансиските компании се занимаваат со производство на определени производи или давање одделни нефинансиски услуги. Од друга страна пак, финансиските компании т.н. финансиските институции се занимаваат со извршување

финансиски услуги. Такви финансиски институции се: брокерско дилерските куќи, инвестициските банки, осигурителните компании, инвестициските фондови, пензиските фондови различните консалтинг куќи итн. Најчесто, финансиските институции се делат на *депозитни финансиски институции и недепозитни финансиски институции*.

Депозитните финансиски институции ги опфаќаат комерцијалните банки, штедилниците, штедно кредитните форми, штедните банки итн. Сите тие заработуваат од ефектите на пласираните депозитни средства и провизијата што ја наплаќаат од клиентите. Овој тип финансиски институции во својата финансиска актива имаат големо портфолио на хартии од вредност што ги претставува како важни играчи на пазарот на капитал.

Недепозитни финансиски институции се осигурителните компании, пензиските фондови, финансиските компании и инвестициските фондови.

Светскиот финансиски пазар е најликвиден и најголем пазар на светот со дневен промет од околу 5 трилиони долари, на кој во секој момент милиони луѓе од целиот свет тргуваат со стотици различни финансиски инструменти како што се:

- Валутите – EUR/USD, GBP/USD, USD/JPY...
- Робата – злато, нафта, сребро, платина, пченка, пченица, кафе...
- Акциите – Google, Apple, Microsoft, Facebook...
- Индексите – S&P500, Dax30, Nikkei225...

Во Република Македонија трите основни сегменти на финансискиот пазар сè уште се недоволно развиени и не бележат некој посебен раст во последните години. При сè уште слаба економска активност и присутна неизвесност, склоноста за инвестирање на домашните претпријатија и физички лица на македонскиот пазар на капитал и натаму е ниска и треба да се работи на тоа да македонскиот финансиски пазар да стане активен поддржувач на економските и финансиските текови.

4.4. Развојни национални програми за поддршка во финансирање на женското претприемништвото

Во областа на бизнисот и економскиот развој на Македонија жените заземаат сè позначајна улога со видливо зајакнат претприемнички дух. Денес сме сведоци на постоењето на многу успешни компании раководени од жени, кои ги разбираат условите на пазарот, ја внесуваат својата креативност во производството и промоцијата и создаваат препознатливи македонски производи и услуги. Во Република Македонија 30% од деловните субјекти се во сопственост на жени⁶⁸. Овие резултати упатуваат на потребата од креирање мерки за поттикнување на женското претприемништво во Република Македонија, особено во делот на зголемување на бројот на вработени во субјектите кои се во сопственост на жени. Клучните политики, кои се препорачуваат, претставуваат обврска на целото општество, почнувајќи од самиот народ и завршувајќи со Владата. Република Македонија има донесено и прифатено неколку развојни национални програми за поддршка во финансирање на женското претприемништвото. Подолу ќе бидат наведени некои од нив.

Во 2013 година Владата на Република Македонија ја донесе Програмата за поддршка на претприемништвото, конкурентноста, и иновативноста на малите и средни претпријатија. Со оваа програма се уредува намената на средствата за поддршка на претприемништвото, конкурентноста, и иновативноста на малите и средни претпријатија со вкупен износ од 4.300.000 денари, обезбедени од Буџетот на Република Македонија. Со оваа програма ќе се доделуваат средства на млади претприемачи преку обезбедување средства со ваучерски систем на советување, со самовработување, со промоција на претприемничко образование за изготвување на бизнис план, со организирање на обуки за развој на женското претприемништво, организирање на локални семинари за иновации и претприемништво и др. Сето ова ќе се работи со поддршка на Агенцијата за поддршка на претприемништвото. Од извештајот на Агенцијата за поддршка на претприемништвото во 2013 година се гледа дека мисијата на оваа агенција е Развој на претприемништвото и малото стопанство

⁶⁸ http://issuu.com/kapitalmediagroup/docs/zeni_vo_biznisot_2014

во Република Македонија преку реализација на приоритетни проекти кои ги отсликуваат:

- Вистинските подрачја на интервенција согласно искажаните реални потреби на малото стопанство, и
- Владината Програма за развој на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста на малите и средни претпријатија.

Програмски активности кои се остварени во 2013 година се:

- Деловно поврзување во земјата и странство;
- Прибирање, обработка и доставување на информации релевантни за МСП секторот;
- Воспоставување и одржување на база на податоци и електронска поврзаност помеѓу регионалните центри за поддршка на претприемништвото;
- Реализација на програми од областа на едукацијата, тренингот, обуките и консултантски услуги за МСП секторот;
- Организирање трибини, конференции и бизнис форуми;
- Спроведување програми за соработка со земјите од регионот и пошироко;
- Спроведување останати домашни развојни проекти;
- Финансиска поддршка на МСП преку субвенционирано советување (ваучери);
- Кофинансирање развојни проекти во соработка со домашни и странски инвеститори и донатори.

Во оваа програма, како што е споменато и погоре е обезбедена финансиска поддршка за женското претприемништво со вкупен износ од 630.000,00 денари преку субвенционирање на претпријатија во сопственост на жени (над 51%) и управувани од жени, државјани на Република Македонија, преку кофинансирање на 60% од докажаните трошоци, но не повеќе од 120.000 денари.

Програмата за ваучерско (субвенционирано) советување нуди поддршка на потенцијалните претприемачи и на постојни претпријатија кои сакаат да реализираат некоја бизнис идеја. Ваучерскиот систем на советување го поддржува обезбедувањето услуги на советување и развој на деловна

активност во форма на плативи ваучери. Ваучерите им дозволуваат на корисниците да изберат овластени советници според мониторингот и методологијата одобрена од АППРМ. Помошта за самовработување се обезбедува бесплатно на невработените, додека поддршката за МСП е во вид на соодветен грант, односно 50% учество на клиентот и 50% субвенција⁶⁹.

Преку Ваучерската програма се поддржаа првите четири најуспешни бизнис планови од мерката натпревар за бизнис план која ја реализираа Министерството за економија и Агенцијата за поддршка на претприемништвото. Во целост интересот на невработените лица за вклучување во ваучерската програма останува низок, од причина што лицата вклучени во Програмата на Владата на РМ за активни мерки и политики на вработување, покрај советодавниот дел кој го опфаќа Ваучерската програма, може да добијат и грант средства во висина од 185.000,00 денари.

Она што е од особено значење за развојот на женското претприемништво во оваа програма е тоа што во оваа програма се спроведе истражување 200 македонски микро, мали и средни претпријатија кои се раководени од жени претприемачи се со цел да се види какви се нивните перформанси, организација, нивните инвестиции во развојот на вработените, но и кои се нивните потреби од идни обуки. Потребите за обуки кај менаџментот се главно фокусирани на организација и менаџмент, лидерство и мотивација, како и финансии, сметководство и контролирање, за разлика од нив, идните потреби од обуки за останатите вработени се главно фокусирани на услуги насочени кон купувачите, но и на вештини како презентациски вештини, информатички познавања и вештини, решавање на проблеми и конфликти и комуникација на мајчин јазик. Во текот на месец на август (23-ти) 2013 година се организираше финалната обука за менторираниите ново вработени жени вклучени во проектот New Mentor, во кој Агенцијата за поддршка на претприемништвото во соработка со другите партнери од Република Македонија го реализираше овој двогодишен проект. Обука се организираше на тема партнерство и поврзување се со цел ново вработените да се здобијат со дополнителни вештини за нивните идни активности.

⁶⁹ http://www.apprm.gov.mk/APPRM_GodisenIzvestaj_2012.pdf

Исто така, Националната стратегија за вработување на Република Македонија 2015 претставува документ во кој се содржани среднорочните стратегии и предизвици на пазарот на трудот кои се однесуваат на периодот од 2011 до 2015 година. Оваа стратегија претставува продолжување на предизвиците на пазарот на трудот дефинирани во Националната стратегијата за вработување 2010 од аспект на макроекономските и микроекономските политики, политиките за вработување на пазарот на трудот, утврдените цели и конкретните политики за вработување, кои ќе овозможат реализација на целите содржани во истата. При имплементацијата на Стратегијата би требало да се почитува начелото на еднаков третман и недискриминација по сите основи. Со оваа стратегија се опфатени и жените, односно справувањето со невработеноста кај жените. Сепак, сè уште во Македонија нема доволен број жени претприемачи и сè уште истите наидуваат на тешкотии при финансирање на нивните бизниси.

Програмата за работа на Владата 2011-2015 година исто така опфаќа спроведување на разни мерки пред сè за развој на претприемништвото и неговото финансирање. Пристапот до поволни кредити е еден од условите за успешно водење на бизнисот. Во таа насока Владата на Република Македонија во периодот 2012-2015 година за претпријатијата во Македонија ќе обезбеди нова кредитна линија од ЕИБ во вкупен износ од 150 милиони ЕУР поповластена каматна стапка од 5,5%. Исто така за поголема транспарентност и олеснет пристап до средства, ќе се формира регистар на сите грантови кои странските донатори ги нудат и даваат на македонските фирми, невладини здруженија и граѓани, па во тој случај и жените претприемачи ќе имаат олеснет пристап до тие грантови.

Малите и средни претпријатија се носители на економскиот развој, при што создаваат преку 60% од БДП и вработуваат 75% од вработените лица. Владата на Република Македонија ќе продолжи со финансиска поддршка и унапредување на регулаторната рамка за развој на малите и средни претпријатија, унапредување на вештините на претприемачите и нивно здружување, што ќе придонесе за зголемување на вработеноста и економската активност. Во таа насока ќе се реализираат следните проекти и програми:

- Регулаторна гилотина „Предност за Малите“ - IV фаза – посебно фокусирана на поедноставување на условите за работа на малите и средни претпријатија (почеток август 2011);
- Интернационализација на МСП во ЕУ мрежата преку проектот Европски информативен и иновативен центар во Македонија, кој е дел од мрежата Enterprise Europe Network ;
- Поддршка и развој на кластерското здружување на МСП;
- Бизнес инкубатори за поддршка на МСП за тренинг на вработените, проекти, вмрежување итн.;
- Формирање на 8 регионални Бизнес - центри за поддршка и советодавни услуги за МСП, во осумте региони во Републиката;
- Проект: „Фармер претприемач“ - финансиска поддршка за поттикнување на претпримеништвото во земјоделството;
- Проект „Жени претприемачи“ - финансиска поддршка за жени претприемачи;
- Предмет „Бизнис и претприемништво“ во основно, средно и високо образование – ќе развиеме наставна програма за развој на претприемништвото во сите фази од образовниот процес.

Во Националната Стратегија пак за намалување на сиромаштијата и социјалната исклученост во Република Македонија чија цел е изградба на едно кохезивно општество во кое борбата против сиромаштијата и социјалната исклученост ќе значи постоење на безусловни „еднакви шанси и можности за сите“ се вклучени 14 подрачја, како: вработување, неформална економија и јакнење на претприемништвото, еднакви можности помеѓу мажите и жените. Една од стратешките цели во оваа стратегија е и унапредување на положбата на жената и намалување на степенот на сиромаштија и ризикот од социјална исклученост, преку разни мерки за поддршка на жената.

4.4.1 Програми на Министерството за економија и планските регионални центри

Министерството за економија на Република Македонија има изготвено и донесено поголем број стратешки програми, од кои и повеќето беа спомнати во погорното излагање како што е Програмата за конкурентност, иновации и

претприемништво. Во оваа програма за 2014 година се предвидени 15.690.000,00 денари за разни финансиски поддршки, меѓу кои е и финансиска поддршка за женското претприемништво со вкупен износ од 2.400.000,00 денари со кои се субвенционирани претпријатијата кои се во сопственост на жени, преку кофинансирање на 60% од докажаните трошоци, но не повеќе од 120.000,00 денари, за кои и во претходното излагање спомнавме дека се недоволни. Во 2013 година биле пристигнати вкупно триесет барања од кои 18 (осумнаесет) ги исполниле условите и за истите се биле доделени средства во вкупен износ од 1.283.161,04 денари. Фактот што 12 барања не ги исполниле условите укажува на тоа дека условите се преамбициозни и во иднина треба да се направат напори за нивна промена, во корист на жените претприемачи.

Со оваа програма се дава и финансиска поддршка на новоосновани претпријатија од страна на млади претприемачи со вкупен износ 900.000,00 денари. Лицата треба да се државјани на Република Македонија и не треба да се постари од 30 години. Меѓу овие лица, секако ќе има и млади жени претприемачи. Финансиските средства ќе бидат наменети за набавка на опрема, алати и инвентар, или за уредување на простор, или за изработка на визуелен идентитет на претпријатието, или за стручно усовршување и др.

Со поддршка на Министерството за економија се одржани и повеќе обуки за жените претприемачи, за алтернативни извори на финансирање, социјално претприемништво како и регионални конференции за развој на женското претприемништво во соработка со Здружението на бизнис-жени.

Планските региони на Република Македонија се усвоени во Собранието на Македонија на 29 септември 2009 година. Официјално, Македонија е поделена на 8 (осум) плански региони, кои служат за статистички, економски и административни цели. Центрите за развој на планските региони заедно со бизнис секторот и граѓанските организации имаат Програми за развој на планскиот регион. Дел од нив се однесуваат на развојот на женското претприемништво и се вклучени во реализација на повеќе програми од ЕУ.

Во најголем дел од планските региони жените во однос на вработувањето забележително заостануваат зад мажите. Оттука е и неопходно во сите идни плански активности ова да се земе во обзир и да се преземат мерки за намалување на половиот јаз. Исто така кога се однесува на женската популација во најголем дел од програмите за развој на планските регионални

центри се укажува дека кај жените со пониско образование активноста е помала од мажите, а кај оние со повисоко образование значително поголема е активноста во однос на мажите, што укажува на фактот дека со програмата се предвидуваат и мерки за подобрување на образованието кај жените. Овие мерки се вклучени во рамките на овие програми и се одржани повеќе обуки за жените претприемачи, за пристап до финансии за нивните бизниси, за жените во руралните средини, за јакнење на жената фармер итн. Во општина Ресен во с.Подмочани, с.Љубојно се одржани обуки наменети за невработени жени и жени претприемачи, ЕУ Лидер во општина Новаци, во општина Куманово обуки за невработени жени од етничките малцинства во Куманово со цел 300 од нив да влезат во пазарот на трудот, општина Центар обуки на жени за самовработување, Кисела Вода со обуки за професионален и личен развој на жените и др.

Исто така, планските регионални центри се вклучени во проектите за:

- **Поддршка во самовработување на млади и жени.** Целта е создавање на нови работни места за вработување на млади и жени преку:
 - Зголемување на мотивацијата за самовработување;
 - Создавање на нови работни места за невработени млади и жени;
 - Поттикнување на самовработувањето кај младите и жените;
 - Развивање на претприемачки дух
- **Проектот „Бизнис без граници“** беше насочен кон подигање на свеста кај невработените жени. Проектот спроведе низа активности меѓу кои вреди да се спомене ЈИЕУ конференција, каде учесниците беа голема група на невработени жени.
- **„Обука на млади луѓе“** со цел информирање, тренинг и мотивација на младите мажи и жени да почнат сопствен бизнис;
- **„Internship“ проектот чија** цел е да се обучат млади мажи и жени невработени работни места во приватни компании. Резултатите од овој проект се: 5 невработени биле вработени во приватни компании;
- **Воспоставување на сигурност и заштита на најелементарно ниво,** како што е фамилијата. Тука како форма најсоодветни се мали семејни бизниси. Поддршката со политики, стимулации и финансви методи може да вроди со плод за кратко време;

- Креирање на работни места преку практикантска работа.

Добар пример за развој на женското претприемништво е отворената канцеларија за поддршка на претприемачи во Велес со цел давање поддршка и неопходни податоци што ќе придонесат за развој на локалниот бизнис и претприемништво. Канцеларијата ќе ги дава потребните информации и ќе упатува кон соодветната институција. Таа е особено значајна за жени што сакаат да почнат свој бизнис, но не се доволно упатени во законите. Но тоа е направено од Комисијата за еднакви можности на мажите и жените при ЕЛС Велес и не е дел од програмата за развој на Вардарскиот плански регион. Оваа канцеларија одржува обуки за жени претприемачи со цел економско јакнење на жената.

Планските регионални центри во соработка со Министерството за економија во иднина треба да посветат поголемо внимание за жените претприемачи во своите програми, затоа што праксата покажува дека тие програми не вродуваат со големи резултати, а финансиската поддршка е недоволна.

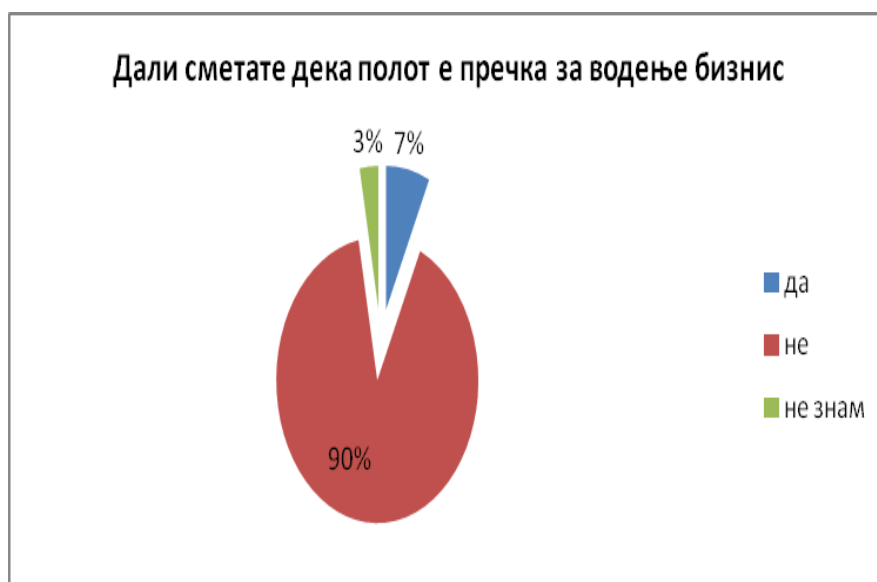
5. Практичен дел

5.1 Анкета

Во рамките на овој магистерски труд со цел да се добијат одговори за многу прашања поврзани со жените претприемачи, изготвен е анкетен прашалник и истиот е даден како Анекс на овој магистерски труд. Анкетниот прашалник се состои од 12 прашања или тврдења. Анкетирани се 100 лица, дел од нив се вработени во две македонски фирми, а дел се купувачи кои се анкетирани од страна на вработените во овие фирми. Од добиените одговори на овој анкетен прашалник се очекува да се потврдат многу тврдења изнесени во овој магистерски труд. Во анкетниот лист од 100 испитаници 6 се на возраст до 25 години, 31 на возраст од 26 до 35 години, 33 на возраст од 36 до 45 години, 8 на возраст од 46 до 55 години, 8 на возраст над 56 години, а 14 испитаници не дале одговор за возраста.

5.2 Приказ на добиените резултати од анкетата

На графиконот 3 подолу е даден графички приказ на одговорите на првото прашање од анкетниот лист:



Графикон 3: одговор на прашање 1

Chart 3: the answer of question 1

Од графичкиот приказ јасно се забележува дека дури 90.% од испитаниците сметаат дека полот не е пречка за водење на бизнис, а само 7% одговориле со ДА. Со не знам одговориле само 3%. Според полот со НЕ одговориле 50 жени и 40 мажи, а со ДА 2 жени и 5 мажи.

На графиконот 4 подолу е даден графички приказ на одговорите на второто прашање од анкетниот лист:



Графикон 4: одговор на прашање 2

Chart 4: the answer of question 2

Најголем дел од испитаниците односно 49% одговориле дека е сеедно дали нивниот работодавач е маж или жена, 41% одговориле дека преферираат тоа да биде жена, а 10% дека повеќе би сакале нивниот работодавач да биде маж. Вкупно 28 мажи и 21 жена од испитаниците одговориле дека е сеедно дали жена или маж е нивен работодавач. Интересно е тоа и дека 11 мажи би сакале работодавач да им е жена наспроти 9 мажи кои би сакале нивен работодавач да биде маж. Тоа значи дека и мажите преферираат да имаат жена работодавач. Само една жена од испитаниците одговорила дека би сакала нејзиниот работодавач да е маж, а останатите 50 сите сакаат да работат за жена.

На графиконот 5 подолу е даден графички приказ на одговорите на третото прашање од анкетниот лист:

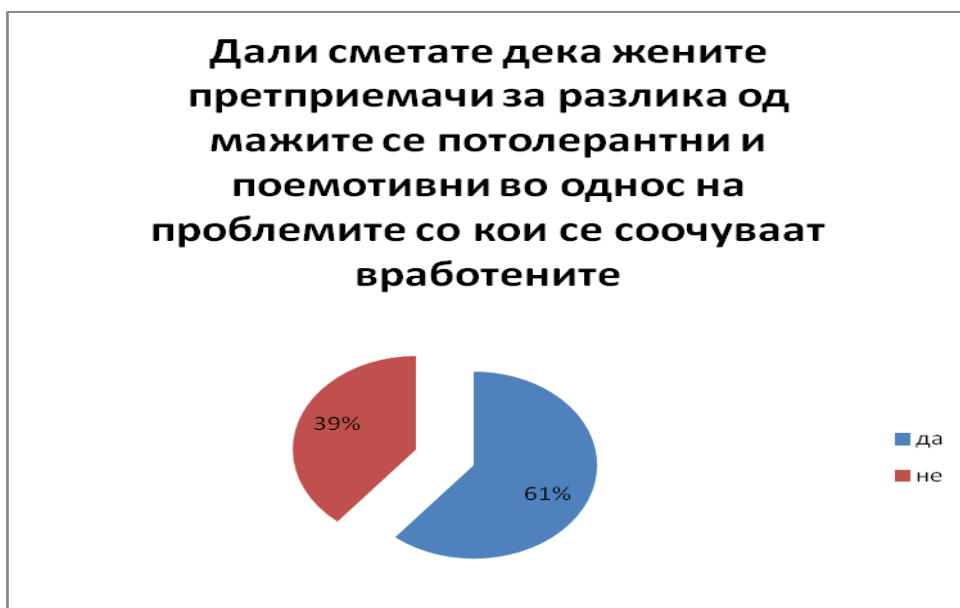


Графикон 5: одговор на прашање 3

Chart 5: the answer of question 3

Од графиконот 5 јасно се гледа дека 47% од испитаниците сметаат дека жените се поуспешни во бизнисот од мажите, но интересно е да се напомене дека најголем број од нив се жени, односно 50 жени одговориле потврдно на ова прашање, за разлика од мажите кои од само 11 одговориле потврдно, а 29 сметаат дека тоа не е така. Ова покажува дека мажите сè уште мислат дека се поуспешни во водењето бизнис и имаат чувство на супериорност во однос на жените, за разлика од жените кои се убедени дека можат да бидат поуспешни во водењето бизнис.

На графиконот 6 подолу е даден графички приказ на одговорите на четвртото прашање од анкетниот лист:

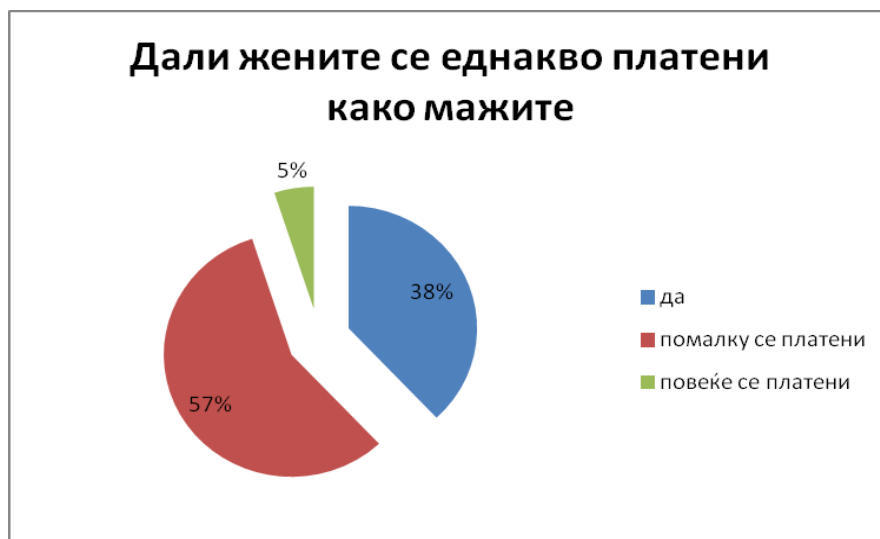


Графикон 6: одговор на прашање 4

Chart 6: the answer of question 4

Тврдењата искажани во магистерскиот труд дека во многу истражувања е покажано дека жените претприемачи се потолерантни и поемотивни во однос на проблемите со кои се соочуваат вработените се потврдуваат и со одговорите на испитаниците, затоа што дури 61% се согласуваат со ова, а 39% не. Погolem број од испитаниците кои одговориле со не се мажи, односно 29 мажи сметаат дека жените не се потолерантни и поемотивни во однос на проблемите на вработените.

На графиконот 7 подолу е даден графички приказ на одговорите на петото прашање од анкетниот лист:



Графикон 7: одговор на прашање 5

Chart 7: the answer of question 5

Од графичкиот приказ јасно се гледа дека 57% од испитаниците сметаат дека жените се помалку платени од мажите, наспроти 38% кои сметаат дека еднакво се платени. Само 5% од испитаниците одговориле дека жените се повеќе платени од мажите. Најголем број од мажите, односно 25 се согласуваат дека жените се помалку платени од мажите.

На графиконот 8 подолу е даден графички приказ на одговорите на шестото прашање од анкетниот лист:

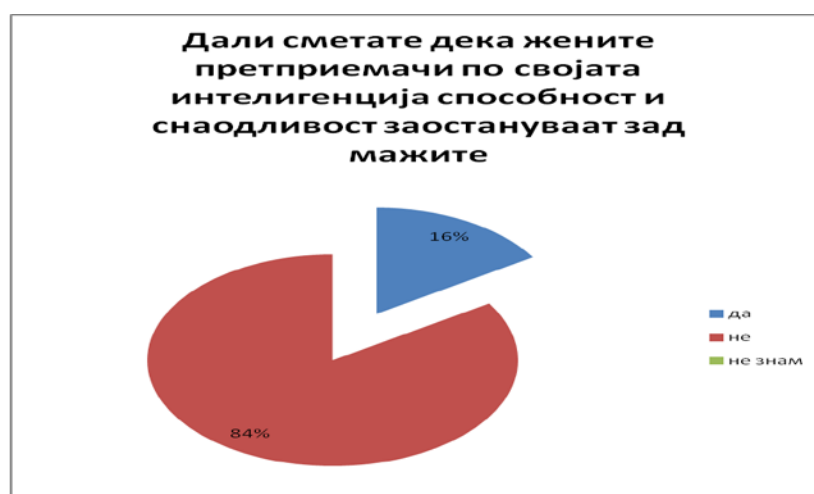


Графикон 8: одговор на прашање 6

Chart 8: the answer of question 6

Интересен е фактот дека најголем број од испитаниците на прашањето 6 одговориле дека жените уживаат поголем кредибилитет и авторитет меѓу вработените за разлика од мажите, и тоа 41% од испитаниците. 31% сметаат дека еднакво уживаат, а 28% не се согласуваат. Мажите имаат еднаков сооднос на сите три одговори, за разлика од жените, односно најголем број од испитаниците жени, 24 од нив сметаат сепак дека жените уживаат поголем авторитет и кредибилитет, а само 12 дале негативен одговор.

На графиконот 9 подолу е даден графички приказ на одговорите на седмото прашање од анкетниот лист:

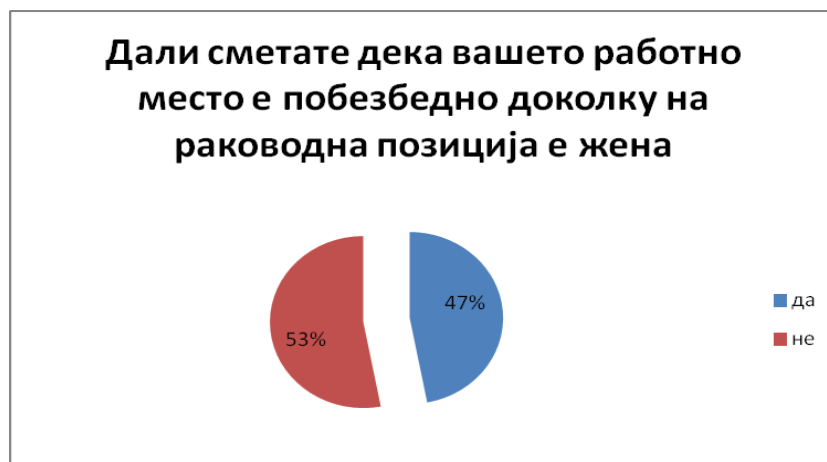


Графикон 9: одговор на прашање 7

Chart 9: the answer of question 7

Дури 84% од испитаниците сметаат дека жените по својата интелигенција, снаодливост и способност не заостануваат зад мажите, само 16% не се согласуваат. Од оние кои сметаат дека жените заостануваат зад мажите во однос на интелигенцијата, снаодливоста и способноста дури 75% се мажи.

На графиконот 10 подолу е даден графички приказ на одговорите на осмото прашање од анкетниот лист:



Графикон 10: одговор на прашање 8

Chart 10: the answer of question 8

Ако добро се погледне графичкиот приказ ќе се забележи дека 53% од испитаниците сметаат дека нивното место не е побезбедно ако раководи жена, наспроти 47% кои сметаат дека е така. Најголем број на оние кои сметаат дека нивното работно место не е побезбедно ако на раководна позиција е жена се мажи и тоа околу 65%.

На графиконот 11 подолу е даден графички приказ на одговорите на деветото прашање од анкетниот лист:



Графикон 11: одговор на прашање 9

Chart 11: the answer of question 9

Тоа дека жените претприемачи се поемотивни, имаат повеќе разбирање и водат поголема грижа за меѓучовечките односи на вработените се потврдува и од одговорите на прашањето 9. Од графиконот се гледа дека 49% од испитаниците сметаат дека жената претприемач води повеќе грижа за меѓучовечките односи во однос на мажите, 12% не се согласуваат со тоа, а 39% сметаат дека еднакво се води грижа. Интересен е фактот дека 16 мажи наспроти 8 одговориле потврдно на прашањето 9.

На графиконот 12 подолу е даден графички приказ на одговорите на десеттото прашање од анкетниот лист:



Графикон 12: одговор на прашање 10

Chart 12: the answer of question 10

Речиси е исти процентот на одговорите на тоа дека би било исто и дека подобро ќе се напредува во работата ако на раководна позиција е жена, односно 40% наспроти 39%, а 21% не сметаат дека ќе напредуваат побрзо, доколку на раководна позиција е жена. 25 од испитаните мажи одговориле дека би било исто, 13 дека не сметаат дека ќе напредуваат побрзо, доколку на раководна позиција е жена, наспроти 10. Ова укажува на фактот дека испитаниците сметаат дека како вработени нема да напредуваат побрзо доколку на раководната позиција е маж.

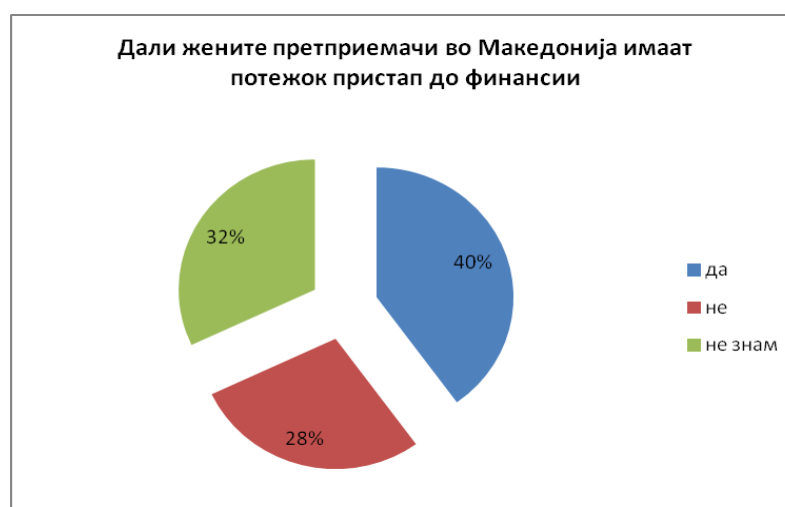
На графиконот 13 подолу е даден графички приказ на одговорите на единаесеттото прашање од анкетниот лист:



Графикон 13: одговор на прашање 11
Chart 13: the answer of question 11

Иако сè уште постои мислење дека постојат големи стереотипи во однос на жените претприемачи, најмал број од испитаните одговориле потврдно на ова, само 16%. Најголем број 47% не сметаат дека постојат стереотипи во однос на жените претприемачи, а дури 37% не можат да одговорат на ова. Големiot процент на одговори не знам укажува на тоа дека голем број од луѓето сè уште не се запознаени со какви проблеми се соочуваат жените претприемачи за разлика од мажите. Дури пола од испитаните жени одговориле со не на прашањето 11.

На графиконот 14 подолу е даден графички приказ на одговорите на единаесеттото прашање од анкетниот лист:



Графикон 14: одговор на прашање 12
Chart 14: the answer of question 12

Од графичкиот приказ јасно се забележува дека 40% од испитаниците сметаат дека жените претприемачи имаат потежок пристап до финансиитврдење кое беше образложено и во магистерскиот труд, 28% не се согласуваат со тоа, и дури високи 32% не знаат, што значи дека е потребна поголема едукација и за пристапот до финанси, и за стереотипите кои постојат во однос на жените претприемачи.

ЗАКЛУЧОК

Во овој магистерски труд е дадена анализа на предизвиците и можностите со кои се среќаваат жените претприемачи и резултатите од истиот треба да ги охрабрат сите жени да започнат свој бизнис и да истраат во нивната борба за рамноправност со мажите. Основна цел на истражувањето е да се покаже дека жената претприемач е многу добар менаџер, и дека за неа малиот бизнис е голем мотив, предизвик и можност за успех, дека таа може сама да оформи мал бизнис и со истиот да успешно да раководи и да го разбие митот дека мажите се поуспешни во бизнисот од жените.

Магистерскиот труд започнува со воведен дел како прва глава во кој е даден краток вовед за проблематиката која ќе се разработува во истражувањето.

Во рамки на истражувањето во **втората глава** теоретски е разработен процесот на претприемништво, неговата историја, видови. Исто така е даден осврт со дефиниција и карактеристики на претприемачот со вклучени одредени истражувања и примери. Во овој магистерски труд е утврдено дека изучувањето на претприемништвото датира од крајот на 17 и почетокот на 18 век, за да својата експанзија ја доживее во почетокот на 20 век. Самиот концепт на претприемништво подлежи на теоретска еволуција, така да различни размислувања се среќаваат и до денес. Четирите размислувања кои го дефинираат претприемништвото се: Иновација, Вредност, Упорност и Ризик. Во магистерскиот труд е анализирано дека самиот збор претприемач е присутен уште од 12 век, вкорен во глаголот *entreprendre* - што значи да преземеш или да правиш нешто различно. „Од имагинација - до иновација“, тоа е мотото кое што би го водело секое лице претприемач. Секој кој што сака да работи сам може да се именува како претприемач. Во рамките на оваа глава исто така се дефинирани и разработени и особините што треба да ги поседува еден претприемач. Од магистерскиот труд може да се заклучи дека претприемачите се креативни луѓе, иноватори кои не мируваат и постојано создаваат, внесуваат нов квалитет, трагаат по промени и по реализација на сопствените идеи. Тие се самоуверени, упорни, амбициозни, остроумни, енергични и флексибилни. Добриот претприемач не се само раѓа, тој и се создава. Успешниот претприемач е почитуван од своите врстници, верува во

себеси, планира, се тестира самиот себе, креативен е и секогаш го предвидува својот успех. Магистерскиот труд покажува дека вистинскиот претприемач мора да ги отсрани од мислите зборовите: „не можам“, „не сакам“, „тоа е невозможно“, туку мора да размислува поинаку и да се води од своите соништа.

Во **третата глава** од магистерскиот труд е разработен поимот жена претприемач и нејзините карактеристики. Тука е јасно покажано дека жена претприемач е секоја жена која организира и раководи со некое претпријатие, бизнис и тоа го прави со значителна иницијатива и ризик. Во оваа глава се заклучува и дека жената е мајка, сопруга, домаќинка, но во исто време може и треба да биде еднаква со мажот. Бизнисите поседувани од жени создадоа 175.000 работни места во периодот од 2007 до 2013 година. Улогата на жените и во бракот е сменета, така што тие не се само моден додаток на успешниот сопруг, туку и активни партнери во стекнувањето на богатството. Во овој магистерски труд утврдено е дека до 2020 година 53% од британските милионери ќе бидат жени, во Шведска тој број се движи околу 28%, а исто толку се и во САД. Во рамките на оваа глава се дефинирани и образложени и карактеристиките на жените претприемачи, а тоа е дека жената претприемач е храбра, флексибилна, одлучна, енергична, доследна, поседува големо ниво на самодоверба, визија и креативност, комуникативна е, снаодлива, постојано учи и е економски независна. Исто така, овде се дава одговор на прашањето дали полот на личноста е навистина важен во процесот на претприемништво, со што се разбиени сите предрасуди за тоа дека мажите се подобри претприемачи од жените, повикувајќи се на многубројни примери и истражувања. Жените се повнимателни од мажите кога е во прашање започнување на бизнис, тие преферираат бизниси со понизок ризик. Од магистерскиот труд се заклучува дека жените на претприемништвото гледаат како избор во животот, односно начин на поврзување на семејните и кариерните потреби, за разлика од мажот кој на претприемништвото гледа само како бизнис одлука. Овде посебно се прави споредба меѓу жена и маж претприемач и се заклучува дека и покрај наведените разлики меѓу мажите и жените претприемачи, очекувањата за успех и желбата за опстојување на бизнисот се еднакви и кај двата пола. Во оваа глава е дадена и детална анализа за мотивите кај жената за основање и

поседување бизнис, при тоа правејќи споредба на *push* и *pull* факторите за мотивација.

Овој магистерски труд, исто така, јасно покажува дека постојат бариери на патот на жените претприемачи во светот, и кај нас се разработени неколку групи од нив. За да се надминат истите заклучено е дека на жените претприемачи им е потребна посебна помош: образование, стекнување на специфични способности и знаења, финансирање, техничка помош, влевање на самодоверба преку различни обуки, практична настава и слично, преку разни механизми за поддршка на женското претприемништво. Заклучено е дека политиките за развој на женското претприемништво се едни од основните за намалување на бариерите и дека за развој на женското претприемништво потребни се разни асоцијации и мрежи за поддршка на истото, владини канцеларии, еманципација на жените во руралните средини итн. Даден е и детален приказ за разликата на секторската структура меѓу женското и машкото претприемништво, притоа заклучувајќи дека жените претприемачи во поголем степен се застапени во малопродажбата, услужните сектори, козметички и лични услуги. Во продолжение на оваа глава е дадена детаљна анализа на жените претприемачи во земјите на ОЕЦД, задржувајќи се посебно на САД каде постои верување дека жените се подобри претприемачи од мажите. Исто така, овде се заклучува дека САД се грижат за развојот на женското претприемништво, поттикнувајќи го истото со разни форми на поддршка. Во продолжение се заклучува и тоа дека во азиските земји сè уште постои проблем со патријархалноста и овде жените е потребно да се борат со многу бариери со кои се соочуваат, а пречка за тоа се и сиромаштијата, недоволното образование, социјалните, културните и религиозните правила. Во овој магистерски труд е дадена и детаљна анализа на жените претприемачи во Европа и е заклучено дека 5 најпривлечни земји кои нудат најдобри услови за развој на женското претприемништво се САД, Австралија, Германија, Франција и Мексико. Посебен акцент се става на жените претприемачи во нашата земја детаљно анализирајќи ги пречките во развојот на женското претприемништво, заклучувајќи дека во Република Македонија нема доволна поддршка од државата, постојат високи даноци и придонеси за плати, високи трошоци за кредити и заеми, преголеми банкарски трошоци и провизии. Во Република Македонија има недостиг на поддршка од бизнис асоцијации за

жените претприемачи, банките не се доволно заинтересирани за малите бизниси, постои голема невработеност и сиромаштија и нема доволен број на бизнис инкубатори. Заклучено е дека жените кај нас не се доволно вреднувани и покрај донесените програми за развој на женското претприемништво. Иако се работи на воспоставување на правна и фискална рамка за намалување на невработеноста и поттикнување на женското претприемништво, сепак се заклучува дека средствата кои се издвоени за истата намена се недоволни и во иднина мора да се размислува за зголемување на истите. Наведени се неколку примери на добра пракса со кои се заклучува дека жената во никој случај не е помалку способна од мажот да има и раководи со свој бизнис. Заклучено е и дека развојот на женското претприемништво во Република Македонија е во тесна врска со економското окружување.

Во оваа глава исто така се дава и детаљна анализа на пазарот на работна сила кај нас и се заклучува дека истиот се карактеризира со ниска побарувачка на работна сила, нефлексибилна и лошо структурирана понуда, недоволна вклученост на ранливите групи и др. Дадени се детални табеларни прикази за сите овие индикатори и од нив јасно се гледа дека жените во сите параметри заостануваат зад мажите и дека во приватна сопственост на жени има 39% деловни субјекти, наспроти 61% кои отпаѓаат на мажите. За подобрување на деловниот амбиент наведени се и низа пакет мерки.

Четвртата глава од овој магистерски труд дава детаљна анализа на финансирање на женското претприемништво, притоа давајќи опис на начините на финансирање и тоа: сопствени средства, средства од пријатели и пазарни извори на финансирање. Заклучено е дека жените за разлика од мажите имаат помалку сопствени средства на располагање, но сепак се похрабри и кога сакаат да започнат свој бизнис многу често како гаранција го ставаат својот имот или други недвижности со кои располагаат. Жената претприемач никогаш нема да ги злоупотреби пријателите при земање средства, но истите полесно ги обезбедува за разлика од мажот, поради поголемата доверба од страна на пријателите кон жената. Во оваа глава се опишани разните пазарни извори на финансирање и тоа: кредити на комерцијалните банки, финансиски лизинг, факторинг, деловни(бизнис) ангелимикрокредитирање, финансирање по пат на финансиски пазар и др. Заклучено е дека инвестирањето во жените е едно од најефективните средства за зголемување на еднаквоста и промовирање

одржлив економски развој, но сепак многу банкари и порано и сега се скептични кога се работи за жените претприемачи и потешко им одобруваат кредити, не ги сфаќаат сериозно, но поради докажаните резултати и вроденото внимание на жените тој однос секојдневно се менува. На македонскиот пазар наведени се штедилниците каде може да се добијат најповолни заеми, но сепак каматните стапки на истите се сеуште високи и е потребно олеснување на процедурата за добивање на овие заеми. Во оваа глава е заклучено и дека постојат и позитивни и негативни страни при договори за лизинг, и дека користењето на истиот има предност за оние претпријатија кои имаат лимитирана кредитна способност. Заклучено е исто така дека во Република Македонија постои незначителна примена на лизинг договори, и дека жените претприемачи помалку го користат истиот за финансирање.

Во продолжение од четвртата глава е дадена детаљна анализа на факторингот како средство за финансирање и неговата поделба според ризикот на наплата. Заклучено е дека во иднина треба да се посвети поголемо внимание на факторингот како динамично средство за финансирање за многу компании. Во однос на деловните бизнис ангели, се заклучува дека типичниот профил на истите претпоставува доминација на мажите, т.е. мала застапеност на жените и дека тој процент кај жените е релативно мал и незабележителен. И Република Македонија има официјална мрежа на бизнис ангели за обезбедување на нови извори на финансии и едукација на потенцијални претприемачи.

Жените претприемачи сè почесто го користат микрокредитирањето како извор на финансирање на нивниот бизнис, пред сè поради поголемата пристапност до микрокредитите и помалиот ризик за успешно враќање на истиот, но сепак кај нас сè уште треба да се работи на изнаоѓање на можности за обезбедување на поповолни микрокредити.

Во оваа глава од магистерскиот труд исто така е дадена целосна и детаљна анализа на развојните национални програми за поддршка во финансирањето на женското претприемништво, наведувајќи ги сите проекти и активности остварени досега. Наведени се програмите на Министерството за економија, Владата на РМ, како и на планските регионални центри и заклучено е дека во иднина треба да се посвети поголемо внимание за жените претприемачи во сите овие програми, затоа што праксата покажува дека тие

програми не вродуваат со големи резултати, а финансиската поддршка е недоволна.

Петтата глава од овој магистерски труд фактички е и практичен дел, односно експериментален дел од трудот кој е изработен со цел да се добијат одговори на многу прашања поврзани со жените претприемачи. Во рамките на оваа глава изработен е анкетен прашалник кој се состои од 12 прашања или тврдења. Анкетирани се 100 лица, дел вработени во две македонски фирми, дел купувачи. Резултатите се прикажани графички и детаљно објаснети. Од резултатите од анкетниот лист се потврдува дека полот не е пречка за водење на бизнис. 49% од испитаниците одговориле дека им е сеедно дали нивниот работодавач е маж или жена, но 41% одговориле дека повеќе преферираат да работодавачот е жена, наспроти 10% кои се изјасниле дека сакаат работодавачот да биде маж. 47% од испитаниците исто така сметаат дека жените се поуспешни во бизнисот од мажите, 61% сметаат дека жените претприемачи се потолерантни и поемотивни во однос на проблемите со кои се соочуваат вработените, за разлика од мажите. Заклучено е и дека 57% од испитаниците сметаат дека жените се помалку платени од мажите, а само 5% одговориле дека се повеќе платени од мажите. Дека жените претприемачи уживаат поголем авторитет и кредибилитет меѓу вработените покажува фактот дека потврдно одговориле 41%. Дури 84% од испитаниците сметаат дека жените по својата интелигенција, снаодливост и способност воопшто не заостануваат зад мажите. 53% одговориле дека нивното работно место не е побезбедно ако имаат работодавач жена, наспроти 47% кои сметаат дека е така. Дека жената претприемач води поголема грижа за вработените се согласуваат 49% од испитаниците, наспроти 39% кои го негираат тоа. Речиси е ист процентот на одговорите дека би било исто и дека би било подобро да се напредува во работата ако на раководна позиција е жена. Иако постои мислење дека постојат стереотипи во однос на жените претприемачи, најмал број од испитаниците одговориле потврдно на ова. Дури 47% сметаат дека не постојат стереотипи во однос на жените претприемачи, а тоа е секако поради недоволната запознаеност на истите со какви проблеми се соочува жената претприемач. Тврдењето дека жените имаат потежок пристап до финансии е докажано и тука, зошто дури 40% од испитаниците се согласуваат, а високи 32% не знаат.

. Анализирајќи ги сите глави од магистерскиот труд јасно се заклучува дека не треба да постои разлика и поделба на мажи и жени претприемачи. Жените, како и мажите се борат за економска независност, секојдневно се повеќе сме сведоци на се подобрата положба на жената во целиот свет. Доколку жените се набљудуваат во професионална смисла, може да се забележат големи постигнувања во секоје подрачје, така да слободно може да се констатира дека во светските рамки влијанието на жените континуирано расте. Одредени сектори кои до вчера како да беа резервирани само за машките се повеќе ги заземат жените. Појавата на жени претприемачи во последните 20 години во развиениот свет, тесно е поврзана со демократизација на општеството, поточно со еднаквите можности за мажите и жените, пред се мислејќи на образованието, но и во науката, политиката. Тука се и фондовите на владите за развој на женското претприемништво, како и финансирање од разни профитни или непрофитни организации. Како главен проблем во работењето се јавува финансирањето и фактот дека не биле сериозно прифаќани како сопственици на претпријатија. За жал, тој проблем сè уште постои. И денес во многу држави, меѓу кои е и Република Македонија сè уште не се посветува доволно внимание на женското претприемништво, иако се прават напори за тоа.

Жените се интелигентни, снаодливи, упорни, амбициозни, водат повеќе грижа за вработените и нивните меѓучовечки односи, флексибилни се, не влегуваат во голем ризик во бизнисот за разлика од мажите, внимаваат на секоја своја одлука, промислени се и истрајни. Жените претприемачи уживаат голем авторитет и кредибилитет меѓу вработените, има даваат поддршка во нивното напредување, и пред се се поуспешни во водењето на бизнисот од мажите. Најголем дел од овие тврдења се потврдени и со резултатите добиени од анкетниот лист изработен за потребите на овој магистерски труд.

Жената како лидер, односно претприемач на својот пат кон успехот се среќава со многу бариери и табуа, и многу успешно се бори со нив. Жената претприемач, на патот кон успехот се среќава со многу предизвици и со сите сили се труди да ги прифати и успешно ги реализира. На патот кон својот успех таа воопшто не заостанува зад мажите, иако се смета дека жените помалку заработуваат од мажите. За жал, е потребна уште поголема борба, уште поголема истрајност и упорност од страна на жените да го покажат тоа. Но, жената претприемач тоа го може!

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Access to financing and ITC for women entrepreneurs in UNECE region, United Nation Economic Commission for Europe, Geneva and New York, 2004
2. Are Male and Female Entrepreneurs really that different, Erin Kepler, Scott Shane, September 2007
3. Cultural Value Differences and Women-Owned Businesses in the United States: A Preliminary Exploration, Amy D. Gibson, Christopher Newport University
4. Development through Women Entrepreneurship, ETH Zurich, 14 August 2008
5. Does Gender Matter for Firm Performance? Evidence from Eastern Europe and Central Asia, Shwetlena Sabarwal, Katherine Terrell, The World Bank, September 2008
6. Enterprising women in transition economies, Friederike Welter, David Smallbone, Nina B. Isakova, 2006
7. European Network to Promote Women's Entrepreneurship, Activities Report 2008
8. Gender, Entrepreneurship and Competitiveness in Africa, Elena Bardasi, C. Mark Blackden, Juan Carlos Guzman, The World Bank
9. Greg Watson: „Entrepreneurship, Education and Ethics,, -William Penn College, 2007
10. J.A Timmons & Stephen Spinelli: „New Venture Creation Entrepreneurship for 21 Century,, 6 edition, McGraw-Hill, 2004
11. "Lean In: Women, Work and the Will to Lead" (Knopf Doubleday Publishing Group, 2013) by Sheryl Sandberg
12. Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship, European Commission, 2008
13. Small and Medium Enterprise for Women Entrepreneurs in Taiwan, World Journal of Agricultural Sciences 4 (S): 884-890, 2008

14. Start-Up Capital: Differences Between Male and Female Entrepreneurs, Ingrid Verheul, Roy Thurik, Centre for Advanced Small Business Economics, Faculty of Economics, Erasmus University, Rotterdam, , March 2000
15. The boss of you: Everything a women needs to start, run and maintain her own business, Emira Mears and Lauren Bacon, Seal Press, 2008
16. The Challenges of Growing Small Businesses: Insights from Women Entrepreneurs in Africa, Pat Richardson, Rhona Howarth and Gerry Finnegan, 2004
17. The Circumstances of Women Entrepreneurs, The analysis of the Danish Agency for Trade and Industry: Women Entrepreneurs now and in the Future, John Kjeldsen and Kent Nielsen, 2000
18. The Female Entrepreneur's Point of View and the Italian Economy, Adriana Castagnoli, Business and Economis History on-line, 2007
19. The Women's Small Business Start-Up Kit: A Step-by-Step Legal Guide, Perry H.Pakroo
20. Women entrepreneurship: Exchanging experiences between OECD and Transition economy countires, Ionescu Dina, Brijuni conference, October 1999
21. Women entrepreneurs: new opportunities and challenges, Mirjana Radovic Markovic, Indo merican Books, 2010
22. Women Entrepreneur Revolution: Ready! Set! Launch!, Jenn Aubert, 2014
23. Women in Business: A Demographic Review of Women's Business Ownership, Office of Advocacy U.S. Small Business Administration, August 2006
24. Women in labour markets: Measuring progress and identifying challendes, International Labour Office, Geneve, March 2010

25. Women's business ownership: Recent research and policy developments, Sara Carter, November 2006
 26. Women's entrepreneurship in Sweden, Swedish Agency for Economic and Regional Growth – Tillväxtverket, Stockholm, October 2009
 27. Worth Every Penny: Build a Business That Thrills Your Customers and Still Charge What You're Worth by Sarah Petty and Erin Verbeck
 28. Претприемништво- Марија Зарензакова-Потевска
 29. В.Л.Хил, Чарлс: Меѓународен бизнис, македонско издание, Скопје, 2010
 30. Фотов, д-р Ристо: Менаџмент на мал бизнис, Европски Универзитет, Скопје, 2006
 31. Фотов, д-р Ристо :Финансиски менаџмент, 2010
1. www.pretpriemac.com
 2. www.worldbank.org
 3. www.unece.org
 4. www.enterprisesurveys.org
 5. www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202012%20Womens%20Report.pdf
 6. http://eeas.europa.eu/delegations/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/documents/more_info/publications/eu_thinking_big_for_small_businesses_mk.pdf
 7. www.is4profit.com/small-business-news/20081129-female-entrepreneurs-plan-more.html

8. [www.womenable.com/content/userfiles/2014 State of Women-owned Businesses public.pdf](http://www.womenable.com/content/userfiles/2014_State_of_Women-owned_Businesses_public.pdf)
9. www.forbes.com/sites/jennagoudreau/2013/02/28/the-best-paying-jobs-for-women-in-2013/
10. [www.kapital.mk/mk/magazin/82422/makedonskite zheni lideri vo biznisot se hrabri i uporni.aspx](http://www.kapital.mk/mk/magazin/82422/makedonskite_zheni_lideri_vo_biznisot_se_hrabri_i_uporni.aspx)
11. [https://c401345.ssl.cf1.rackcdn.com/wp-content/uploads/2013-2014/03/13ADV-WBI-E-StateOfWomenReport FINAL.pdf](https://c401345.ssl.cf1.rackcdn.com/wp-content/uploads/2013-2014/03/13ADV-WBI-E-StateOfWomenReport_FINAL.pdf)
12. <http://www.prnewswire.com/news-releases/canadian-business-women---a-growing-economic-force-271075171.html>
13. <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/small-business/sb-managing/leadership/female-entrepreneurship-growing-but-still-an-untapped-resource-study/article14904113/>
14. [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapi/KSBS-PSRPE_July-Juillet2012_eng.pdf/\\$FILE/KSBS-PSRPE_July-Juillet2012_eng.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapi/KSBS-PSRPE_July-Juillet2012_eng.pdf/$FILE/KSBS-PSRPE_July-Juillet2012_eng.pdf)
15. [http://kapital.com.mk/mk/dneven vesnik/66785/ernst young afr ika e privilechna za investiranje.aspx?ild=2163](http://kapital.com.mk/mk/dneven_vesnik/66785/ernst_young_afr_ika_e_privlechna_za_investiranje.aspx?ild=2163)
16. www.netpres.com.mk
17. <http://www.bloomberg.com/news/2014-08-17/top-paid-nikkei-225-female-executive-shows-japan-gender-hurdles.html>
18. <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreeconomies/2012/china#gender>
19. <http://www.fastcompany.com/1736266/nearly-20-female-chinese-managers-are-ceos>
20. [http://kapital.com.mk/mk/dneven vesnik/66785/ernst young afr ika e privilechna za investiranje.aspx?ild=2163](http://kapital.com.mk/mk/dneven_vesnik/66785/ernst_young_afr_ika_e_privlechna_za_investiranje.aspx?ild=2163)

21. <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreTopics/Gender#sub-saharan-africa>
22. <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreTopics/Gender#eastern-europe-central-asia>
23. http://www.epm.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=161:2011-03-14-13-12-27&catid=1:latest-news&Itemid=50
24. <http://www.goethe.de/kue/flm/prj/kub/wus/en4050171.htm>
25. <http://suitcaseentrepreneur.com/entrepreneurs/how-successful-are-female-entrepreneurs-in-europe/>
26. <http://www.slideshare.net/OECDLEED/dautzenberg-growth-potential-of-women-entrepreneurs-in-germany-23621237>
27. <http://inventures.eu/gem-2012-report-entrepreneurship-in-austria>
28. http://www.bbc.co.uk/macedonian/news/story/2011/01/110114_france_women.shtml
29. <http://womenentrepreneurshipplatform.eu/our-work/facts-and-figures/>
30. http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/exchange_of_good_practice_uk/uk_discussion_paper_uk2014_en.pdf
31. <http://www.w-t-w.org/en/women-entrepreneurs-in-italy/>
32. <http://thinkprogress.org/economy/2013/07/08/2266831/number-of-women-ceos-at-major-companies-jumps-by-4-percent/>
33. <http://mk.biznis-plus.com/node/5974>
34. <http://www.policycafe.rs/documents/financial/research-and-publications/A2F-for->

women/Procena%20okruzenja%20za%20zensko%20preduzetnistvo%20u%20Republici%20Srbiji.pdf

35. <http://lider.mk/2014/05/16/poddrska-za-zenite-pretpriemaci-na-zapaden-balkan/>
36. <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploretopics/gender>
37. http://www.stat.gov.mk/PrikaziPublikacija_1.aspx
38. <http://www.konkurentnost.mk/StrateskiDokumenti/PEP20132015.pdf>
39. http://www.finance.gov.mk/files/u9/1KEI_K-2-2012.pdf
40. http://www.finance.gov.mk/files/u9/KEI_K-1-2014_mk.pdf
41. <http://www.president.gov.mk/mk/za-makedonija/ekonomija-i-trgovija.html>
42. http://eccfp.uklo.edu.mk/files/doktorska_disertacija_Aneta_Risteska.pdf
43. <http://www.mrfp.org.mk/mk/za-nashata-rabota/finansiski-uslugi/krediti.html>
44. <http://www.mrfp.org.mk/mk/za-nas/nasata-struktura/odbor-na-starateli/11-nasata-rabota/finansiski-uslugi-cat.html>
45. <http://www.horizonti.org.mk/>
46. http://issuu.com/kapitalmediagroup/docs/zeni_vo_biznisot_2014
47. http://www.apprm.gov.mk/webdata%5CDokumenti%5CAPPRM_Go disen_Izvestaj_2013_god.pdf
48. www.nationmaster.com
49. www.stat.gov.mk