



**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
МБА-Менаџмент
ШТИП**

Ивана Јорданова

„ЕТНИЧКИ СОСТАВ НА ЖЕНИ ПРЕТПРИЕМАЧИ“

- МАГИСТЕРСКИ ТРУД

ШТИП, јуни 2011



**UNIVERSITY „GOCE DELCHEV“- Stip
FACULTY OF ECONOMICS
MBA-Management
STIP**

Ivana Jordanova

„ETHNIC COMPOSITION OF FEMALE ENTREPRENEURS“

-MASTERS PAPER

STIP, june 2011

Комисија за оценка и одбрана

Ментор: проф. д-р Ристо Фотов
Вонреден Професор, Економски Факултет

Член: проф. д-р Трајко Мицески (претседател)
Редовен Професор, Економски Факултет

Член: доц. д-р Круме Николоски
Доцент, Економски Факултет

***Доколку мразите долгови,
Не сакате да имате партнери,
Важно Ви е мислење на другите и
Потребни Ви се осум саати сон –
Заборавете на работа како
претприемач***

Л.Хелзел

„ЕТНИЧКИ СОСТАВ НА ЖЕНИ ПРЕТПРИЕМАЧИ“

Абстракт

Претприемништвото како, перманентен процес на реалокација на финансиските, физичките и човечките ресурси од местата на општествената репродукција каде што тие недоволно и нерационално се користат, кон местата каде што ќе дадат далеку поголеми ефекти, секогаш бара позитивен т.е. оптимистички став.

Претприемачот, во согласност со анализите на менаџмент филозофијата на себеразвојот (SWOT–анализа и анализата на Џо-Хари прозорец), мора непристрасно и објективно да ги процени своите способности, слабости, можности и опасности, како и своите страни, да верува во своите способности и во производите или услугите кој ги нуди.

Потребно е да се биде подготвен за остварување на замислените претприемачки идеи во реалноста, да се биде реален за финансиските можности и над сè одржете го вашиот ентузијазам.

Денес во деловниот свет, сè повеќе е застапена и жената, како менаџер или претприемач.

Жена претприемач е секоја жена која организира и раководи со некое препријатие, бизнис, обично со значителна иницијатива и ризик. Исто така, жена претприемач е секоја жена која започнува сопствена компанија. Како мотивациони фактори на жените претприемачи се: желбата да се направи нешто, потребата од независност, достапност до финанси, несреќени семејни околности (смртта на сопругот или татко), финансиски тешкотии. Жените се еден од најпознатите неискористени извори во светот на креативноста и растот.

Клучни зборови: претприемништво, жени-претприемачи, бариери, поддршка, застапеност

„ETHNIC COMPOSITION OF FEMALE ENTREPRENEURS“

Abstract

Entrepreneurship, as a permanent process of reallocation of financial, physical and human resources from places of social reproduction where they are used irrationally, to places where they will provide greater effects, always requires a positive, i.e. an optimistic attitude.

The entrepreneur, according to an analysis of the management philosophy of self development (SWOT-analysis and analysis of Harry Joe-window), must impartially and objectively assess his/her own capabilities, weaknesses, opportunities and threats, as well as his/her own sides, to believe in his/her abilities and in the products or services he/she offers.

The entrepreneur needs to be ready for the realization of the imaginary entrepreneurial ideas into reality, to have a realistic view of the financial opportunities and above all to keep his/her enthusiasm.

Today in the business world, woman is increasingly represented, as a manager or entrepreneur.

Woman entrepreneur is any woman who organizes and manages any enterprise, esp. a business, usually with considerable initiative and risk. Also, woman entrepreneur is any woman who has started her own company. The motivational factors of women entrepreneurs are: desire to do something, need for independence, availability of finance, unfortunate family circumstances (death of husband or father), financial difficulties. Women are one of the world's most untapped sources of creativity and growth.

Keyword: entrepreneurship, women entrepreneurs, barriers, support, representation

Содржина

Вовед	8
1. Претприемништво и претприемач	10
1.1 Дефинирање на претприемништвото, претприемачот и малиот бизнис.	10
1.3 Карактеристики на претприемачите	14
1.4 Процесот на претприемништвото	17
2. Жени претприемачи	21
2.1 Кои се жени претприемачи и кои се нивните карактеристики	21
2.2 Разлики меѓу мажите и жените претприемачи	24
2.3 Начини на финансирање на женското претприемништво	28
2.4 Бариери за женското претприемништво	31
2.4.1 Политики за развој за женското претприемништво	34
2.5 Мега компании основани од жени.....	35
2.6 Успех и неуспех на жените претприемачи	37
3. Етнички состав на жените претприемачи	40
3.1 Жените претприемачи со САД и Канада.....	41
3.2 Жените претприемачи во Азија	52
3.3 Жените претприемачи во Африка	64
3.4 Жените претприемачи во Европа	73
3.5 Жените претприемачи во економиите во транзиција.....	82
3.6 Жени претприемачи во земјите во доминантна исламска религија.....	90
3.7 Жени претприемачи во Република Македонија.....	97
4. Стратегија за развој на женското претприемништво	109
5. Резултати од истражување	115
Заклучок	123
Преглед на литература (REFERENCES)	132

Вовед

Самото време во кое денес живееме бара нови начини на приод за остварување на деловен успех. Тоа подразбира голема претпазливост при изборот на бизнисот, па затоа е потребно поцелосно истражување како на екстерното така и на интерното окружување, правилна проценка на сопствените можности, капиталот, конкуретните можностите на пазарот и слично. Но, најзначајно од сето тоа е да имаме идеја, храброст со доверба во себе си и поседување на желба за успех, без разлика на полот и возраста.

Во овој поглед зборувајќи за полот и возраста во поново време, сакаме да истакнеме дека посебно доаѓа до израз претпримничката храброст кај жените низ целиот свет.

Затоа и целта на овој труд е да се разбере значајноста на женското претприемништво. Со самиот факт дека бројот на жени претприемачи се зголемува, се зголемува и потребата од разбирање на женското претприемништво.

Во првиот дел од трудот ќе се разработи дефинирањето и објаснувањето на претприемништвото и претприемачот, како и разбирањето на самиот процес на развој на претприемништвото, разбирањето на карактеристиките по кои се разликуваат претприемачите.

Претприемништвото не е никакво волшебство, туку сосема реален и рационален процес кој е поврзан со иновациите, кои секогаш носат нешто ново, различно од претходното. Иновацијата е примена на нови и понапредени идеи, постапки, услуги, процеси, добра кои носат нови користи и квалитети во примената. Претприемништвото во себе ги содржи вкупните организаторски, насочувачки, раководни, управувачки и контролни способности што ги користи претприемачот во својата стопанска активност. Претприемачот е личност која почнува нови работи и поседува исклучителни карактеристики кои ретко кој друг ги има.

Вториот и третиот дел од овој труд се со цел да ги разбереме основните карактеристики на жените претприемачи, различноста на

жените претприемачи од мажите претприемачи, проблемите со кои се соочуваат жените при водење на бизнисот, политиките за промоција и поддршка на жените претприемачи, начините на финансирање на бизнисите на жените, како и да ги увидеме и утврдиме разликите низ земјите и застапеноста на жените претприемачи во различни земји.

Жена претприемач е секоја жена која започнува сопствена компанија. Жена претприемач е секоја жена која организира и раководи со некое претпријатие, бизнис, обично со значителна иницијатива и ризик. Како мотивациони фактори на жените претприемачи: желбата да се направи нешто, потребата од независност, достапност до финансии, несреќни семејни околности, финансиски тешкотии.

Во четвртиот дел од трудот е понудена стратегија за развој на женското претприемништво во која се прикажани насоките на дејствување за остварување на целите поврзани со женското претприемништво.

Петиот дел од трудот е наменет за приказните на три успешни жени претприемачи од нашата земја. Малите успешни економски приказни значат успешен бизнис, поголем број на вработени и една голема македонска успешна приказна.

1. Претприемништво и претприемач

1.1 Дефинирање на претприемништвото, претприемачот и малиот бизнис

Претприемништвото е движечка сила за раст на економијата и затоа е неопходно да се подигне свеста за негов развој и разбирање. Претприемништвото во најширока смисла на зборот претставува перманентен процес на пренасочување, реалокација на финансиските, физичките и човечките ресурси од местата на општествената репродукција каде што тие недоволно и нерационално се користат, кон местата каде што ќе дадат далеку поголеми ефекти.

Зборовите претприемништво и претприемач се дел од францускиот јазик од 12 век и многу француски автори го поврзуваат терминот *entrepreneur*¹ со средновековниот период, често во врска со бруталната војна. 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.²

Знаеме и 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. Иновацијата е примарниот фактор кој го води создавањето на претприемништвото. Едноставно, претприемач е личност, било маж или жена, кој има идеи, и започнува нови работи. Претприемачот поседува исклучителни карактеристики кои ретко друг ги има. 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.

¹ Зборот *entrepreneur* е оригинален француски збор. Овој збор за прв пат се појавил во 1437 година во речникот *Dictionnaire de la langue française*. Глаголот е *entreprendre* што значи да превземаш нешто.

² *Pioneers in entrepreneurship and small business research*, Hans Landstrom, 2005

Многу луѓе ги користат термините претприемништвото и малиот бизнис за синоними. Иако имаат многу сличности, постојат и значителни разлики меѓу претприемничкиот потфат и малиот бизнис.

Претприемничкиот потфат се разликува од малиот бизнис во неколку работи:³

- 1) Износ на создавање на профит – Успешниот претприемач создава значително богатство, кое е поголемо за неколку милиони долари од богатството на малиот бизнис.
- 2) Брзина на профитирање – Додека успешен мал бизнис може да создаде профит од милиони долари во текот на животниот век, претприемачите создаваат богатство доста брзо, на пример во рок од 5 години.
- 3) Ризик – Ризикот кој што претприемачот го презема е повисок во споредба со ризикот на малиот бизнис.
- 4) Иновацијата – Столбот на претприемништвото е иновацијата. Претприемачите излегуваат на пазарите со иновации од типот на нови идеи, производи, методи на производство и сл. Претприемништвото е најчесто поврзано со некој одржлива и креативна идеја, додека малите бизниси најчесто не се од таков тип.

Во продолжение ќе го разгледаме историскиот развојот на терминот претприемништво и претприемач.

1.2 Развојот на претприемништвото и претприемачот

Секоја наука, поим, и сè друго има свој почеток. Како први почетоци на претприемништвото, се бележат уште со работата на Richard Cantillon и Adam Smith на крајот на 17 век и почетокот на 18 век, но сепак најголеми теоретски и емпириски објаснувања за претприемништвото се појавуваат на крајот на 19 век и почеток на 20 век. Терминот *entrepreneur* за прв пат е претставен од францускиот економист 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“.

³ <http://www.quickmba.com/entre/definition/>

Кратко по него, францускиот економист J.B.Say во дефиницијата на Cantillon ја вклучува и идејата дека претприемачите треба да бидат и лидери. Според Say, претприемач е оној ги соединува луѓето заедно со цел да креираат единствен продуктивен организам.

Преставниците на класичната економска мисла, како Adam Smith, David Ricardo и John Stuart Mill кратко се осврнаа на концептот претприемништво, иако во англискиот јазик тие го употребуваа терминот business management. Од делата на Smith и Ricardo, се согледува дека тие ја потцениле значајноста на претприемништвото. Од гледна точка на Smith, претприемачите биле економски агенти кои ја трансформирале побарувачката во понуда за профит. Mill го потенцира значењето на претприемништвото за економскиот раст. Во своите дела Mill тврди дека претприемништвото бара „необични вештини“ и го истакнува фактот дека нема англиски збор кој што е еквивалентен на францускиот збор entrepreneur.

Потребата на претприемништвото за производството за прв пат официјално е признаена од страна на Alfred Marshall во 1890 година. Во своите „Принципи на економијата“, Marshall тврди дека постојат четири фактори за производство и тоа: земја, труд, капитал и организација. Организацијата е факторот кој ги соединува другите фактори заедно и Marshall верува дека претприемништвото е движечкиот елемент по организацијата. Претприемачите креираа нови добра или го подобруваат планот на производство на старите добра. За да успеат во ова, Marshall 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. Според Marshall, особините на претприемачите се ретки и за жал околината околу нив ги ограничува уште повеќе.

Уште во времето на Marshall, концептот на претприемништво подлежи на теоретска еволуција. Различни размислувања се среќаваат и денес. На пример, додека Marshall веруваше дека претприемништвото е движечка сила зад организацијата, голем број економисти денес сметаат дека претприемништвото е четвртиот фактор на производство кој ги координира останатите три.

За 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 Knight, Mises тврди дека секое лице кое го носи ризикот од загуби или било кој тип на несигурност може да се нарече претприемач или поедноставно кажано претприемачот е носител на ризик. За 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.

Во 20 век за разбирање на претприемништвото е многу битна работата на Joseph Schumpeter. Тој сакал да го издигне претприемачот како централна фигура во економската теорија. Овој австриски економист става акцент на иновацијата како:⁴

- Нови продукти, добра;
- Нови начини на производство;
- Нови пазари;
- Нови форми на организацијата.

Според 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, кој е подготвен и може да конвертира нова идеја или инвенција во успешна иновација. Според Schumpeter, претприемачот создава несовершености на пазарот со воведување на новите иновации. Од друга страна пак, Kirzner го виде претприемачот како трагач на нерамнотежа која таа или тој има за цел да ја острани со помош на нејзината или неговата претприемачка активност.

Иновација, за Peter Drucker, е спечифичен инструмент на претприемништвото... чин што им дава на ресурсите нов капацитет да креираат

⁴ <http://www.quickmba.com/entre/definition/>

богатство.⁵ Тој го согледува претприемништвото како создавање на нова организација, без оглед на нејзината способност да се одржи, или да оствари профит. За Lumpkin и Dess, 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 Shane и Venkataraman 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 Ireland, Hitt и Sirmon 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.

Преку различните гледишта за претприемачот и претприемништвото се согледува процесот на настанување на двата поими, како и подобро разбирање на истите.

1.3 Карактеристики на претприемачите

Добриот претприемач не се само раѓа, но тој и се создава. Затоа што секој човек се раѓа со дарба, но дарбите треба да се збогатуваат со учење, надоградување, обуки.

Од претходно наведените дефиниции за претприемништвото и претприемачите, согледуваме дека сите дефиниции се согласни во едно, а тоа е иновација, креација, преземањето на ризик и трагање на можности. Вистинскиот претприемач ќе го познаеш првенствено од неговиот изглед, а потоа и по неговото однесување. Низ животот среќаваме секакви луѓе кои се

⁵ Peter Drucek, Innovation and Entrepreneurship, 1985

претставуваат како претприемачи, но малкумина од нив се вистинските. Оној кој што изгледа педантно и средено, оној кој има позитивен став, кој е спремен да презеде 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 со секоја ситуација, да си подготвен да ризикуваш многу нешта за да успееш и да му пратиш некому насмевка која ќе го охрабри.

Во согласност со нашите истражувања ќе наведеме неколку карактеристики на вистинските и успешните претприемачи:

- Добро познавање на самиот себе и познавање на екстерното и интерното окружување, за препознавање на приликите за претприемачки активности.
- 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.
- Ориентирани кон целта – со големо чувство на одговорност, вистинскиот претприемач се концентрира кон ефикасност на работењето.
- 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.
- Користење на ресурсите на вистински начин – со нивно правилно распоредување, се добиваат и поголеми резултати.
- 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.
- Малите идеи стануваат големи идеи – секој почеток е со мал успех, но понатаму може да прерасне и доживее голем успех.
- Натпреварувачки дух – желбата да се постигне посакуваното е голема, така да 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.
- Глава на бизнисот – тие секогаш се носители на нови идеи и начини за да се заработат повеќе пари или да се зголеми бизнисот.
- Никогаш не се откажуваат и никогаш не исчезнува стремежот за успех.
- 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 да тие постанат реалност.
- Лидерски способности – лидерството е карактеристика која што не може да се пронајде кај сите индивидуи. За да бидеш добар претприемач мора да поседува лидерски способности т.е. да се биде водич, 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.
- Внатрешната мотивација – мотивација влијае на претприемачот да се бори да достигне успех.

1.4 Процесот на претприемништвото

Процесот на претприемништвото во себе вклучува решенија за различни проблеми. Секој претприемач мора да ги пронајде вистинските патишта за успех, да ги оцени и да ги надмине препреките со кои се соочува.

Процесот на претприемништвото има четири различни фази и тоа⁶:

1. идентификување и оценување на можностите;
2. развој на бизнис план;

⁶ Hisrich, PhD, Robert D., Michael P. Peters, PhD and Dean A. Shepherd, PhD. Entrepreneurship. 6 ed. New York: McGraw-Hill Irwin, 2005

3. определување на потребните ресурси и
4. управување со претпријатието.

Сите фази се поврзани сами по себе. Не може да се зборува за остварување на една без при тоа да се оствари другата фаза.

Идентификување и оценување на можностите

Фазата на идентификација и оценување на можностите е тешка фаза. Пред да се започне со нов бизнис, потребно е да се идентификуваат пред сè сопствените можности, па потоа да се идентификуваат можностите кои ги нуди пазарот. Под сопствени можности, ги подразбираме вредностите, ставовите, способностите што ги поседува самиот претприемач. Тие се пресудни за постигнување на успех. Доколку претприемачот е реален кон сопствените предности и слабости ќе постигне голем успех. Можностите што ги нуди пазарот се тие што всушност ги нуди самиот пазар, каква е конкуренцијата, кои се потрошувачите, бариерите на пазарот и др. Овде спаѓаат и недостатоците што ги нуди пазарот.

Од претходно напишаното може да констатираме дека пред да се започне бизнис, потребно е да се откријат сопствените можности и можностите на пазарот, како и правилно да се оценат.

Развој на бизнис план

Оваа фаза се однесува на планирањето. Бизнис планот е основното нешто, кое овозможува развој на можностите, согледување на потребните ресурси, трошоците, како и успешното работење. Со бизнис планот се намалува ризикот од неуспех.

Определување на потребните ресурси

Како и претходните фази, така и оваа фаза е многу значајна во процесот за претприемништвото. Да се определат ресурсите кои се потребни во процесот на работата е многу значајно. Во ресурси спаѓаат материјалните

ресурси, кои ќе се користат во текот на работата и производството, и човечките ресурси. Претходно нивно определување ја намалува можноста на загуба.

Управување со претпријатието

Управувањето со претпријатието е таква фаза во која се имплементираат работите од бизнис планот. Претприемачот потребно е да управува со самото претпријатие, почнувајќи од процесот на планирање, потоа организирање, водење, завршувајќи со контролирање на работата. Со правилно управување на претпријатието се откриваат проблемите и на време се решаваат.

Може да констатираме дека претприемништвото е многу значајна активност за отпочнување и водење на бизнис. Претприемништвото овозможува осознавање на нови работи, нови идеи, нови производи и др. Подигнувањето на свеста, како на индивидуално ниво, така и на национално ниво, за значајноста на претприемништвото, надминува голем број на проблеми, меѓу кои спаѓа и проблемот на невработеноста. Доколку во поголем степен се промовира претприемништвото, ќе се намали бројот на невработени лица. Преку промоција на различна поддршка и помош за започнување на бизнис, луѓето ќе се мотивираат да започнат сопствен бизнис. Исто така, многу значајна е и потребата од претприемничко образование на сите нивоа. Тоа значи изучување на предметите поврзани со претприемништвото, како и овозможување на практиканска работа во различни компании за да може подобро да се разбере потребата и работата на приватниот сектор. Преку образованието, претприемничката култура треба да биде вклучена во животот на младите уште од најрана возраст. Во исто време, треба да се зголемува свеста кај родителите, заедницата и образовните институции дека претприемништвото е почитувана опција во кариерата. Цел на секоја држава треба да биде стимулирање на младите да размислуваат претприемачки и да започнат сопствен бизнис.

Треба да се смени размислувањето кое го гледа претприемништвото како едноставно правење пари, ризична дејност и несигурен начин на самовработување.

2. Жени претприемачи

2.1 Кои се жени претприемачи и кои се нивните карактеристики

„ Ако Ви треба човек кој ќе држи говор, земете маж, ако Ви треба човек кој ќе решава проблеми, земете жена “

Маргарет Тачер

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.

Жените претставуваат еден голем и значаен дел од светската популација, со несомнено големо влијание во сеопфатното општество. Позната е старата поговорка ако мажите претставуваат кров на една куќа, тогаш несомнено жените претставуваат темел на таа куќа. И покрај сознанието дека жените се нежни и создадени да не се борат, тие покажаа дека можат да владеат со поголем успех и од мажите. Наспроти женската природа, сепак токму жени како Елизабета I и Екатерина II ги воделе едни од најголемите запомнети војни.⁷

Богатството не е само машки атрибут. Времињата се менуваат, а жените сè повеќе стојат рамо до рамо и на ова поле. Сè поголем е бројот на жени чие богатство се мери во милиони долари. Богатите жени се успешни во разни области. Ги има на сите континенти, во сите земји широм светот. 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 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

⁷ <http://zena.mk/default.aspx?mode=17&id=27&cId=354&lang=2>

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 ни кредит да земат 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. Влијанието на жените континуирано расте. Жените сè повеќе навлегуваат во разни области и сектори како на пример: науката, спортот, политиката, бизнисот и сл., кои порано се сметаа за машки:

- ❖ Науката – Жените навлегуваат во полето на науката со значителни достигнувања. Како доказ на тоа е зголемениот бројот на жени кои се јавуваат како добитници на Нобелова награда од сите области на науката како: економија, физика, литература и др., што претставува големо признание во светот на науката. Како големо признание за женскиот пол е тоа што на Нобеловата награда на економија за 2009 година, добитници се Елинор Остром и Оливер Вилијамсон. Елинор Остром е првата жена што ја доби оваа награда од основање во 1968 година.
- ❖ Спортот – Жените постигнуваат значајни резултати во различните спортски дисциплини. Освојуваат и спортови кои до вчера беа резервирани за машките (фудбал, кошарка...).
- ❖ Политика – Жените влегуваат внимателно во политиката. Додека во минатото немале главо на глас, со тек на време се избориле за истото. Постепено истакнувале по некоја кандидатка за политичка функција. Жените сè повеќе ја согледуваат својата моќ која ја имаат како гласачко тело, па се кандидираат и за најодговорните позиции во државата. Денес сè почесто има жени кои станале претседатели на држави, премиери, министри...
- ❖ Бизнис – Бројот на успешни жени во бизнисот се зголемува. Жените, денес, водат големи компании кои се успешни на светски рамки.

Пред сè, во поглед на дефинирање на жена претприемач нема голема разлика со општата дефиниција за претприемач.

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. Од

самото дефинирање се гледа дека нема разлика со дефиницијата за претприемач.

Во продолжение се наведени некои од главните карактеристики на жените претприемачи.

- Тие имаат силна желба за автономија, да бидат сами на себе шеф и да го живеат животот на свој начин.
- Тие се независни, не им е потребно, ниту пак сакаат другите да им кажуваат што да прават.
- Тие имаат желба да заработат пари и да создадат богатство.
- Тие го пресметуваат ризикот до повисока од нормалната толеранција за неуспех и не прифаќаат неуспех.
- Тие сакаат да ја контролираат работата.
- Тие се високо мотивирани и бестрашни кога станува збор за работата.
- Тие имале детски сон на надежен претприемач или живееле во претприемачка средина.
- Тие имаат високо ниво на енергија, што е одржлива во текот на долг временски период.
- Тие се креативни и иновативни, силно ги донесуваат одлуките, способни брзо да размислуваат.
- Тие се пријателски расположени и им даваат помош на другите доколку им е потребна.
- Тие се добар слушател и имаат трпение.
- Тие се ориентирани кон луѓето.
- Тие се оптимисти и сакаат признание.
- Тие се сигурни и прецизни.
- Тие се чувствителни и често сочувствуваат со другите.

Од тука може да се заклучи дека жените не се преодредени да бидат само мајки, сопруги, домаќинки и сл. туку континуирано влегуваат во сите пори на општеството. Секако, овие светли примери не се однесуваат на секоја земја во светот. 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 од

едукација, политика, спорт, музика и др. Во тие средини сè уште постои мислење дека жените се задолжени за домашните работи, а не за бизнис и незамисливо е жената да излезе од домашните и земјоделските работи.

2.2 Разлики меѓу мажите и жените претприемачи

Карактеристиките на успешни претпримачи повеќе им се препишуваат на мажите отколку на жените. Тие произлегуваат од традиционалното сфаќање дека претприемништвото е машка работа и мажите имаат поголемо работно искуство поради биолошките функции на жените (раѓањето и одгледувањето на деца), кое влијае на помалото образование и работно искуство.

Не треба да се мисли дека жените се помалку способни за бизнис од мажите. Заради тоа, ќе ги разгледаме разликите т.е. сличностите помеѓу женското и машкото претприемништво. Иако не постојат големи разлики меѓу мажите и жените претприемачи, ќе го разгледаме она што е најкарактеристично по што се издвојуваат жените претприемачи од мажите.

Од гледна точка на поголемо искуство во стартување на бизнис, мажите се сметаат за поiskusни при стартување на бизнисот и поседуваат поголеми очекувања. Постои и разлика во искуството во работа во различни сектори. Жените претприемачи имаат поголемо искуство во продажбата, личните услуги, учителството, а додека мажите претприемачи имаат подобро претприемачко искуство во индустријата, финансискиот менаџмент и во примена на модерните технологии.

Постои мислење дека жените се повнимателни од мажите кога е во прашање започнување на бизнис. 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 жени 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.

Наредна разлика е во поглед на образованието. 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 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. Овде може да се спомене и тоа дека жените значително повеќе читаат книги од мажите.

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 каде што 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.

Женските и машките претприемачи се разликуваат во начинот на кој тие ги финансираат нивните бизниси. Жените имаат поголеми бариери во однос на стекнувањето на 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 полесно, но сигурно да се интензивираат при промоција на женското 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. Мажите претприемачи преферираат да работат во производството, трговијата на големо, финансиските услуги. Исто така, жените претприемачи често се подршка на група на луѓе, било за пронаоѓање на работа или за други активности.

Во табела 1. се прикажани најзастапените индустрии на фирми водени од жени во САД во 2002 година, која што е земена за пример. Од самата табела

може да се забележи дека најголема застапеност на жени има во трговијата на мало, здравствените услуги, други услуги и сл.

Табела 1: Најзастапени индустрии на фирмите водени од жени во САД
Table 1: The most common industries of companies led by women in the U.S.

индустрии со најголем број на фирми водени од жени во САД	2002
здравствена заштита и социјална помош	16%
Други услуги(освен јавната администрација)	16%
трговија на мало	15%
професионални, научни и технички услуги	14%
административни услуги на управување со отпад	9%
недвижен имот, изнајмување и лизинг	8%
сите други видови на бизниси	22%

Извор: www2.census.gov

Во 2007 година, во САД, 45.9% од фирмите на жени работеле во поправка, одржување, перење, лични услуги, здравство и професионални, научни и технички услуги.⁸

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. Втора работа е желбата на жените да ја имаат контролата во свои раце на бизнисот што го поседуваат и го одржуваат на нивото кое им овозможува задоволство при работење. На пример, во САД бизнисите на жени во 2007 година оствариле приходи од 1190 билиони долари, во однос на фирмите на мажите кои оствариле приходи од 8508 билиони долари.

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.

Во разни истражувања е утврдено дека помеѓу половите не постојат разлики во поглед на желбата за успех, автономија, истражувањата, агесијата, независноста, конформизмот, сфаќањето на целта, самодовербата, раководењето и контролата.

⁸ www.census.gov

Жените по својата интелигенција, способност, снаодливости не заостануваат зад мажите. Има мислења дека жените не се доволно воинствени, меѓутоа и да се покаже како точна оваа констатација жените со упорноста и истрајноста можат да надоместат на борбениот дух. Некои типични женски особености, како што се способноста за соживување со туѓи проблеми, емоции, силно изразена 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. Докажано е дека жените полесно прифаќаат совети од мажите, како и обрнуваат внимание на детали.

Професорката по психологија од САД, Alice Eagly, која ги разработува разликите меѓу мажите и жените, наведува разлики во стиловите на лидерство меѓу бизнис мажи и бизнис жени и тоа:⁹

- Бизнис мажите се карактеризираат со следните стилови:
 - Ориентирани кон задачата;
 - Автократски;
 - Команда и контрола;
 - Ориентирани кон казна.
- Бизнис жените се карактеризираат со следните стилови:
 - Тимски играчи;
 - Демократски;
 - Трансформационо лидерство;
 - Ориентирани кон награда.

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

⁹ www.coaching-for-new-women-managers.com

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.

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

За мажите, да се биде претприемач е бизнис стратегија. Додека за жените, да се биде претприемач е животна стратегија.

Сепак и покрај наведените разлики меѓу мажи и жени претприемачи, не постојат големи разлики меѓу истите. Повеќето разлики произлегуваат од самото потенцирање дека постојат разлики меѓу мажи и жени претприемачи.

2.3 Начини на финансирање на женското претприемништво

Финансирањето е еден од основните елементи за успешен почеток и успешно водење на бизнисот. Економската сигурност е основниот и значаен услов за почеток на бизнис. Нема сомнение дека финансиската поддршка ја има клучната улога во поддршката и охрабрувањето на жените претприемачи. Финансиската поддршка значи повеќе разрешени проблеми и поголеми можности. Освен сопствените финансиски средства и финансиските средства од сопругот, значителен финансиски капитал од надворешни извори за жените претприемачи е област која заслужува поголемо внимание.

Во продолжение се наведени најважните формални извори за финансирање на женското претприемништво.¹⁰

Формални извори на финансирање

- Финансирање од банка

Традиционалното финансирање од банка е најобичниот извор на финансирање на жените претприемачи. И покрај тоа што се појавуваат нови

¹⁰ Women Entrepreneurs in SMEs, Realising the benefits of globalisation an the knowledge-based economy, Second OECD Conference, 2001

начини на финансирање, сепак банкарските системи на финансирање сè уште доминираат, посебно во Европа и Јапонија. 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. Главно е тоа што дискриминација на жените во врска со добивање на кредит е намалена, така што тие се третирали исто како и мажите. Друга значајна работа е тоа што освен што е потребно самата банка да им помогне на жените претприемачи, како и самите жени претприемачи да се едуцираат за можностите што им ги нудат банките.

Вработените во банките треба да имаат подеднаков однос кон женските бизнис клиенти и во некој случај да не се почувствува полова дискриминација.

- Микрофинансирање

Микрофинансиските институции се наредните кои се доста значајни за обезбедување на финансиска поддршка на жените претприемачи. Микрофинансиските шеми им нудат на жените претприемачи микрозаеми и други финансиски услуги, кои се поразлични и пофлексибилни од традиционалните банки. Во последните години овие шеми имаа голема поддршка од владите, интернационалните организации и др.

Микрофинансиските стратегии им помагаат на жените да ги остраниат пречките за кредит, како и им нудат различни решенија за финансиските проблеми со кои тие се соочуваат. Микрофинансиските шеми работат за потребите на малиот бизнис нудејќи мали заеми. Враќањето на овие заеми е пофлексибилно од традиционалните банкарски заеми, со подобри услови за отплата и поприфатливи каматни стапки.

Микрофинансиските програми овозможуваат разни програми и совети за бизнис работење. Со тие програми им се овозможува на жените претприемачи поуспешно водење на бизнисот, како и подготовка за да соработуваат со други финансиски институции. Со помош на овие микрофинансиски институции,

клиентите добиваат поголема можност да добијат полесно заеми од традиционалните банки.

- Финансиски капитал: ризичен капитал и "ангел" инвестиции

Финасирањето со помош на капитал значи да се продава сопствеништво од својот бизнис во замена на финансиски средства. Капиталното финансирање е возможно со помош на ангел инвеститорите, инвеститори со сопствен интерес и со помош на инвеститори кои се специјализирани за инвестирање.

Во последните години зголемено е учество на жените претприемачи на пазарот за капитал, како корисници, но и како инвеститори.

- Владини шеми на финасирање

Како доста значаен извор на финансирање на жените претприемачи се владините шеми на финансирање. Главно, тоа се програми кои се наменети за финансиска поддршка на женското претприемништво.

Некои земји им овозможуваат финансиска помош на жените претприемачи со цел да го охрабрат овој вид на претприемништво како дел од нивните стратегии за вработување. Овие програми се раширени ширум светот како резултат на големата невработеност со која се соочуваат голем број на земји во светот. Исто така, државните финансиски инструменти за жени претприемачи понекогаш се и во кооперација со приватните финансиски институции со цел да го зголемат финансискиот капитал на нивните бизниси.

Владите може да ја унапредуваат климата за финансирање на жените претприемачи. Тие може да преземаат акции за унапредување на основните услови за финансирање на жените претприемачи. Тие може да работат на зголемување на информациите за можности за финансирање.

Жените се соочени со предизвикот за изнаоѓање финансии за успешен старт и успешно водење на бизнисот. Освен сопствените финансиски средства, како личните заштеди, средства од семејството, потребни се и формалните извори на финансирање. Финансиските институции потребно е да ја проучат

жената и нејзиниот бизнис. Колку поедноставно доаѓаат до финансиски средства, толку повеќе ќе се промовира женското претприемништво. Со нивна промоцијата се овозможува жените да започнуваат бизнис и да се намали нивната стапката на невработеност и степенот на дискриминација. Независноста, самостојноста, упорноста ќе ја намалат дискриминацијата на жените во полето на бизнисот.

2.4 Бариери за женското претприемништво

Секој бизнис е предизвик. Секој бизнисмен се соочува со одредени бариери, но жените, се соочуваат со поголем број на бариери за разлика од 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 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 прави да бидат поразлични од мажите претприемачи. Почнувајќи од нивната фамилијарна одговорност, која се јавува како првична и основна, па потоа надоврзувајќи се на финансиските проблеми, недоволна подршка од одредени земји, полова дискриминација и др.

Бариерите за жените претприемачи се поделени во неколку групи и тоа:¹¹

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

¹¹ Promoting Entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy: towards a more responsible and inclusive globalisation, Women's Entrepreneurship: Issues and Policies, 2nd OECD Conference of ministers responsible for small and medium-sized enterprises (SMEs), Istanbul, Turkey, 3-5 June 2004

Основни бариери

Во основните бариери се разработени основните, односно општите бариери со кои се соочуваат жените претприемачи.

Недостаток на искуство. 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 високо образованите жени избираат други можности за кариера, отколку самовработувањето или претприемништвото. Претприемништвото е поврзано повеќе со неквалификувани жени и веќе богати жени. 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.

Недостаток на релевантни мрежи, асоцијации и општествена позиција. 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. 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.

Недостаток на богатство. 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.

Специфични бариери за старт за бизнис

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. Познато е дека жените потешко доаѓаат до финансии и поради половата дискриминација. Претходно констатиравме дека финансиските институции во многу случаи се скептични при доделување на кредити на жените претприемачи. И затоа може да заклучиме дека 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 да 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

Мажите и жените имаат различни особини во поглед на управувањето на фирмата. Поради различните размислувања кои постојат кај клиентите, банките, добавувачите, вработените, дека менаџерските способности се препишуваат на мажите, жените се соочуваат со проблеми и пречки при управување на фирмата. Сите претходно наведени 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.

Специфични бариери за раст на фирмата

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. Меѓутоа, не смее да се каже дека и жените претприемачи не постигнуваат раст на фирмите. Постојат голем број на успешни фирми водени од жени.

2.4.1 Политики за развој за женското претприемништво

Кога зборуваме за политика за развој мислиме на поддршка за подобра афирмација на одредена област. Претходно се разработени најчестите бариери со кои се соочуваат жените претприемачи. Овој дел е наменет за да ги разгледаме политиките кои се употребуваат со цел да се намалат тие бариери и проблеми. Пред да се работи на промоција на политиките потребно е да се открие улогата на женското претприемништво во економијата. Пред сè, основната улога и резултат што го нуди женското претприемништво е креирање на работни места за самите себе и за другите, како и зголемување на степенот на самодоверба и независност на жените.

Клучните политики, кои се препорачуваат, претставуваат обврска на целото општество, почнувајќи од самиот народ и завршувајќи со Владата. Како позначајни ги издвоивме следните политики за развој на женското претприемништво:

- 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.
- Слушни го гласот на жените претприемачи. Создавање на владини канцеларии наменети за жени претприемачи е еден начин да се оствари ова. 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.

- 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.
- 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.
- Еднакви можности на жените и намалување на половата дискриминација.
- Зголемување на образованието на жените и намалување на нивната неписменоста.

Може да констатираме дека политиките за развој 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.

2.5 Мега компании основани од жени

Жените полека, но сигурно навлегуваат во полето на бизнисот. Реалноста преплавена од успешните примери покажува дека жените можат успешно да ја играат улогата на претприемач. Бизнисот, денес, бара присуство на голема интуиција, талент, информации, амбициозност, знаење. Сите тие особини се својствени за жените.

Секојдневно слушаме, читаме, гледаме за успехот на жените во бизнисот, за нивните фирми кои го достигнале врвот. Тие сè повеќе основаат и водат

успешни и големи компании меѓу кои се и следните мега компании кои оставиле голем впечаток.¹²

1. **Flower Films** – Основана во 1995 година од страна на Drew Barrymore и Nancy Juvonen. Flower Films има заработка повеќе од 870 милиони долари ширум светот, и продуцираше хитови како што се Never Been Kissed (нивниот прв филм), Charlie's Angels, Donny Darko и Fifty First Dates. Кога го започнале бизнисот, немале никакво искуство со продукција, а денес се моќни во забавната индустрија .
2. **The Baby Einstein Company** – Julie Aigner-Clark ја основа својата компанија во 1997 година од својата дневна соба, промовирајќи ги првите Baby Einstein видеа за бебиња и деца, при што заработи 10 милиони долари за помалку од 3 години. Една година подоцна, компанијата Walt Disney ја купи Baby Einstein за непозната сума на пари.
3. **PC Connection** – Во 1982 година, Patricia Gallup заедно со својот бизнис партнер David Hall, преку заедничко вложување од 80000 долари, ја формираа компанијата PC Connection. Денес, компанијата е на листата Fortune 1000 company, со годишни приходи од преку 1 милијарда долари.
4. **Discovery Toys** – Lane Nemeth, поранешна учителка, ја основала својата компанија во 1978 година, со 5000 долари, кои ги позајмила од својата баба. Таа регрутирала образовни консултанти, кои биле задолжени за продавање детски играчки, книги, софтвер по домовите. Компанијата имала продажба од преку 100 милиони долари, а во 1997 година е превземена од страна на Avon Products, Inc. Пет години подоцна, Nemeth ја основа Petlane, компанија која ги има истите принципи на работа, но производите се за домашни миленичиња.
5. **Omega World Travel** – Основана во 1972 година, од страна на Gloria Bohan, и претставува 4-та најголема туристичка агенција во САД.

¹² By Mike Michalowicz, Author of The Toilet Paper Entrepreneur

Со заработка од 1,2 милијарди долари годишно не е чудно што Bohan се наоѓа во листата на славни и успешни жени.

2.6 Успех и неуспех на жените претприемачи

За успешно започнување и водење на мал бизнис не е доволно само нешто да се знае да се работи, како и да имате некаков простор во кој можете да работите. Потребно е да се има бизнис идеи, и да се утврди дали за вашиот производ, услуга постои пазар, односно потенцијални купувачи. Ако некој производ или услуга нема доволен број на купувачи и ако не може да се покријат работните трошоци, без при тоа да се оствари профит, од таквиот бизнис треба веднаш да се откажете. Многумина немаат визија за тоа по кој пат треба да одат и каде нивниот бизнис треба да се најде за неколку години. За да се предупредат на многубројните ризици, мора да се има јасна идеја за она што треба да се работи и да се предвиди што може да се очекува во наредниот период. Таквиот пристап кон работа ќе му помогне на вашиот бизнис да успее. Пред сè, да успее некој бизнис, потребно е следното:

- Талент на претприемништво – талентот за претприемаништво е основно нешто што е потребно за започнување и водење на мал бизнис.
- Претприемачки квалитети – интелигенцијата, мотивација, потребата за самостојност, желбата за предизвици, визија и др.
- Бизнис план – документ со кој треба да се докаже економската оправданост на одредени вложување, во кој се презентира анализата на реалните развојни можности, со кој се врши анализа на пазарот и најважното е да се гледа исплатливоста и профитабилноста на некој проект.

Пред започнување на некој бизнис, добро е да се утврди дали се поседува барем некои од претходно наведените квалитети. Затоа, подобро е на време да се откажете од нешто што нема големи можности за успех, отколку да се изгуби време, пари, илузии. Исто така, успехот на нашиот бизнис не зависи само од нашите способности и квалитети, туку и од целиот систем, односно од

надворешното окружување. Доколку се успее, освен материјалната сигурност се задоволуваат и сопствените потреби за самоактуализација.

Претходно наведеното се однесува за сите претприемачи, без разлика на полот. Често пати се поставува прашањето на опстанок на претпријатијата. Според понови истражувања утврдено е дека дури 50% од претпријатијата не го доживуваат ни првиот роденден. Статистичките податоци за стапката на опстанок на бизнисите на жени покажуваат дека бизнисите водени од жени се карактеризираат со пониски стапки на опстанок, преживување во однос на бизнисите водени од мажи, но сепак разликите не се значителни.

Врз основа на студиите на GEM 2009 направени од истражувања низ 54 земја (поделени на земји со низок/среден доход и земји со висок доход), утврдено е дека стравот од неуспех на бизнисот е поголем кај жените во сите земји во однос на мажите. Исто така, утврдено е дека не постои разлика меѓу стапките на опстанок на бизнисите водени од жени и мажи во земјите со висок доход.

Како пример за опстанок на женските претпријатија е табелата што следува каде се прикажани стапките на опстанок на приватниот бизнис на мажи и жени за 2002-2006 во САД. Од табела 2. може да се забележи дека фирмите во сопственост на мажи имаат повиски стапки на опстанок за разлика од стапките на опстанок на фирмите на жени. Сепак, разлика меѓу стапките на опстанок на двата пола не е значителна.

Табела 2: Стапки на опстанок на приватниот бизнис (мажи и жени) за 2002-2006 во САД

Table 2: Survival rates of business (men and women) 2002-2006, U.S.

стапки на опстанок на приватниот бизнис по пол 2002-2006 (%) во САД	
Вкупно	70
фирми во сопственост на жени	66
фирми во сопственост на мажи	72

Извор: www2.census.gov

Како причини за пониските стапки на опстанок и поголем страв за неуспех на жените е бизнис секторот во кој работат жените, недостатокот на финансиски средства, недостаток на искуство и недостаток на тренинг. Жените започнуваат бизнис со помали инвестиции, главно во личните услуги и

трговијата на мало. Односно, тие се застапени во бизниси кои имаат поголеми стапки на пропаст. Сепак потребно е да се спомене дека денес сè повеќе се намалуваат тие стапки на пропаст.

Може да се заклучи дека жените претприемачи со својот успех се знак за едно ново и модерно време на живеење. Доколку во минато жената не била во подеднаква положба со мажот денес жените интензивно го зголемуваат степенот на образование, се унапредуваат во кариерата и успешно се справуваат со работата во машките сектори. Како мажите, така и жените успешно и гордо се носат со називот претприемач. Потребно е да се разбере потребата од поголема афирмација на жените во полето на бизнисот, бидејќи со тоа ќе се отворат портите на едно модерно општество со минимална полова дискриминација, каде жените ќе можат слободно да се унапредуваат во својата кариера. Жените сами се ставаат во потчинета положба, мислејќи дека мажите се подобри раководители од нив. Најголема препрека за жените во нивните деловни постигнувања и кариерата е ниското ниво на самодоверба и големиот страв од грешки. Тие треба да го променат мислењето за себе, за да можат и мажите да го направат тоа и да почнат да гледаат на нив како на "рамноправни на себе".

3. Етнички состав на жените претприемачи

Културата е комплексна целина која во себе ги вклучува знаењето, верувањето, уметноста, моралот, законите, обичаите и други способности со кои луѓето се здобиле како членови на општеството. Вредностите и нормите претставуваат централни компоненти за една култура. Вредностите се апстрактни идеали за она за што општеството верува дека е добро, исправно и пожелно. Нормите се општествени правила и насоки кои пропишуваат соодветно однесување во одредени ситуации. Културата за една земја има влијание на водењето на бизнис во таа земја. Народните обичаи се различни во различни земји. Тие налагаат посебен начин на однесување на бизнисмените, било мажи или жени, во одредени земји. На пример, бизнисмените во САД и европските култури како Германија и Велика Британија се многу одговори во врска со распоредувањето на нивното време и брзо се иритираат поради доцнење на состанок или ги оставаат чекаат долго време. Нивното размислување е дека времето е пари. Од друга страна, во арапската, латинската и медитеранската култура, држењето до распоред се смета за помалку важно, отколку завршена интеракција со луѓето, односно информациите добиени од таа интеракција се поважни отколку определеното држење по распоред.¹³

Во однос на позициите на жените, разочарувачки е да се види дека глобалното учество на жените во повисокото раководство не покажува знаци на пораст. Се чини дека жените менаџери го носат товарот од глобалната економска криза и повеќето компании на клучни позиции поставуваат мажи. Според последните истражување во почетокот на 2011 година на „Гранд Торнтон интернешнл“ 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 позиции.¹⁴

Во продолжение одделно се разгледани состојбите за жените претприемачи во различни земји и региони.

¹³ "Меѓународен бизнис", Чарлс В.Л.Хил, македонско издание, Скопје, 2010

¹⁴ Дневник, 22 март 2011, стр.9

3.1 Жените претприемачи со САД и Канада

На почетокот на шеесетите години од минатиот век, идејата дека жените би можеле да имаат високи позиции во менаџментот во големите корпорации или пак да основаат компании не било општоприфатливо. Реткост беше да се сретне жена успешна на тоа поле. Доколку во минатото се гледаше со потсмев на таквите размислувања и идеи, денес, таквата иницијатива на жените е реалност. Денес, американската култура се измени. 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.¹⁵

Пред да ја разгледаме улогата на жената претприемач во американското општество, накратко ќе се свртиме на влијанието на религијата врз претприемништвото во САД.

Влијанието на христијанството врз бизнисот во САД го обликуваат односот кон работата и претприемништвото. Приближно 20% од луѓето во светот се идентификуваат себе си како Христијани, каде мнозинството Христијани живеат во Европа, САД, а нивниот број расте и во Африка. САД и некои земји од Западна Европа се со силна протестантска традиција, која ја нагласува важноста на вредното работење, создавањето на богатството и штедливоста. Преку овој систем на вредности, протестантската традиција покажува и налага висока претприемничка активност и се смета дека нациите со оваа традиција како САД и некои европски земји биле рани предводници во индустриската револуција. Исто така и нациите со католичките и православните мнозинства покажуваат значителна и одржана претприемничка активност и економски раст. Некои социолози тврделе дека од трите главните гранки на христијанството, протестантската има најзначајни економски импликации.¹⁶

Во САД постојат нови верувања дека жените се подобри претприемачи од мажите.¹⁷ Познато е дека бизнисите водени од жени се во пораст. Според статистиките на Американското министерство за труд, женското учество во работната сила беше помалку од 40% во 1960 година, но се предвидува дека ќе достигне до 62% до 2015 година. Статистичките податоци зборуваат дека

¹⁵ "Меѓународен бизнис", Чарлс В.Л.Хил, македонско издание, Скопје, 2010

¹⁶ "Меѓународен бизнис", Чарлс В.Л.Хил, македонско издание, Скопје, 2010

¹⁷ <http://www.inc.com/encyclopedia/women-entrepreneurs.html>

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 жени. Според последниот попис во 2007 година има 7.8 милиони фирми во сопственост на жени.¹⁸ 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%.

Жените во САД заземаат 4% од водечките позиции, што претставува многу мал процент.

Интересна е класификација на „Форбс“ за најдобро платените професии за жени во САД во 2010. При истражувањето за утврдување најдобро платени професии за жени, утврдено е дека мажите сè уште заработуваат 20% повеќе од жените. Во продолжение се наведени најдобро платените професии на жени.¹⁹

1. Директор на компанија

Неделна плата: 1 533 долари

Годишен доход: 81 000 долари

Процент на жени на таа должност: 24%

2. Фармацевт

Неделна плата: 1 475 долари

Годишен доход: 76 500 долари

Процент на жени на таа должност: 43%

3. Адвокат

Неделна плата: 1 449 долари

Годишен доход: 75 500 долари

Процент на жени на таа должност: 37%

4. Менаџер на компјутерски и информациски системи

Неделна плата: 1 411 долари

Годишен доход: 73 500 долари

¹⁸ <http://www.census.gov/>

¹⁹ http://www.vidivaka.com/index.php?option=com_content&view=article&id=736:2010-05-06-12-35-36&catid=48:personal-finance&Itemid=78

Процент на жени на таа должност: 28%

5. Компјутерски софтверни инженери

Неделна плата: 1 311 долари

Годишен доход: 68 000 долари

Процент на жени на таа должност: 21%

6. Лекари и хирурзи

Неделна плата: 1 228 долари

Годишен доход: 64 000 долари

Процент на жени на таа должност: 34%

Најниско платените работни места, според неделната плата, се позиционирани кај услугите – чистачки (362 долари), келнерки (363 долари), бибисистерки (364 долари) и слугинки (371 долари). Не само што овие работни места се најниско платени, туку најголемиот број вработени на ова поле се жени.²⁰

Популација во САД од аспект на полот е речиси изедначена низ еден подолг временски период (1960-2008), тоа може да го заклучиме од следната табела. Жените заземаат повеќе од 50% од американската популација.

Табела 1: Процент на женска популација во САД
Table 1: Percentage of female population in the U.S.

Година	процент на женска популација
1960	50,5088567
1970	50,926678
1980	50,9946268
1990	50,9536435
2000	50,8122444
2008	50,6836875

Извор: data.worldbank.org

Пред да ја разгледаме застапеноста на бизнисите во сопственост на жени, ќе разгледаме некои статистички податоци за подобро разбирање на положбата на американската жена. Процентот на застапеноста на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години во САД низ периодот 1980-2008 е прикажан во табела 2., од каде може да се забележи дека тој процентот има растечки тренд и се движи над 50% низ целиот период, што претставува поволен податок за учеството на жените во работната сила.

²⁰ <http://money.mnogoo.mk/mk/articles/Rabota/najdobro-plateni-profesii-za-zheni>

Табела 2: Процент на застапеност на жени во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години во САД

Table 2: Percentage of representation of women in the workforce in total female population over 15 years in the U.S.

1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
51,1	51,7	52,2	52,5	53,2	54,1	54,9	55,6	56,2	57	56,9
1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
56,7	57,2	57,3	58,2	58,4	58,7	59,2	59,3	59,4	59,5	59,3
2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008				
59	58,9	58,5	58,6	58,7	58,6	58,9				

Извор: data.worldbank.org

Во табела 3. е прикажан процентот на невработеност на жени од вкупниот број на женската работна сила, кој тежнее кон опаѓање низ временски период 1980-2008.

Табела 3: Процентот на невработеност на жени од вкупниот број на женската работна сила

Table 3: Percentage of unemployment of women in total female labor force

Година	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
процент на невработеност на жени од вкупниот број на женска работна сила	7,4	7,4	5,5	5,6	4,1	5,1	4,6	4,5	5,4

Извор: data.worldbank.org

Во врска со образованието во САД податоците покажуваат дека до 2010 година има 1,42 жени на еден маж со ВСС диплома, како и 1,51 жени на еден маж со завршен МБА.

Во табела 4. е прикажан процентот на вклученоста на мажите и жените во трите основни степени на образование од каде може да се заклучи дека вклученоста во сите нивоа на образование кај мажи и жени се зголемува низ подолг временски период (1960-2007). Мажите и жените речиси подеднакво се вклучени во образованието низ целиот период. Жените во поголем степен се вклучени во високото образование во последните години.

Табела 4: Процентот на вклученоста на мажите и жените во трите основни степени на образование

Table 4: Percentage of the involvement of men and women in three basic levels of education

год	сите нивоа на образование			основно образование			средно училиште			високо образование		
	вкупно	мажи	жени	вкупно	мажи	жени	вкупно	мажи	жени	вкупно	мажи	жени
1960	46,3	24,2	22,0	32,4	16,7	15,7	10,2	5,2	5,1	3,6	2,3	1,2
1970	60,4	31,4	28,9	37,1	19,0	18,1	14,7	7,4	7,3	7,4	4,4	3,0
1980	58,6	29,6	29,1	30,6	15,8	14,9	14,6	7,3	7,3	11,4	5,4	6,0
1990	63,0	31,5	31,5	33,2	17,1	16,0	12,8	6,5	6,4	13,6	6,2	7,4
1995	69,8	35,0	34,8	35,7	18,3	17,4	15,0	7,7	7,3	14,7	6,7	8,0
2000	72,2	35,8	36,4	36,7	18,9	17,9	15,8	8,1	7,7	15,3	6,7	8,6
2001	73,1	36,3	36,9	36,9	19,0	17,9	16,1	8,2	7,8	15,9	6,9	9,0
2002	74,0	36,8	37,3	36,7	18,9	17,8	16,4	8,3	8,0	16,5	7,2	9,3
2003	74,9	37,3	37,6	36,3	18,7	17,6	17,1	8,6	8,4	16,6	7,3	9,3
2004	75,5	37,4	38,0	36,5	19,0	17,6	16,8	8,4	8,4	17,4	7,6	9,8
2005	75,8	37,4	38,4	36,4	18,6	17,7	17,4	8,9	8,5	17,5	7,5	9,9
2006	75,2	37,2	38,0	36,1	18,5	17,6	17,1	8,8	8,4	17,2	7,5	9,7
2007	76,0	37,6	38,4	36,3	18,6	17,7	17,1	8,8	8,3	18,0	7,8	10,1

Извор: www.census.gov

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.²¹

Бројот на бизниси во сопственост на жени низ еден подолг период во САД е прикажан во табела 5., од каде може да се заклучи дека за период од 20 години, тој број 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.

Табела 5: Бизниси во сопственост на жени во САД

Table 5: Businesses owned by women in the U.S.

Година	бизниси во сопственост на жени				
	1987	1992	1997	2002	2007
САД	4.114.787	5.888.883	5.417.034	6.489.259	7.793.425

Извор: www.census.gov

²¹ <http://biznis24.com.mk/biznis24mk/comment/reply/13193>

Во табела 6. е прикажано учеството на различните раси и етнички групи кај фирмите водени од жени и мажи во САД. Како најголемо учество во бизнисите водени од „жените во боја“ имаат Афроамериканките и Шпанолките, а потоа следуваат жените од азиско потекло.

Табела 6: Учеството на различните раси и етнички групи кај фирмите водени од жени и мажи во САД

Table 6: Participation of different races and ethnic groups in companies led by women and men in the U.S.

етничка припадност на сопственикот на фирмата	2002-број на бизниси во сопственост на:				1997-број на бизниси во сопственост на :			
	жени	мажи	мажи и жени	вкупно	жени	мажи	мажи и жени	вкупно
Вкупно	6492795	13185703	2691722	22370220	5417034	11374194	3641263	20821934
Шпанолки	540909	921963	111287	1574159	337708	666486	195702	1199896
Бели	5580524	11916049	2398250	19894823	4487589	9689012	3140196	17316796
Афро-американки	547341	571670	78978	1197989	312884	443643	66972	823499
Домородци	79637	119567	6922	206126	53593	106872	36836	197300
Азијки	340556	641032	123740	1105328	242202	487329	164059	893590
Од пацифички острови	11 673	18189	2437	32299	5764	10129	3476	19370
процентуално учество								
Вкупно	29	59	12		26	55	17	
Шпанолки	34	59	7		28	56	16	
Бели	28	60	12		26	56	18	
Афро-американки	46	48	7		38	54	8	
Домородци	39	58	3		27	54	19	
Азијки	31	58	11		27	55	18	
од пацифички острови	36	56	8		30	52	18	

Извор: Women in Business: A Demographic Review of Women's Business Ownership, Office of Advocacy U.S. Small Business Administration, August 2006

Од аспект на учеството на различните раси и етнички групи можеме да кажеме дека голем број од бизнисите се водени од „жените во боја“. Бизнисите водени од „жените во боја“ пораснале за 120% за периодот 1997-2006, за разлика од бизнисите водени од „мажите во боја“ кои пораснале само 68%. Главно, „жените во боја“ претставуваат околу 40% од сите фирми водени од индивидуи во боја.

Во табела 7. се прикажани стапката на опстанок, стапката на проширување и стапката на контракција на претпријатијата во сопственост на жени, од аспект на етничкиот состав, со процентуалните промени во фирмите во 1997-1998, 1997-1999, 1997-2000.

Од табелата може да се забележи дека стапката на опстанок е висока кај сите етнички групи, што значи овие претпријатија тендираат кон успешно работење и опстануваат на пазарот.

Табела 7: Стапка на опстанок, стапка на проширување и стапка на контракција на претпријатијата во сопственост на жени, од аспект на етничкиот состав

Table 7: Rate of survival, rate of expansion and rate of contraction of businesses owned by women, by ethnicity

Период	вкупен број на жени			Афро-американски жени			жените од азиските и пацифичките земји			жените од индијанско потекло и Алјаска			жените од шпанско потекло		
	A	Б	В	A	Б	В	A	Б	В	A	Б	В	A	Б	В
стапка на опстанок	91	83	75	88	77	68	92	85	77	92	85	75	91	82	73
стапка на проширување	33	33	31	34	30	29	36	35	34	40	36	29	33	32	31
стапка на контракција	23	24	23	23	24	21	22	26	22	25	23	21	21	22	20
A=1997-1998, Б=1997-1999, В=1997-2000															

Извор: Women in Business: A Demographic Review of Women's Business Ownership, Office of Advocacy U.S. Small Business Administration, August 2006

Гледано од аспект на географските карактеристики, односно по застапеноста на жените претприемачи во државите во САД, врз основа на статистичките податоци во табела 8., Калифорнија има најголем број на претпријатија во сопственост и водени од жени речиси низ целиот период 1987-2007. Потоа следуваат Њујорк, Тексас, Флорида по број на претпријатија во сопственост на жени. Наредно што може да се заклучи од табелата е дека кај сите американски земји имаме пораст на бизнисите во сопственост на жени.

Табела 8: Застапеноста на фирми водени од жени по држави во САД
 Table 8: Representation of companies led by women on the U.S. states

	БИЗНИСИ ВО СОПСТВЕНОСТ НА ЖЕНИ				
	1987	1992	1997	2002	2007
САД	4.114.787	5.888.883	5.417.034	6.489.259	7.793.425
Алабама	48.018	71.466	69.515	81.821	107.531
Алјаска	13.976	19.380	16.633	16.308	17.821
Аризона	60.567	93.300	88.780	109.748	138.146
Арканзас	35.469	50.440	42.581	49.618	58.604
Калифорнија	559.821	801.487	700.513	870.496	1.039.642
Колорадо	89.411	121.659	114.807	135.220	160.058
Конектикат	60.924	79.931	72.393	82.118	93.521
Делавер	9.727	14.904	13.992	15.344	19.431
Колумбија	10.987	14.599	13.979	15.675	19.283
Флорида	221.361	352.048	337.811	437.355	581.026
Џорџија	88.050	143.045	145.576	196.195	278.250
Хаваи	21.696	29.743	25.807	29.943	37.391
Ајдахо	18.973	29.946	25.763	28.824	35.595
Илиноис	177.057	250.613	239.725	284.954	343.151
Индијана	89.949	125.411	107.082	118.857	129.523
Ајова	53.592	71.040	57.527	63.821	66.285
Канзас	53.505	66.429	54.638	59.635	65.252
Кентаки	53.454	74.280	65.965	77.159	86.464
Луизијана	55.852	76.849	70.550	86.876	102.734
Мејн	23.922	35.260	30.598	32.512	38.510
Мериленд	81.891	121.777	115.801	137.410	172.221
Масачусетс	111.376	147.572	142.661	161.918	178.178
Мичиген	133.958	193.820	184.590	217.673	248.351
Минесота	88.137	124.143	108.417	123.905	133.141
Мисисипи	28.976	40.879	38.321	47.102	60.849
Мисури	87.658	117.885	103.626	120.443	130.749
Монтана	17.747	25.310	22.404	24.519	28.127
Небреска	32.285	43.637	33.469	38.679	41.003
Невада	18.831	32.430	33.311	47.675	63.363
Њу Хемпшир	22.713	31.492	27.265	31.024	35.633
Њу Џерси	117.373	164.798	155.345	185.197	213.284
Њу Мексико	25.397	40.636	38.706	42.254	49.840
Њујорк	284.912	395.944	394.014	505.077	594.447
Северна Каролина	93.532	142.516	139.900	173.874	225.503
Северна Дакота	12.689	15.355	12.417	13.203	15.246
Охајо	154.084	224.693	205.044	229.972	249.083
Оклахома	63.690	82.894	67.481	75.025	84.359
Орегон	58.941	87.970	80.543	88.317	103.612
Пенсилванија	167.362	227.500	202.990	227.117	265.083
Род Ајленд	14.517	21.353	19.886	23.195	26.456
Јужна Каролина	42.604	64.812	64.232	76.831	99.468
Јужна Дакота	13.374	18.215	14.121	15.573	17.083
Тенеси	67.448	101.134	99.772	117.935	141.396
Тексас	298.138	414.179	381.453	468.705	610.279
Јута	29.810	45.626	41.991	48.475	61.463
Вермонт	13.802	21.033	17.030	18.989	20.463
Вирџинија	94.416	138.494	132.219	157.030	192.236
Вашингтон	90.285	136.337	123.042	137.394	158.093
Западна Вирџинија	22.549	30.644	30.231	31.301	33.797
Висконсин	69.185	99.357	89.284	104.170	112.373
Вајоминг	10.796	14.617	11.148	12.945	15.604

Извор: www.census.gov

Во табела 9. се прикажани петте градови во САД со најголем број на претпријатија водени од жени во 2002 година и 2007 година. Може да се забележи дека нема промена во однос на градовите со најголем број на претпријатија водени од жени во споредуваните години. На врвот се наоѓаат Њујорк, Лос Анџелес, Чикаго, Хјустон и Сан Диего.

Табела 9: Градови во САД со најголем број на фирми водени од жени во 2002 година и 2007 година

Table 9: U.S. cities with the largest number of firms run by women in 2002 and 2007

град	вкупен број на фирми во сопственост на жени во 2002		вкупен број на фирми во сопственост на жени во 2007
	фирми (вкупен број)	приход (милиони долари)	фирми (вкупен број)
Њујорк	251.021	34.429	305.145
Лос Анџелес	117.713	15.705	136.626
Чикаго	68.580	9.265	92.132
Хјустон	51.564	10.632	63.435
Сан Диего	32.513	5.057	40.025

Извор: www2.census.gov

Од аспект на сите големини на приходи на фирмите на жени во 1997-2002 имаме раст на приходите со просечна стапка од 19.8%.

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.

Како главен проблем во работењето е финансирањето. За да се надмине овој проблем во САД постојат специјализирани оддели во банките кои се задолжени за финансирање на жените претприемачи. Во САД за да се елиминираат пречките на жените во пристап на капитал се развиени и повеќе програми за заеми и кредити. Постојат и непрофитни организации кои ги финансираат потребите на жените за отпочнување и развој на бизнисот, при што се нудат краткорочни заеми.

За жените кои сакаат да започнат бизнис, или за оние жени кои сакаат нивниот бизнис да оди на повисоко ниво, постои потреба од професионална поддршка. Постојат голем број на асоцијации во САД кои нудат поддршка за жените кои започнуваат и водат бизнис, некои од нив се следните:²²

- American Association of University Women
- American Business Women's Association
- Asian Women in Business
- Association of Women in International Trade
- Association of Women's Business Centers (AWBC)
- Athena Foundation
- Business and Professional Women/USA
- Center for Women's Leadership
- Committee of 200
- Commonwealth Institute
- Digital Women
- eWomenNetwork
- Graduate Women in Business
- National Association of Women Business Owners
- Women Impacting Public Policy, Inc.
- Women Presidents' Organization
- Women's Business Enterprise National Council
- Women's Exchange, Inc.
- Worldwit.org
- U.S. Women's Chamber of Commerce
- Women's Business Exchange—WBE

Бројот на жените претприемачи бележи пораст во економијата на Канада. Тие сè повеќе продолжуваат да го избираат претприемништвото како нивна кариера. Жените претприемачи се сопственици на околу 45% мали и средни претпријатија во Канада во 2000 година, а додека во 2007 година процентот на жени сопственици на мали и средни претпријатија се зголемува и над 47%.²³

²² <http://www.business-ownermagazine.com/2010/03/women-owned-businesses/>

²³ "Key Small Business financing statistics", SME Financing Data Initiative, Government of Canada, December 2009

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%).

Во наредната табела 10. е прикажан историски преглед на самовработување на мажи и жени. Од табела може да се забележи дека од 1981 година, па до 2009 година, самовработувањето на жените пораснало речиси за 100%.

Табела 10: Историски преглед на самовработување на мажи и жени во Канада
Table 10: Historical overview of employment of men and women in Canada

самовработување-историски преглед (во илјади)			
година	вкупно	мажи	жени
1981	1,425.2	1,020.6	404.6
1985	1,662.7	1,148.8	513.9
1990	1,836.6	1,263.6	573.0
1995	2,083.1	1,381.8	701.3
2000	2,373.7	1,538.7	835.1
2001	2,276.7	1,503.3	773.4
2002	2,314.5	1,499.7	814.7
2003	2,401.8	1,571.1	830.7
2004	2,453.4	1,614.5	838.9
2005	2,511.6	1,645.6	866.0
2006	2,498.0	1,621.4	876.6
2007	2,615.0	1,703.2	911.9
2008	2,629.6	1,719.7	909.9
2009	2,701.7	1,742.3	959.4

Извор: www40.statcan.gc.ca

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. Во периодот од 1990-2003 бројот на жени претпримачи се зголемил од 27% на 33%. 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. 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.

Од аспект на регионалната распространетост на малите и средните претпријатија водени од жени, Алберта и Онтарио имаат најголем број на претпријатијата во сопственост на жени. Ова е прикажано во табела 11. и се однесува за 2007 година.

Табела 11: Распространетост на малите и средните претпријатија водени од жени во Канада во 2007 година

Table 11: Distribution of small and medium enterprises run by women in Canada in 2007

Регион	вкупниот број на МСП (%)	делумно или целосно МСП на жени (%)
Канада	100	47
Атлантските Провинции	6	6
Квебек	20	15
Онтарио	37	38
Алберта, Манитоба и Саскачеван	22	26
Британска Колумбија	15	15
Северозападни Територии, Нунавут и Јукон	0.2	-

Извор: “Key Small Business financing statistics”, SME Financing Data Initiative, Government of Canada, December 2009

Кога зборуваме за Канада потребно е да ги споменеме и Абориџините. Бизнисите водени од Абориџините претставуваат околу 2% од вкупниот број на мали и средни претпријатија во Канада. Жените играат голема улога во бизнисите на Абориџините, со што со 51% од бизнисите водени од Абориџините се во сопственост на жени.

Во Канада и САД пензиските фондови претставуваат важни извори на инвестирање за остварување социјални цели и за намалување на сиромаштијата. Во Канада, во 1998 година, Ројал банка почна со микрокредитен систем за женски бизниси.

3.2 Жените претприемачи во Азија

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. 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 најразвиени технологии кои се извозно ориентирани.

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 создавање на богатство, како протестанизмот. Традиционалните хинду вредности нагласуваат дека поединците треба да се ценат според нивните духовни постигнувања. Поради нагласокот на аскетскиот²⁴ 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.²⁵

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, и покрај глобалната рецесија.²⁶ Глобално, во само 8% од компаниите, на чело на истите се жени, додека во азиските земји како Тајланд тој процент е дури 30%, во Кина е 19%, во Тајван е 18% и во Виетнам е 16%, што покажува дека во Азија и покрај традиционалните

²⁴ Аскетски начин на живот е доброволно и свесно самоодрекување од материјални, телесни и други потреби поради религиозните и духовните вредности.

²⁵ "Меѓународен бизнис", Чарлс В.Л.Хил, македонско издание, Скопје, 2010

²⁶ <http://www.vecer.com.mk/?ItemID=6E595E9F224BD747BB2DB82C7E95B84E>

економии, имаме економии каде жената ја унапредува својата улога во општеството.²⁷

Во табела 12. е прикажан процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години во некои азиски земји.

Табела 12: Процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години во Азија

Table 12: Percentage of participation of women in the workforce in the total female population (+15) in Asia

процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години									
	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
Авганистан	34	33,1	32,4	31,6	31,3	32	32,3	32,6	33
Бутан	54	49,1	45,1	36,1	36,9	47,7	49,2	50,3	51,2
Кина	71	71,6	73	72,3	70,9	68,5	68,1	67,8	67,5
Индија	32,6	33,2	34	34,5	33	32,4	32,6	32,8	33,1
Индонезија	44	43,4	50,3	49,4	50,6	50,6	51,1	51,5	52
Иран	19,5	19,6	21,6	25,9	28,5	30,8	30,9	31,1	31,2
Ирак	9,8	10,4	10,9	11,7	12,6	13,4	13,4	13,4	13,3
Јапонија	47,6	48,6	50,1	50	49,2	48,4	48,4	48,6	48,6
Северна Кореја	55,6	54,5	55,4	54,9	53,8	54,4	54,5	54,6	54,7
Јужна Кореја	43,6	42,7	47,1	48,5	48,9	50	50,2	50,2	49,9
Малезија	41,4	41,5	43	42,5	44,3	44,2	44,1	44,1	44,1
Пакистан	11,7	11,6	13,5	12,5	16,1	19,4	20,9	21,1	21,2
Тајланд	75,5	75,6	75,1	66,3	66,1	66,2	65,2	65,8	65,9
Виетнам	74,2	73,9	73,7	73,3	69,5	68,5	68,3	68,2	68,2

Извор: data.worldbank.org

Според податоците на Светската банка за процентот на партиципација на жените во работната сила во Азија од вкупниот број на женска популација (+15 години), прикажани во претходната табела, 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.

Во табела 13. се прикажани азиските земји и пресметките на United Nations statistics (Unstat) за жените како работници, работодавци, работници за сопствена сметка и фамилијарни работници. Од табелата може да се забележи дека жените во азиските земји во голем степен учествуваат како работници, додека како работодавци нивното учество е минимално.

²⁷ <http://www.press24.mk/story/biznis/se-pomalku-zheni-menadzerki>

Табела 13: Дистрибуција на вработеното население по статус на вработување, 2004–2007, во Азија

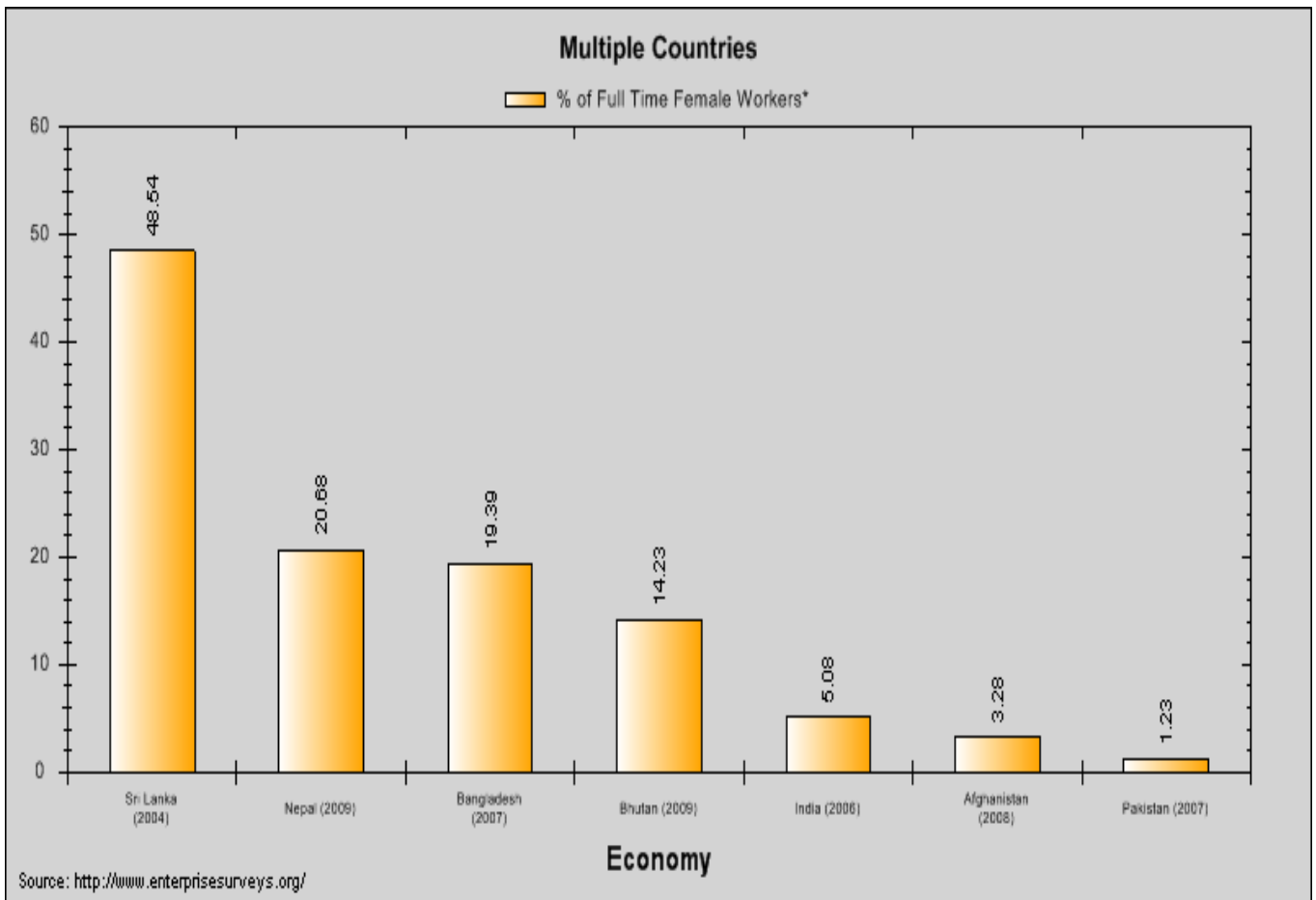
Table 13: Distribution of employed population by employment status, 2004-2007, in Asia

Земја	дистрибуција на вработеното население по статус на вработување, 2004–2007, (жени) (%)			
	работници	работодавци	работници за сопствена сметка	фамилијарни работници
Азија				
Азербејџан	32,7	1,3	66,0	—
Бангладеш	11,7	0,1	26,4	60,1
Бутан	18,0	0,7	23,9	51,7
Кина, Хонг Конг	94,0	1,7	3,2	1,1
Кина, Макао	94,6	1,5	2,5	1,4
Кипар	86,8	1,8	8,7	2,7
Грузија	34,5	0,4	25,8	39,0
Индонезија	30,7	1,4	34,4	33,6
Иран	42,2	0,9	23,4	32,7
Израел	91,8	1,7	5,1	0,4
Јапонија	86,4	1,1	4,7	7,3
Казахстан	60,2	0,6	37,2	1,3
Киргистан	51,7	0,6	27,8	19,3
Малезија	77,3	1,3	12,5	8,8
Палестија	55,0	0,8	12,7	31,5
Пакистан	24,6	0,1	13,4	61,9
Филипини	51,0	2,4	28,6	18,0
Република Кореја	68,8	3,5	15,0	12,7
Сингапур	89,9	2,8	6,0	1,3
Шри Ланка	55,1	0,7	22,5	21,7
Тајланд	42,4	1,5	26,0	29,9
Турција	48,5	1,3	12,0	38,2
Виетнам	21,2	0,3	31,3	47,2

Извор: unstats.un.org

На график 1. се прикажани процентите на застапеност на женски работници во некои азиски земји, според Светската Банка. Женските работници различно се застапени во различни азиски земји. Од графикот може да се заклучи дека постојат значителни диспаратите меѓу азиските земји на учеството на женски работници, наспроти Шри Ланка(48.54%) и Непал(20.68%) се Авганистан со 3.28% и Пакистан со 1.23%.

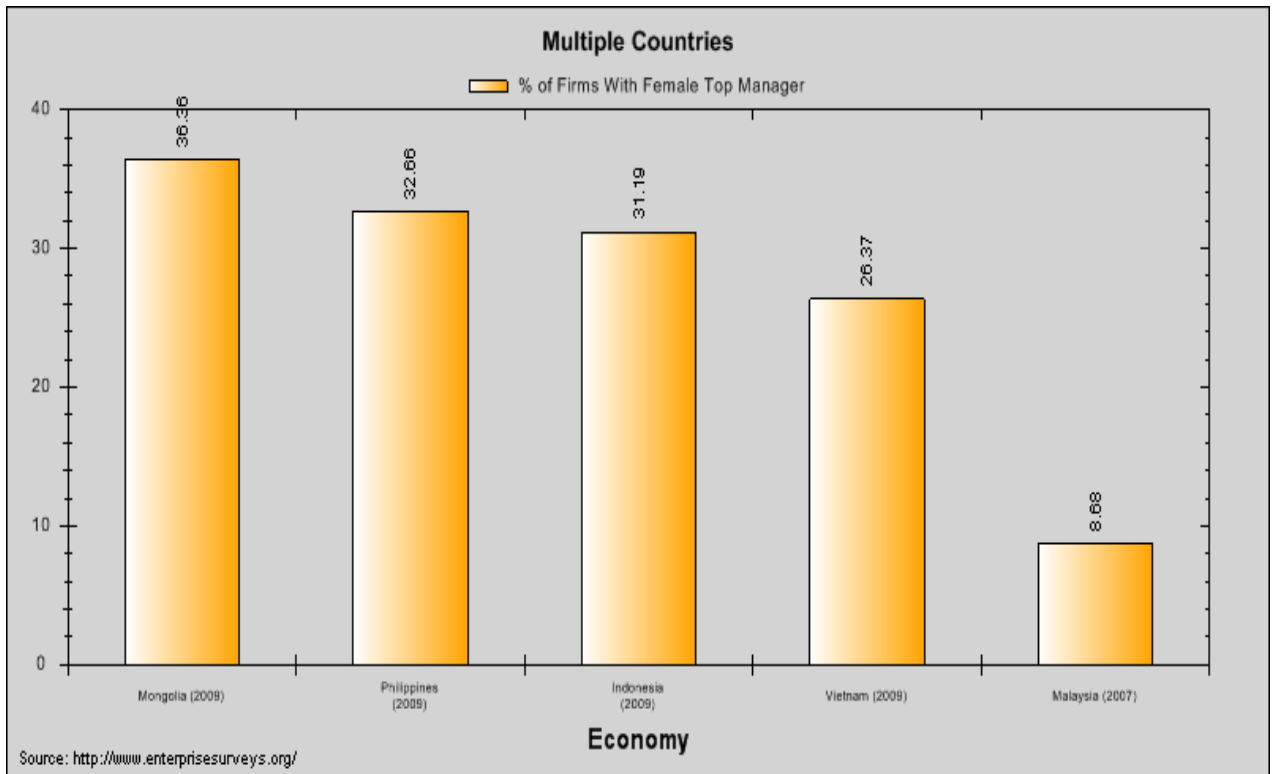
График 1: Процент на женски работници во Азија
Chart 1: Percentage of female workers in Asia



Извор: www.enterprisesurveys.org

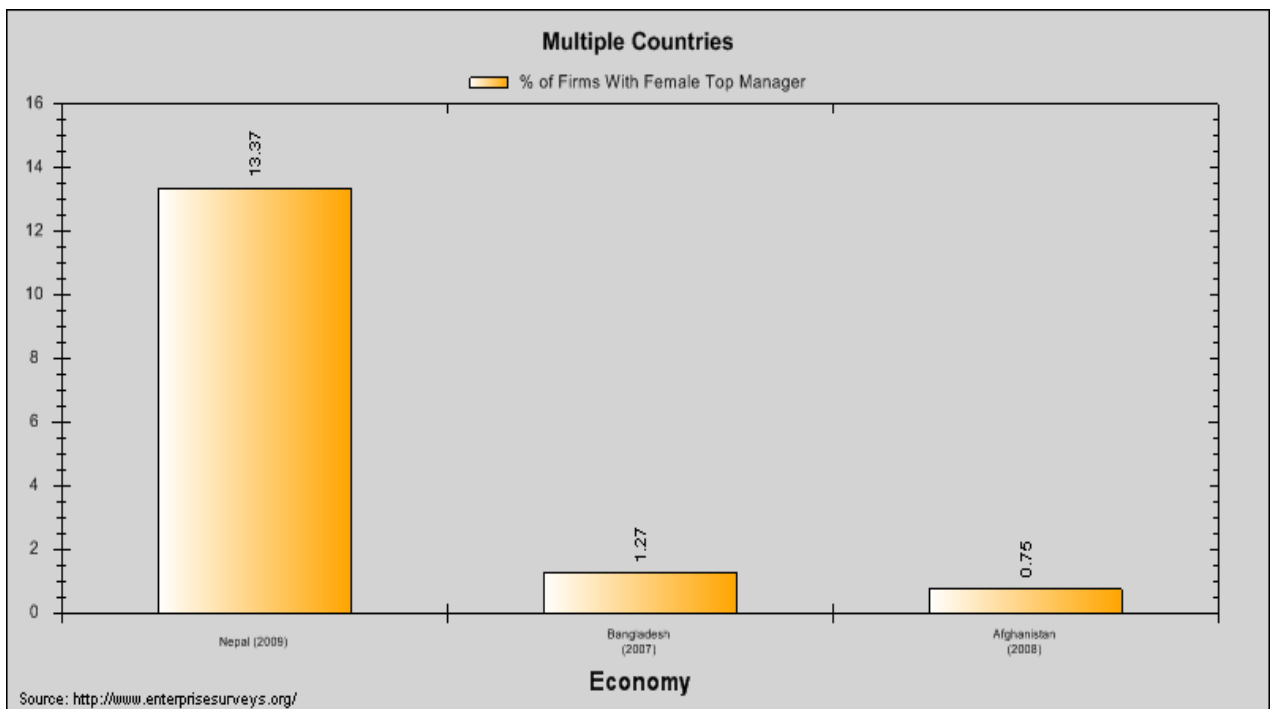
За да може подобро да ја разгледаме положбата на жената во Азија се прикажани процентите на фирми каде жените се јавуваат како топ менаџери на график 2. и график 3. Слично како застапеноста на женски работници, така и жените – топ менаџери бележат диспаритети низ различни азиски земји. Врз основа на достапните статистички податоци може да се констатира дека постојат земји каде жените – топ менаџери имаат минимално и незабележливо учество (Авганистан - 0.75% и Бангладеш - 1.27%). Монголија, Филипините, Индонезија, Виетнам и Непал може да се пофалат со повисока застапеност на жени – топ менаџери.

График 2: Процент на фирми во кои жените се јавуваат како топ менаџери
 Chart 2: Percentage of firms with female top managers



Извор: www.enterprisesurveys.org

График 3: Процент на фирми во кои жените се јавуваат како топ менаџери
 Chart 3: Percentage of firms female top managers



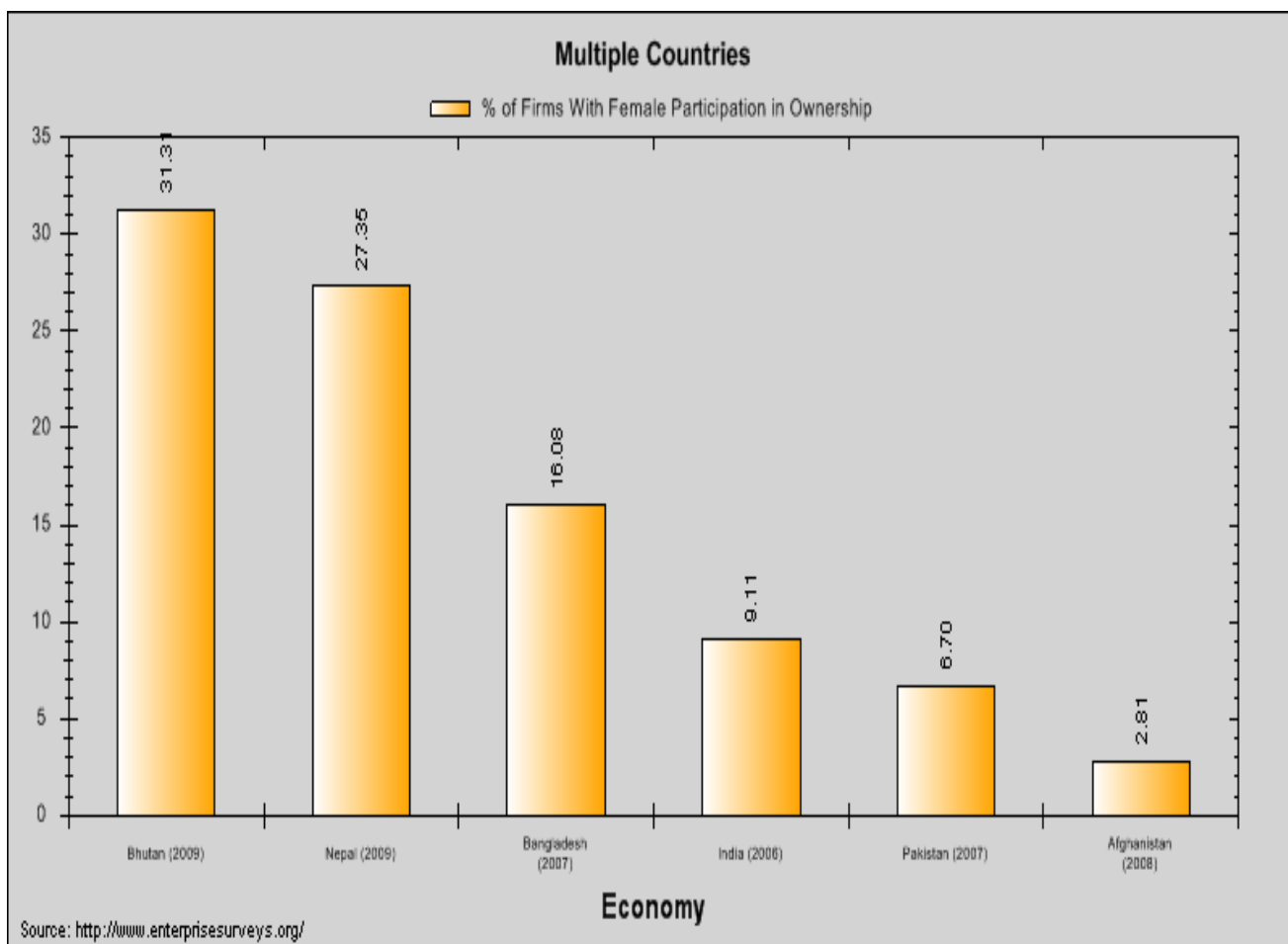
Извор: www.enterprisesurveys.org

На график 4. и график 5. се прикажани процентите на фирмите каде жените учествуваат во сопствеништво во Азија.

Првиот график се однесува за земјите на Јужна Азија (Бутан, Непал, Бангладеш, Индија, Пакистан, Авганистан), а вториот на Источна Азија и Пацификот (Микронезија, Самоа, Филипини, Тонга, Виетнам, Монголија, Ванату, Фиџи, Тимор, Индонезија, Лаос). Од наредните графици, 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.

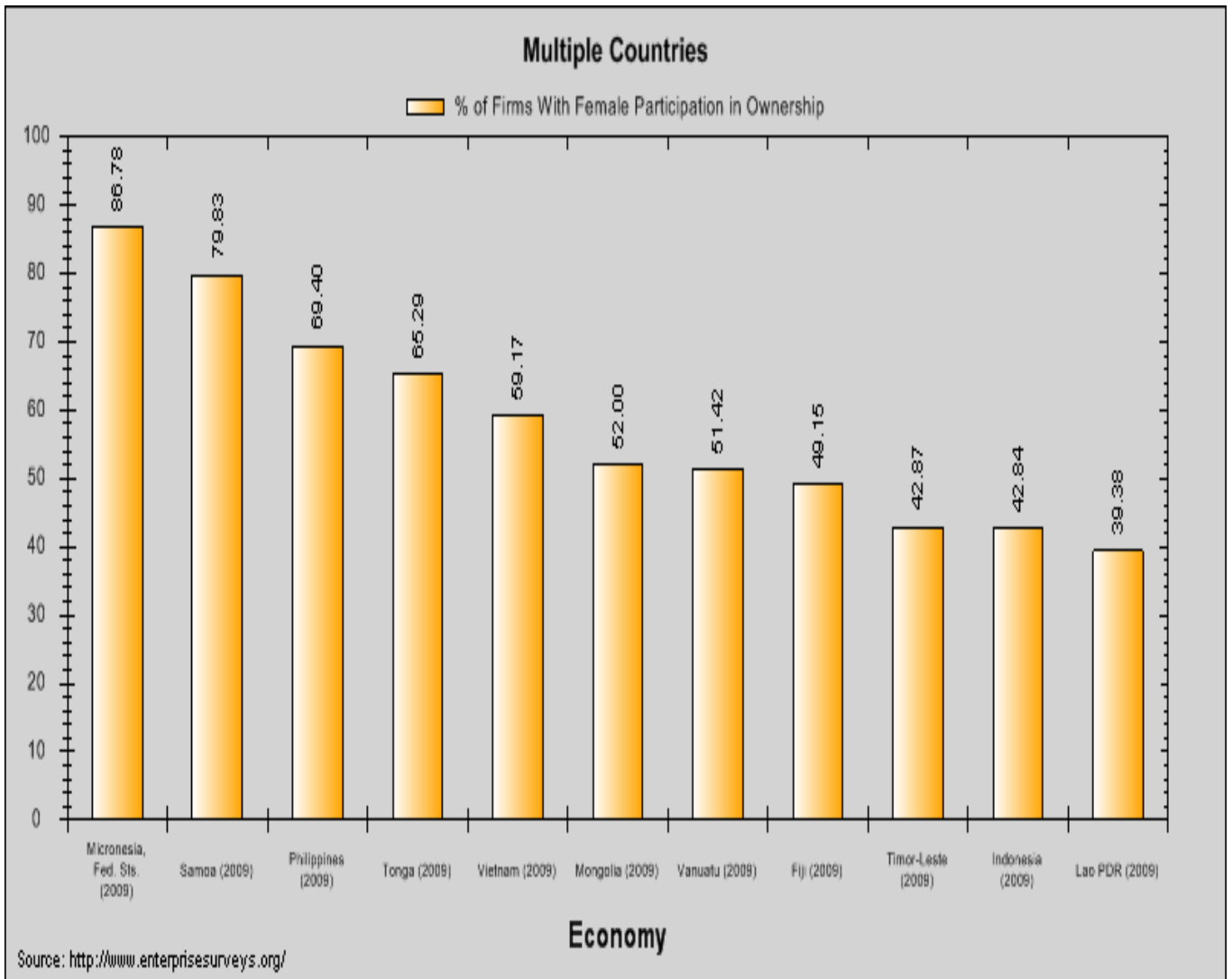
График 4: Процентот на фирмите каде жените учествуваат во сопствеништво во Јужна Азија

Chart 4: Percentage of companies with female participation in the ownership in South Asia



Извор: www.enterprisesurveys.org

График 5: Процентот на фирмите каде жените учествуваат во сопствеништво во Источна Азија и Пацифик
 Chart 5: Percentage of companies with female participation in the ownership in East Asia and Pacific



Извор: www.enterprisesurveys.org

Состојбата во азиските земји е различна, како што може да се забележи од претходните графици. Постојат земји каде што традицијата и патријархалното сè уште живее. Состојбата на жената во некои азиски земји е омаловажена, 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, така што тоа го докажуваат и последните истражувања на „Гранд Торнтон интернешнл“

каде 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 позиции.²⁸

Во продолжение ќе ја разгледаме различната состојба во некои азиски земји.

- Женското претприемништво во Јапонија

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 години, Јапонија започна да ги вклучува жените во бизнисот. Денес, јапонските жени, во голем број, завршуваат високо образование. Жените во Јапонија се одвај 1% на водечките позиции.

Претприемништвото им нуди на жените унапредување на нивните кариери. 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. Главно, жените претприемачи се вклучени во услужниот сектор, преку водење на мали ресторанти, продавници за храната и др. За периодот од 1997-2002, во

²⁸ Дневник, 22 март 2011, стр.9

Јапонија, жените основале бизнис два пати повеќе од мажите, според јапонското Министерство за здравство, труд и социјала. Исто така, да го споменаме и фактот дека со ширењето на интернетот, жените сè повеќе започнуваат и е-бизниси. Според истражувања од Центарот за работење на жените во 2006 година, 14.9% од жените претприемачи започнале бизнис во информативната и комуникациската индустрија.

- Женското претприемништво во Тајван

Доколку се споредува со другите Азиски земји, жената вклучена во бизнисот во Тајван се одликува со повисок профил и ужива поголема слобода. Ефикасноста на бизнисот на жените од Тајван е голема исто како и развиените општества како САД и Канада.²⁹ Бројот на претпријатија во сопственост на жени во 2007 година изнесувал околу 443088, што претставува 35.20% од вкупниот број на претпријатија во Тајван.³⁰ Подршката на жените претприемачи во Тајван од страна на Владата е голема и тоа преку: промовирање на инкубатор центри за жени претприемачи, посебни фондови за заеми наменети за жените претприемачи, разбирање на потребите на жените претприемачи и др.

- Женското претприемништво во Кина

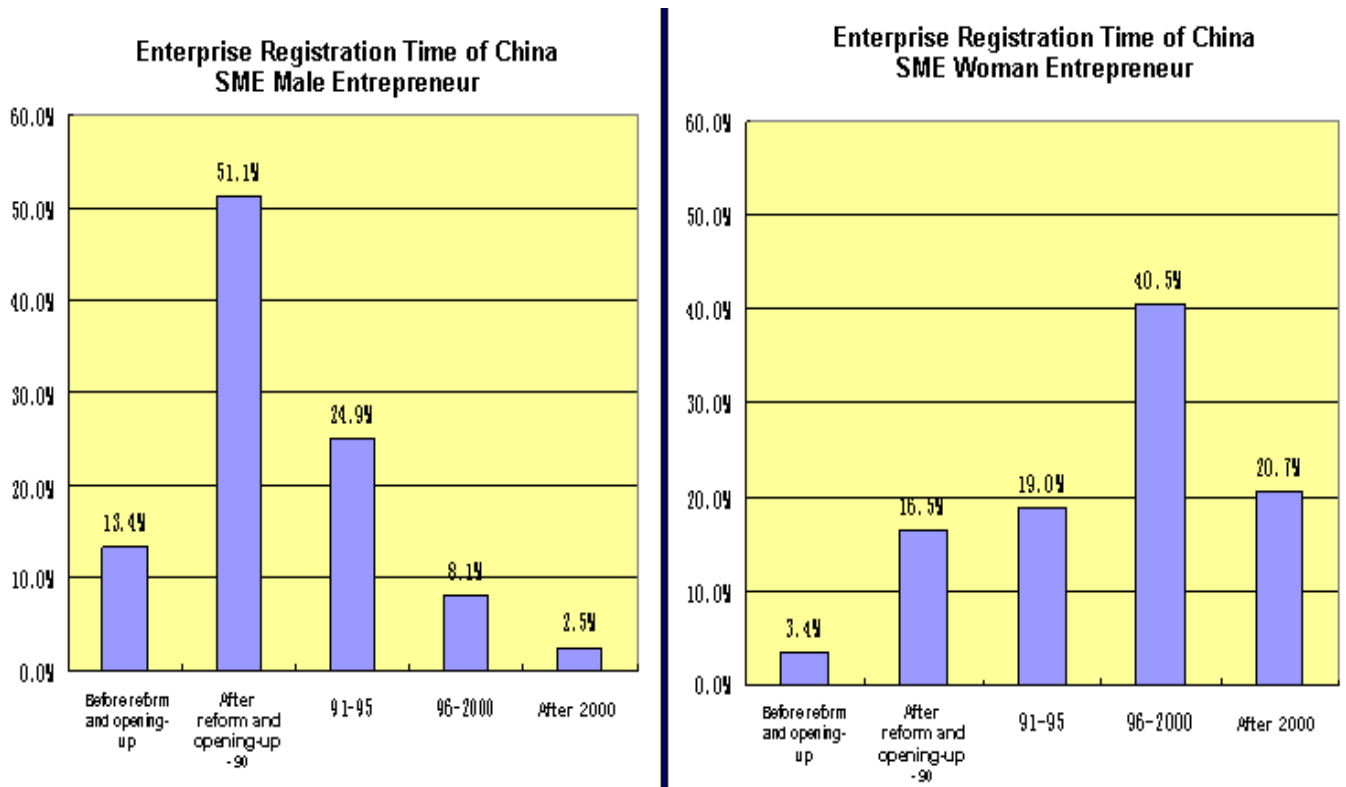
По 1995 година, жените претприемачи во Кина бележат пораст. Денес, жените претприемачи се околу 20% од сите претприемачи во Кина. Се предвидува дека во 2015 година жените претприемачи во Кина ќе заземаат околу 25% од вкупниот број на претприемачи, а до 2020 година таа стапка ќе порасне на 30%.

Порастот и застапеноста на жените претприемачи ќе ги проследиме на график 6.

²⁹ Small and Medium Enterprise for Women Entrepreneurs in Taiwan, World Journal of Agricultural Sciences 4 (S): 884-890, 2008

³⁰ White paper on Small and Medium enterprises in Taiwan, 2008, Summary

График 6: Мали и средни претпријатија во Кина
 Chart 6: Small and medium enterprises in China



Извор: Report of China Association of Woman Entrepreneurs

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.

- Женското претприемништво во Индија

Како и повеќето азиски земји, така и 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 Индија. Како проблеми со кои се соочуваат жените во Индија се следните: жените имаат одговорност да се грижат за децата, жените се

критични настроени за самите себе, голем степен на дискриминација, недостаток на мрежи, можноста да се добие кредит е мала и др.³¹

Во табела 15. е прикажана партиципацијата на жените во бизнисот низ еден подолг период.

Табела 15: Партиципацијата на жените во бизнисот
Table 15: Participation of women in business

Земја	процент
India (1970-1971)	14.2
India (1980-1981)	19.7
India (1990-1991)	22.3
India (2000-2001)	31.6

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

Постојат повеќе асоцијации за подршка на жените во сите области, како и на жените во бизнисот во Индија.³² Податоците покажуваат за подршката на жените уште од пооддамна. На пример, Конференцијата на сите жени во Индија(AIWC), основана во 1927 година, функционира како организација посветена на подршка и подобрување на положбата жени и деца. Оваа организација и денес со својата мисија работи на решавање на социјалните и економските прашања во врска со жените. Има околу 156000 членови во повеќе од 500 филијали низ цела Индија. Како наредна организација за подршка на жените во Индија е Федерација на Стопанската комора и индустрија во Индија(FICCI), со одделот наменет за жени и основан во 1983 година да ги олесни можностите на жените претприемачи за нивен развој и глобално поврзување. Потоа, Асоцијацијата на жени претприемачи(AWE), основана во 1993 година, работи со жени за некои економски активности за унапредување на нивната ефективност. Главна цел на ова асоцијација е да ги унапреди бизнис вештините на жените.

Во азиските земји постојат голем број асоцијации и здруженија за подршка на жените претприемачи. Во 1976 година во Бангладеш беше отворена Грамен-банка, наменета за давање мали заеми на жени. Успешноста на овој модел

³¹ An Insight Into The Emergence Of Women-owned Businesses As An Economic Force In India, Prof. Surinder Pal Singh, New Delhi

³² Women's Business Associations, Experiences from Around the World: South Asia, Center for International Private Enterprise, 2009

придонесува да се прошири и во многу други земји.³³ Здружението на жени претприемачи во Непал е основано во 1987 година како самостојна, доброволна и непрофитна организација од страна на жени претприемачи кои имале еднаква визија за помагање на другите жени да започнат претпријатија. Програма за обука, микро-кредити и маркетинг активности се дел од разновидните активности на оваа организација.³⁴

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:

- Сиромаштија – Сиромаштијата е основната пречка која ги ограничува жени да се стекнат со ресурси и да започнат со бизнис.
- Образованието – Моќностите на жените до образованието е лимитирано. Со недостаток на образование, тие ја губат можноста за развој на вештини поврзани со претприемништвото.
- Конфликтните состојби – Нестабилноста во некои азиски земји го ограничува развојот на жените.
- Социјалните, културните, религиозните правила за полот – Половите стереотипи кои постојат во азискиот регион влијаат на прогресот на жените. Многу земји во овој регион се карактеризираат со патријархални структури, каде жените немаат пристапност до одредени можности, како и слободи како мажот. Овде спаѓаат присилените и прерани бракови, како и насилство врз жените.
- Финансиски проблеми – Недостатокот на финансиски средства, малата поддршка од банките се најзначајните финансиски проблеми со кои се соочуваат жените претприемачи од Азија.

3.3 Жените претприемачи во Африка

Жените заземаат сè поголема улога во производството и услугите во африканските економии. Сепак, тие се наоѓаат во понеповолна состојба отколку мажите.

³³ <http://biznis24.com.mk/node/13193>

³⁴ <http://www.wean.org.np/>

Ограничувањата кои го попречуваат развојот на претприемаштвото во Африка се:

- Сиромаштијата е еден од најголемиот проблем со кој се соочуваат африканските земји. Недостатокот на основни услови на живот (непостоење на чиста вода за пиење, канализација, електрична енергија, системи за телекомуникација), каде владеат болести, вируси, неписменоста, невработеноста се секојдневие на повеќето африкански земји. Според Светска банка, 80.5% од населението на Субсахарска Африка живее со помалку од 2.50 долари на ден во 2005 година.
- Политичката нестабилност, која е изразена во многу африкански земји, е резултат на неразвиеност на африканските економии, односно високото ниво на сиромаштија, ниска технолошка развиеност, конфликти меѓу муслимани и христијани, меѓу традицијата и модерното (Северна Нигерија), изразена лојалност кон одредени лидери, етнички разлики, дискриминациони политики, борба за независност на некои области, присуство на корупција.
- Неповолна бизнис клима ги погодуваат подеднакво мажите и жените, како и постоењето на високи трошоци за производство.
- Постоењето на неформалниот сектор е нареден проблем кој дополнително го попречува развојот на претприемништвото. Според Светската организација за работна сила, неформалниот сектор претставува 48% од неземјоделската вработеност во Северна Африка, а во Субсахарска Африка тој процент е 72%.

Горенаведените ограничувања подеднакво ги погодуваат машките и женските претприемачи.

Развојот на 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. Поради горенаведените ограничувања, потребно е да се посвети поголемо внимание на прашањето за женското претприемништво, односно да се зголемат можностите на жените во секое поле.³⁵

³⁵ <http://www.afdb.org/en/news-events/article/african-women-in-business-2102/>

Како некои карактеристики на жените претприемачи во Африка се:³⁶

- ❖ 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.; На пример, во истражувања направени во Замбија откриено е дека жените се застапени дури 65% со трговијата на мало (Parker, 1996). Во Танзанија, повеќето жени претприемачи се занимаваат со производство на храна, текстил, облека (UDEP, 2002).
- ❖ 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.. Во истражувања направени во Гана од страна на Мегународниот 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.
- ❖ 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.

³⁶ The Challenges of Growing Small Businesses: Insights from Women Entrepreneurs in Africa, Pat Richardson, Rhona Howarth and Gerry Finnegan, 2004

На прашањето дали Африка е во 21 век, треба да се размисли пред да се одговори. Тоа е поради условите во кои живее овој народ, без инфраструктура, без транспорт, вода, струја, канализација. Луѓето сè уште патуваат пешки или со животни. 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 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.

Во табела 16. е прикажан процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години, од каде може да се заклучи дека жените во поголем број африкански земји учествуваат со прилично голем степен на партиципацијата во работната сила и варира низ годините со различен тренд во различни земји.

Табела 16: Процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години во некои африкански земји

Table 16: Percentage of participation of women in the workforce in total female population over 15 years in some african countries

процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години во некои африкански земји							
	1980	1990	2000	2005	2006	2007	2008
Камерун	49,6	48	51,2	52,4	52,6	52,8	53
Чад	67,5	64,5	64,6	62,6	62,8	63	63,2
Кенија	74,1	74,8	75,2	75,8	75,8	75,8	75,8
Либија	11,5	15,3	22,7	24,3	24,3	24,1	23,8
Мароко	23,5	24,5	27,5	26,2	26,2	26,5	26,5
Нигерија	36,4	36,1	38,3	38,7	38,7	38,8	38,9
Јужна Африка	31,3	35,6	44,3	45,9	46	46,1	47,2
Зимбабве	65,4	67,1	64	61,6	61,2	60,7	59,9
Замбија	58,1	60,7	62,1	60,5	60,3	60	59,9
Уганда	81,5	81	79	78,6	78,5	78,5	78,4
Танзанија	86,9	86,9	87	86,6	86,5	86,4	86,3
Р. Зелен 'Рт	43,5	41,9	45,5	50,1	50,8	51,7	52,6
Мали	38,5	37,1	35,9	36,7	36,8	37	37
Малави	85,8	75,9	75,8	75,6	75,4	75,3	75,1
Ангола	74,6	74	75,2	74,8	74,6	74,4	74,3
Бенин	57,9	57,1	63,9	66,3	66,5	66,6	66,7
Бурунди	90,3	90,7	90,5	90,7	90,7	90,8	91
Свазиленд	45,6	44,9	48,4	50,8	51,4	52	52,8

Извор: data.worldbank.org

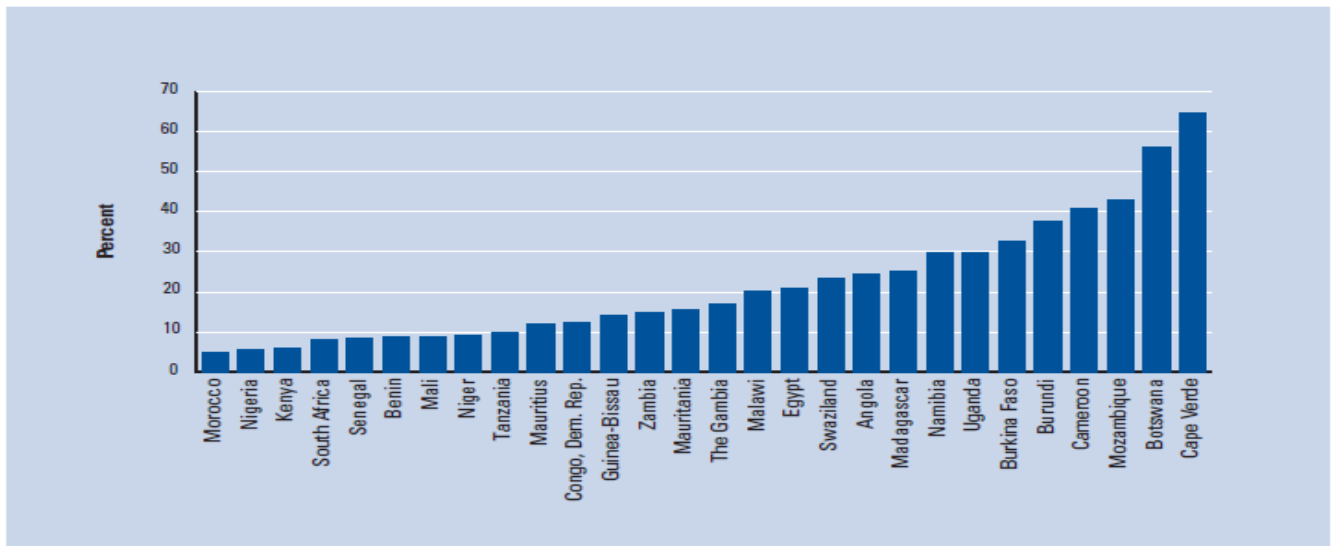
Учеството на африканските жени претприемачи не е многу познато. Достапните статистички податоци не даваат точни резултати за придонесите на жените во БДП, главно поради тоа што тие често се застапени во неформалниот сектор. Под разните статистички податоци се крие сиромаштијата на жените, половата нееднаквост. Врз основа на истражувањата што ги прави Enterprisesurveys, жените претприемачи се малцинство за мажите претприемачи.³⁷ Постојат големи варијации низ африканските земји.

Во продолжение ќе ги проследиме некои од достапните статистички податоци за претпријатијата на жени.

Во график 7. се прикажани процентите на претпријатија водени од жени во некои африкански земји, но вклучени се само производствените претпријатија кои имаат најмалку 10 вработени, според истражувањата на Светската банка за периодот 2002-2006. Од графикот може да се заклучи дека помеѓу африканските земји постојат големи диспаратети во поглед на ова прашање. Најмала застапеност на женските претпријатија е во Мароко, Нигерија, Кенија.

График 7: Процентите на претпријатија водени од жени во некои африкански земји (2002-2006)

Chart 7: Percentages of enterprises run by women in some african countries (2002-2006)



Source: World Bank Enterprise Surveys, 2002–2006.

Note: The sample is restricted to individual and family firms. Enterprises with fewer than 10 employees and enterprises operating in the service sector are excluded.

Извор: Gender, Entrepreneurship, and Competitiveness in Africa, ELENA BARDASI, C. MARK BLACKDEN, JUAN CARLOS GUZMAN at the World Bank

³⁷ Gender, Entrepreneurship, and Competitiveness in Africa, ELENA BARDASI, C. MARK BLACKDEN, JUAN CARLOS GUZMAN at the World Bank

Во Африка, постојат и се чувствуваат големи разлики помеѓу индивидуалните и семејните претпријатија. Процентот на семејните претпријатија е повисок кај претпријатијата чии сопственик е жена, за разлика од претпријатијата на мажи. Жените повеќе сакаат да го водат своето претпријатие со другите членови од семејството отколку мажите.

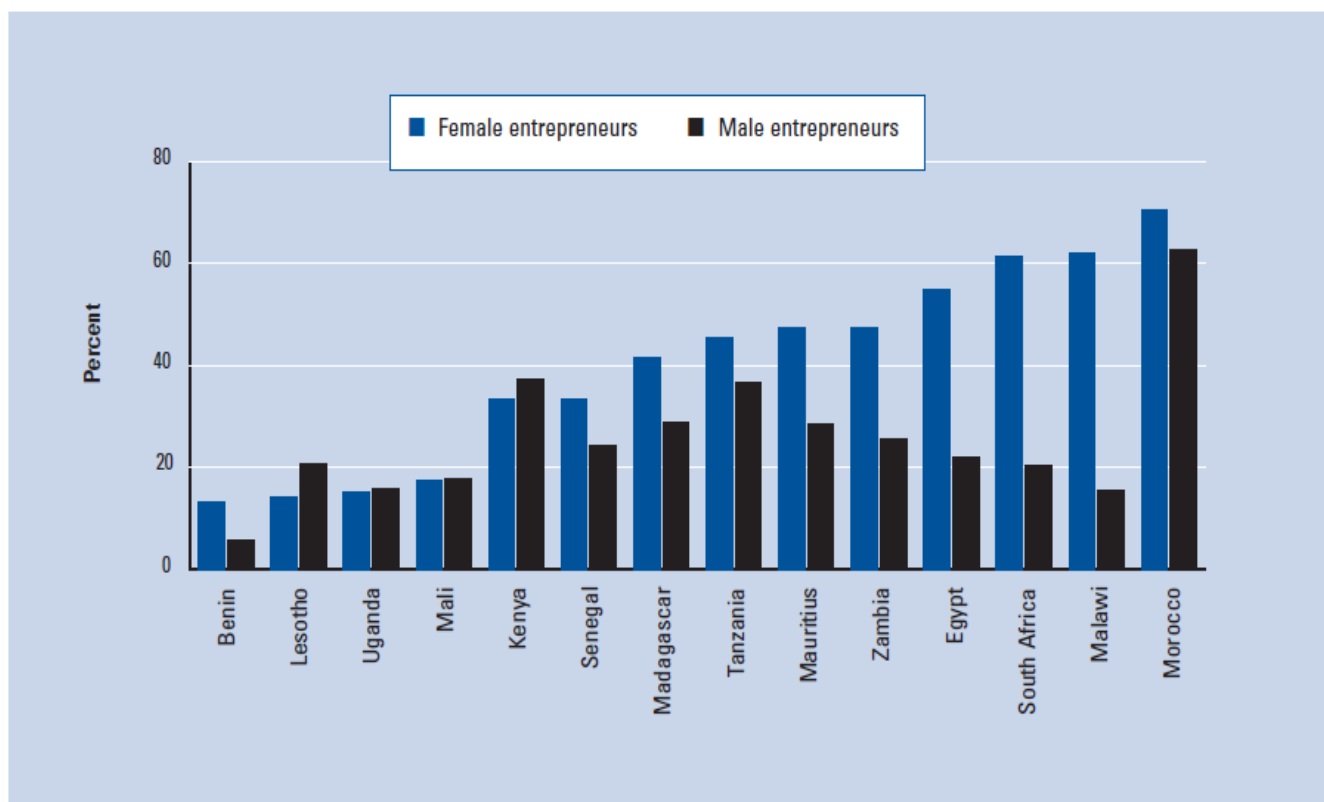
Главно, тоа е поради два причини:

- Семејните претпријатија се начин жените да ги комбинираат нивните бизнис активности со нивните домашни обврски.
- Самиот правен статус, брачните и имотни права се причина повеќе да се преферираат семејните претпријатија.

На график 8. можеме да го проследиме процентот на семејните претпријатија по пол на бизнис сопственикот. Самиот графикон го докажува фактот дека жените се позастапени во семејните претпријатија од мажите.

График 8: Процентот во семејните претпријатија по пол на бизнис сопственикот (2002-2006)

Chart 8: Percentage of family enterprises by gender of business owner (2002-2006)

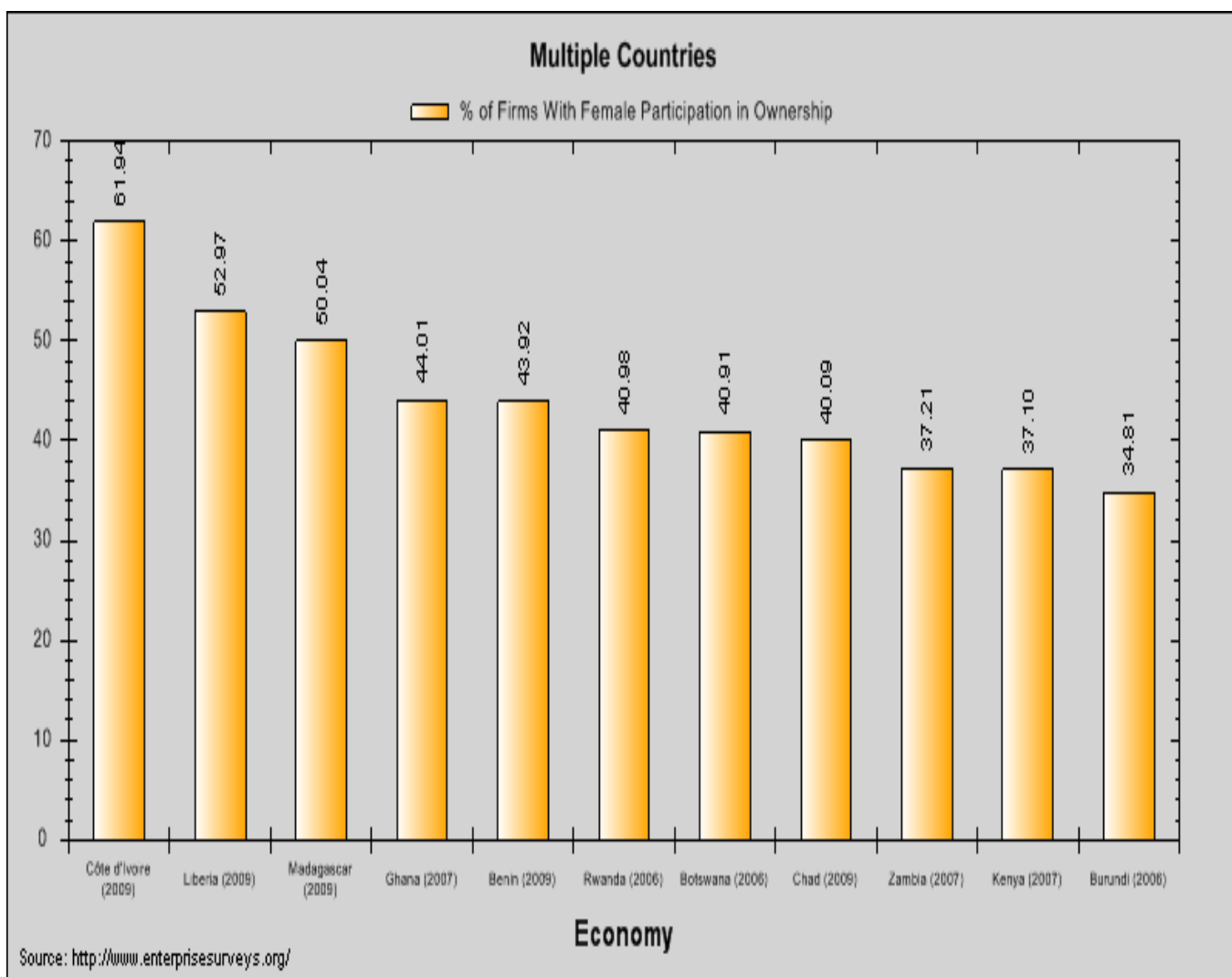


Source: World Bank Enterprise Surveys, 2002–2006.

Извор: Gender, Entrepreneurship, and Competitiveness in Africa, ELENA BARDASI, C. MARK BLACKDEN, JUAN CARLOS GUZMAN at the World Bank

На график 9. се прикажани земјите од Субсахарска Африка со најголеми проценти на фирми каде жените се јавуваат како сопственици или учествуваат во сопствеништвото, според истражувањата на Светска банка (2005-2009). Брегот на слоновата коска има највисок процент според овие податоци. Главно, сите африкански земји прикажани на графикот имаат задоволително учество на жените во сопствеништвото.

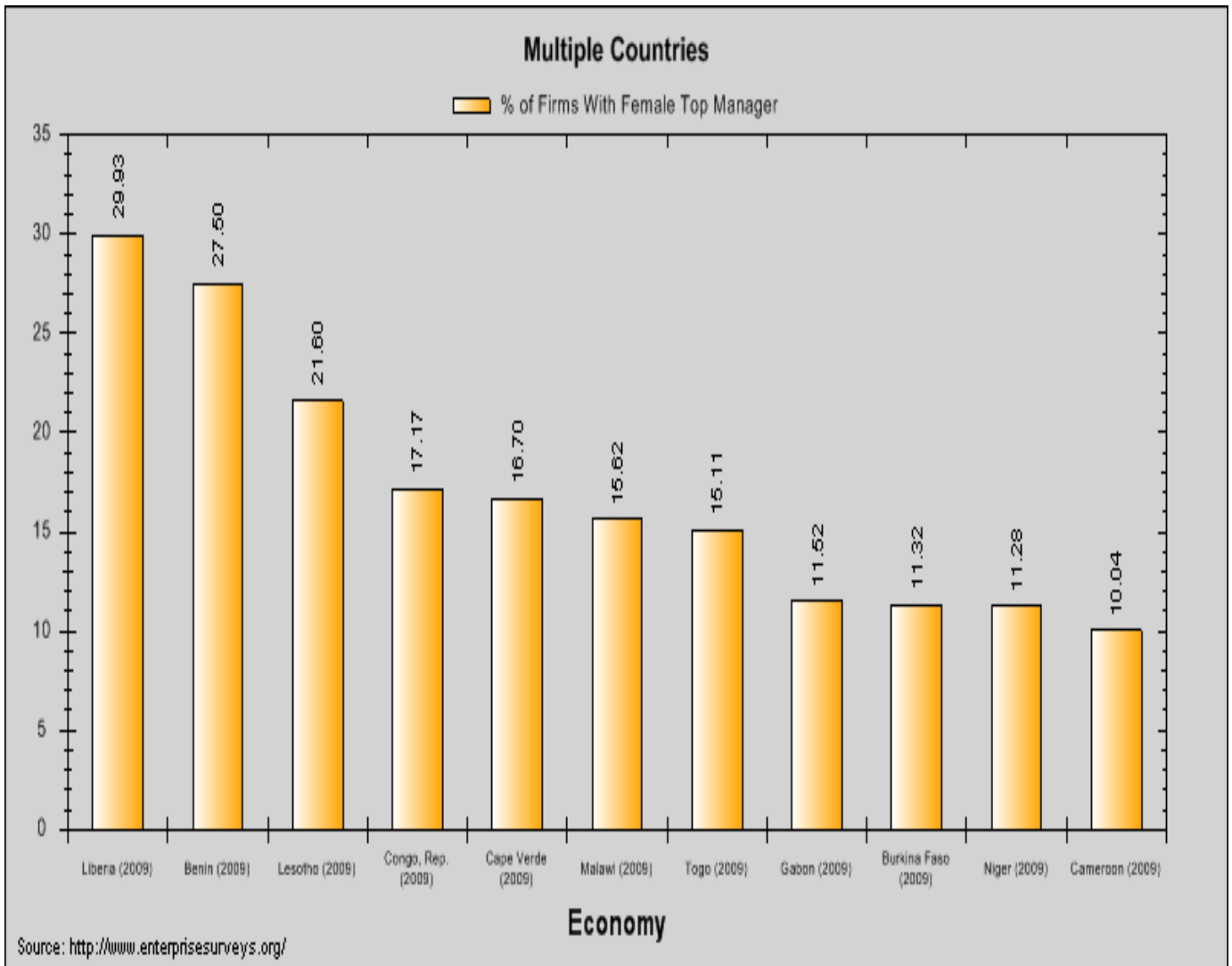
График 9: Процент на фирми во кои жените учествуваат во сопствеништвото
Chart 9: Percentage of firm with female participation in ownership



Извор: www.enterprisesurveys.org

На график 10. се прикажани земји од Субсахарска Африка со најголемо учество на жените во фирмите како топ менаџери. Покрај неразвиените економии и традиционалните верувања за жената, жените на ова поле имаат прилично добра застапеност.

График 10: Процент на фирми со женски топ менаџери
 Chart 10: Percentage of firms with female top manager



Извор: www.enterprisesurveys.org

Во табела 17. се сумирани повеќе карактеристики на претпријатијата чии сопственици се жени во некои африкански земји. Прикажани се секторите, големината на бизнисот, годините во бизнис, и се однесува за периодот 2002-2006. Може да се забележи дека претпријатијата водени од жени првенствено се занимаваат со текстил, земјоделство, услужни дејности и други производни дејности. Најголем број од претпријатија се микро и мали, а во мал број работат со средни и големи претпријатија.

Табела 17: Процент на претпријатија на жени, по сектор и големина
Table 17: Percentage of companies led by women, by sector and size

Земја	сектор на претпријатие (жени)					големина на претпријатие (жени)				години во бизнисот	
	текстил	агрохрана	други произ.	услуги	др.	микро	мали	средни	големи	жени	мажи
Ангола	-	40	10	29	30	25	25	-	-	7,8	7,6
Бенин	-	13	8	-	-	10	7	-	-	6,9	14
Боцвана	-	-	58	56	-	56	54	-	-	9,2	9,3
Бурунди	-	-	21	32	39	31	42	-	-	8,2	7,9
Камерун	-	-	37	-	-	-	41	-	-	15	16
Конго	46	7	8	25	26	25	17	-	-	7,8	10
Египет	21	25	20	-	-	19	19	22	24	22	21
Етиопија	14	11	10	-	-	11	12	-	-	20	13
Гамбија	24	-	11	36	-	27	18	-	-	12	9,2
Гвинеја	-	-	13	11	-	18	15	-	-	10	9,9
Кенија	8	-	6	-	-	-	6	6	6	28	24
Мадагаскар	48	22	12	-	-	-	21	-	24	14	17
Малави	-	23	15	-	-	-	15	-	18	17	14
Мали	-	30	3	-	-	19	11	-	-	8,4	13
Мавританија	-	-	6	20	11	16	20	-	-	7,8	9,7
Маурициус	21	-	7	-	-	-	9	17	-	26	23
Мароко	8	2	2	-	-	-	5	8	7	14,6	18,6
Мозамбик	-	46	42	-	-	-	43	-	-	27	20
Намибија	-	-	17	45	19	41	32	-	-	9,7	11
Нигерија	-	-	5	-	-	-	3	-	-	28	18
Сенегал	-	9	4	-	-	4	8	-	-	17	16
Јужна Африка	15	3	10	-	-	-	12	7	8	15	21
Свазиленд	-	-	-	48	-	38	27	-	-	8,2	7,9
Танзанија	-	9	6	-	-	3	10	-	-	25	16
Уганда	-	38	16	41	-	31	30	-	-	12	11
Замбија	-	15	13	-	-	-	8	20	18	18	19

Извор: Gender, Entrepreneurship, and Competitiveness in Africa, ELENA BARDASI, C. MARK BLACKDEN, JUAN CARLOS GUZMAN at the World Bank

Жените претприемачи се скриен и растечки потенцијал во Африка. Затоа, потребно е да се намалуваат бариерите со кои тие се соочуваат, за да имаат можности да се докажат самите себе. За таа цел постојат голем број на асоцијации за поддршка на жените во секоја област на животот. На пример во Гана постои Асоцијација за жени претприемачи, и им нуди поддршка на жените претприемачи преку тренинг, достапност до финансиски средства, совети и др. Потоа постојат и други асоцијации како: Асоцијација на жени претприемачи во Нигерија, Асоцијација на жени претприемачи во Уганда и Инвестиционен орган во Уганда и други. Покрај формалните асоцијации кои постојат во Африка, постојат и неформални асоцијации кои претставуваат извори на финансиски средства. Збирката на заштеди се смета за традиција во многу африкански

земји. Обично се организирани на локално ниво и работи надвор од дофатот на Владата или било која традиционална банкарска институција.

3.4 Жените претприемачи во Европа

Според Европската комисија, претприемачкиот потенцијал на жените во Европа претставува „неразвиен извор на економски раст и нови работни места“. Главно, во просек жените сочинуваат околу 30% од претприемачите во ЕУ, но познат е фактот дека се соочуваат со поголеми тешкотии отколку мажите во стартување на бизнис и во пристап кон финансии и обука. 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.

Состојбата на жените во Европската унија е таква да жените тендираа рамноправно да учествуваат во одлучувањето во сите нивоа и сите полиња. Жените навлегуваат во политиката и економија, но засега не е прифатен предлогот на ниво на ЕУ да се утврди задолжителниот број на жени во области каде се носат одлуки. Во 2010 година само во три членки на ЕУ жени биле на чело на владите, а нивниот број во националните парламенти бил помалку од четвртина од пратениците. Истовремено, во Унијата жените ретко се на водечки деловни позиции. Многу земји преземаат чекори во правец на подобрување на положбата на жените. Мерки за поголемо учество на жените во одборите на компаниите во приватна или државна сопственост веќе се преземени во Шпанија, Италија, Франција, Германија, Белгија и Австрија. Сепак, Советот на министрите на истите ги повика членките на ЕУ да преземат чекори до 2020 година со цел жените да учествуваат рамноправно со мажите во одлучувањето „на сите нивоа и на сите полиња“. Жените во ЕУ заработуваат 18% помалку од мажите и работат на пониски позиции. И покрај зголемувањето

на бројот на жените во парламентите, постигнувањето еднаквост со мажите во политиката продолжува да биде далечна цел за многу држави.³⁸

Во табела 18. е прикажана партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години, според Светската банка. Може да се забележи дека состојбата е на задоволително ниво, затоа што жените учествуваат околу 50% во работната сила од вкупниот број на женската популација во последните години. Меѓутоа, од друга страна 50% не е многу голем процент за европски земји како Австрија, Франција, Финска, Германија, Белгија, каде не владее традицијата во однос во положбата на жената. Партиципација на жените во работната сила во поголемиот број на европски земји има растечки тренд низ целиот период (1980-2008).

Табела 18: Процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години

Table 18: Percentage of participation of women in the workforce in total female population over 15 years

процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години							
	1980	1990	2000	2005	2006	2007	2008
Австрија	38,7	43,1	48,9	51,2	52,1	52,8	53,4
Белгија	34,5	36,4	43,5	45,7	45,8	46,6	46,9
Босна и Херцеговија	52,8	53,1	56,1	55,1	55	54,9	54,8
Бугарија	61,4	55,2	47,7	44,9	47,2	48,6	49,4
Хрватска	47,7	46,6	45,1	46,4	46,4	45,9	46,1
Данска	57,6	61,6	60,1	60,5	61,1	60,7	61
Естонија	65,7	63	51,7	53,1	54,7	54,2	55,2
Финска	57,3	59	58,3	56,7	57,1	57,5	57,5
Франција	44,1	46	48,3	50,2	50,3	50,7	50,9
Германија	40,7	45,2	49,1	51,4	52	52,5	52,9
Грција	34,1	36	40,8	42,5	43	43	43
Унгарија	50,1	46,3	41,1	42,9	43,2	42,9	42,7
Италија	32,6	35	35,3	37,7	37,8	37,7	38,3
Македонија	47,2	46,3	40,8	42	41,8	42,8	42,7
Холандија	40,1	43	53,2	56,6	57,2	58,4	59,2
Норвешка	51,2	56,6	61,4	61,3	61,6	62,9	64,2
Романија	61,8	59,9	58,3	47	47,9	47,5	46,9
Република Словачка	60,2	59	52,3	51,3	50,7	50,5	51
Словенија	47,3	47,1	51,4	52,8	53,2	53,4	53,5
Шпанија	28,1	33,7	40,5	45,6	47,1	47,9	49,3
Шведска	59	63,2	58,2	60,1	60,1	60,7	60,8
Швајцарија	54,8	57	57,7	59,3	59,7	59,9	61,2
Турција	31,5	34,4	26,6	24,9	24,4	24,3	25,1
Велика Британија	44,7	52	53,5	54,7	55,1	54,9	55,2

Извор: data.worldbank.org

³⁸ 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

Во табела 19. е прикажана стапката на вработеност на жени во Европа, според Eurostat, за периодот 1992-2009. 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.

Табела 19: Стапка на вработеност на жени
Table 19: Employment rate of women

	стапка на вработеност на жени				
	1992	1995	2000	2005	2009
ЕУ (27 земји)	:	:	53,7	56,3	58,6
ЕУ (25 земји)	:	:	53,6	56,6	58,9
ЕУ (15 земји)	49,7	49,7	54,1	57,8	59,9
Евروزона (16 земји)	46,7	46,7	51,4	55,6	58,3
Евروزона (15 земји)	46,7	46,7	51,4	55,7	58,4
Белгија	44,3	45	51,5	53,8	56
Бугарија	:	:	46,3	51,7	58,3
Чешка	:	:	56,9	56,3	56,7
Данска	69,7	66,7	71,6	71,9	73,1
Германија	55,9	55,3	58,1	60,6	66,2
Естонија	:	:	56,9	62,1	63
Ирска	37,1	41,6	53,9	58,3	57,4
Грција	36,2	38,1	41,7	46,1	48,9
Шпанија	31,5	31,7	41,3	51,2	52,8
Франција	51,4	52,1	55,2	58,4	60,1
Италија	:	35,4	39,6	45,3	46,4
Кипар	:	:	53,5	58,4	62,5
Латвија	:	:	53,8	59,3	60,9
Литванија	:	:	57,7	59,4	60,7
Луксембург	45,7	42,6	50,1	53,7	57
Унгарија	:	:	49,7	51	49,9
Малта	:	:	33,1	33,7	37,7
Холандија	51,8	53,8	63,5	66,4	71,5
Австрија	:	59	59,6	62	66,4
Полска	:	:	48,9	46,8	52,8
Португалија	55,9	54,4	60,5	61,7	61,6
Романија	:	:	57,5	51,5	52
Словенија	:	:	58,4	61,3	63,8
Словачка	:	:	51,5	50,9	52,8
Финска	63,7	59	64,2	66,5	67,9
Шведска	73,1	68,8	70,9	70,4	70,2
Велика Британија	60,8	61,7	64,7	65,8	65
Исланд	:	:	:	80,5	76,5
Лихтенштајн	:	:	:	:	:
Норвешка	:	:	73,6	71,7	74,4
Швајцарија	:	:	69,3	70,4	73,8
Хрватска	:	:	:	48,6	51
Македонија	:	:	:	:	33,5
Турција	:	:	:	:	24,2

Извор: epp.eurostat.ec

Според проценките и пресметките на UNECE, United Nations Economic Commission For Europe, табела 20. се однесува на процентите на жени работодавци и работници за сопствена сметка од вкупниот број на вработени, од каде може да се забележат варијации во различни земји низ различни временски периоди.

Табела 20: Процент на жени работодавци и работници за сопствена сметка од вкупниот број на вработени

Table 20: Percentage of women employers and own account workers in total employment

процент на жени работодавци и работници за сопствена сметка од вкупниот број на вработени								
	1980	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
Австрија	8.7	8.2	9.0	9.3	9.3	8.7
Белгија	10.5	10.8	11.0	9.5	8.9	8.9	9.1	8.7
Данска	..	3.2	4.0	3.9	4.0	4.6	4.5	4.5
Финска	8.6	8.0	8.0	7.8	8.1
Франција	6.1	7.2	7.0	5.9	5.9	6.2	6.3	6.5
Германија	5.2	5.4	5.8	6.4	7.4	7.4	7.4	7.2
Грција	12.8	20.4	18.7	21.7	20.9	21.1	20.4	21.3
Исланд	..	9.1	9.4	10.4	7.4	7.4	7.4	7.1
Ирска	7.3	7.1	7.8	7.1	6.2	5.9	6.3	6.7
Италија	..	16.5	16.5	16.1	17.8	17.7	17.4	16.8
Холандија	8.8	8.9	9.1	9.3
Норвешка	4.1	4.4	4.3	4.1
Португалија	..	26.1	23.0	20.9	21.9	21.2	21.2	21.2
Шпанија	..	15.1	16.0	12.4	11.8	11.5	11.6	11.6
Шведска	..	4.6	5.8	5.3	5.4	5.5	5.5	5.6
Швајцарија	..	7.6	8.9	11.7	10.5	10.3	10.8	10.7
Велика Британија	5.9	6.9	7.0	6.8	7.4	7.7	7.8	7.7

Извор: w3.unecse.org

Интересен е фактот дека Европа ги промовира жените претприемачи преку Европска мрежа за помош на жените претприемачи.³⁹ Оваа мрежа има членови од 30 европски земји (ЕУ, Исланд, Норвешка и Турција). Делегатите ја претставуваат националната влада и имаат за одговорност да го промовираат женското претприемништво во нивните земји. Овде се даваат совети, помош, информации и контакти во врска со постојните мерки за поддршка на жените претприемачи.

Некои од методите кои се применуваат во Европската мрежа за помош на жените претприемачи се:

- ❖ Унапредување на постојните жени претприемачи;

³⁹ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/wes-network/index_en.htm

- ❖ Воспоставување на клима која ќе биде погодна за жените претприемачи;
- ❖ Пораст на бројот на нови жени претприемачи;
- ❖ Зголемување на големината на постоечките бизниси на жените.

Во продолжение ќе разгледаме некои европски земји и застапеноста на жените претприемачи во нив.

- Австрија

Од 1997 година, процентот на жени кои започнале бизниси пораснал за 13%. Во 2008 година, 24768 луѓе основале претпријатие, а од нив 33.9% биле жени. 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.

- Финска

На крајот од 2008 година имало околу 80000 жени претприемачи, од вкупниот број на претприемачи (258000). Жените претприемачи заземаат приближно 30% од вкупниот број на претприемачи. Главно, жените претприемачи во Финска се застапени 63% во услугите, 5% во земјоделството и шумарството, 22% во трговијата, 10% во производството. Тие се високо образовани, и околу 10% имаат универзитетско образование. Тие се на помала возраст од мажите, околу 19% од вкупниот број на жени претприемачи имаат помалку од 35 години.⁴⁰ Претпријатија во сопственоста на жени имаат добар бонитет и профитабилност.

- Франција

Неодамна 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. Тој има цел да се справи со ниското ниво на вработеност за жените на менаџерски позиции. Само околу 10%-15% од оние кои седат во менаџерските одбори на компаниите се жени.⁴¹

И покрај тоа што во Франција, има повеќе женска популација и речиси е изедначен бројот во работната сила, има само околу 28% жени

⁴⁰ The European network to promote Women's Entrepreneurship, Annual Activity Report 2008, October 2009

⁴¹ http://www.bbc.co.uk/macedonian/news/story/2011/01/110114_france_women.shtml

претприемачи. Тоа е поради тоа што тие се помалку искусни како претприемачи и инвестираат помалку пари. Постојат повеќе програми кои што ги промовираат министерства одговорни за полова еднаквост, и тоа:

- Француската држава од 1989 година спроведува систем за финансирање исклучиво за жени, откако станаа свесни дека банките не сакаат да ги услужат за да започнат сопствен бизнис.
- "Equality label" е креирана во 2004 година за бизниси кои ги почитуваат нормите за полова структура.
- За да се промовира и олесни пристапот на жените до заеми од банките, државата ја претстави FGIF, The Guarantee Fund for Women, а тоа е гарантиран фонд за создавање, пренос и развој на претпријатија иницирани од жени.
- Законодавни мерки. Францускиот закон гарантира еднаков третман и професионалните можности на жените
- Поддршка од невладините организација кои се посветени на женското претприемништво.

- Велика Британија

Голем дел од бизнисот во Велика Британија околу 90% е самовработувањето. Жените се околу 28% самовработени. Повеќето нови претприемачи се жени (32% од вкупниот број на нови претприемачи). Тоа се најчесто жени на возраст од 35 до 44 години и се високо образовани. Врз основа на пописот во 2001 година, самовработените жени од етничките малцинства помалку се застапени(3.5%) отколку белите жени (4.5%). Кинезките(8.7%) и Индијките(5.2%), имаат поголемо самовработување отколку белите жени, додека жените од Бангладеш(0.9%), Пакистан(1.9%), како и црнкините од Африка(2.1%) и од Карибите(1.9%) имаат најниски стапки на самовработување. Најниска стапка на самовработени жени имаат жените од Бангладеш.⁴² Од 4.7 милиони претпријатија во Велика Британија, само 15 % се водени од жени во 2009 година.

Во табела 21. се прикажани трендот на самовработени жени и мажи од периодот 1990–1999 во Велика Британија.

⁴² Women's business ownership: Recent research and policy developments, Sara Carter, November 2006

Табела 21: Самовработени жени и мажи од периодот 1990–1999 во Велика Британија

Table 21: Self-employed women and men in the period 1990-1999 in the UK

	вкупен број на самовработени	самовработени мажи	самовработени жени
1990	3571887	2714637	857250
1991	3415842	2598635	817207
1992	3226889	2438316	788573
1993	3184474	2384175	800300
1994	3300535	2480490	820046
1995	3361262	2548620	812643
1996	3299806	2470236	829570
1997	3351285	2486474	864811
1998	3280174	2410818	869356
1999	3202371	2377712	824659

Извор: WOMEN'S BUSINESS OWNERSHIP: A REVIEW OF THE ACADEMIC, POPULAR AND INTERNET LITERATURE, S.Carter, S.Anderson, E. Shaw, August 2001

Во табела 22. е прикажан процентот на самовработените жени во одделни британски региони (1990-1999), од каде може да се забележи дека застапеноста на самовработените жени е околу 20% во речиси сите британски региони.

Табела 22: Самовработените жени во периодот 1990-1999 во одделни британски региони (%)

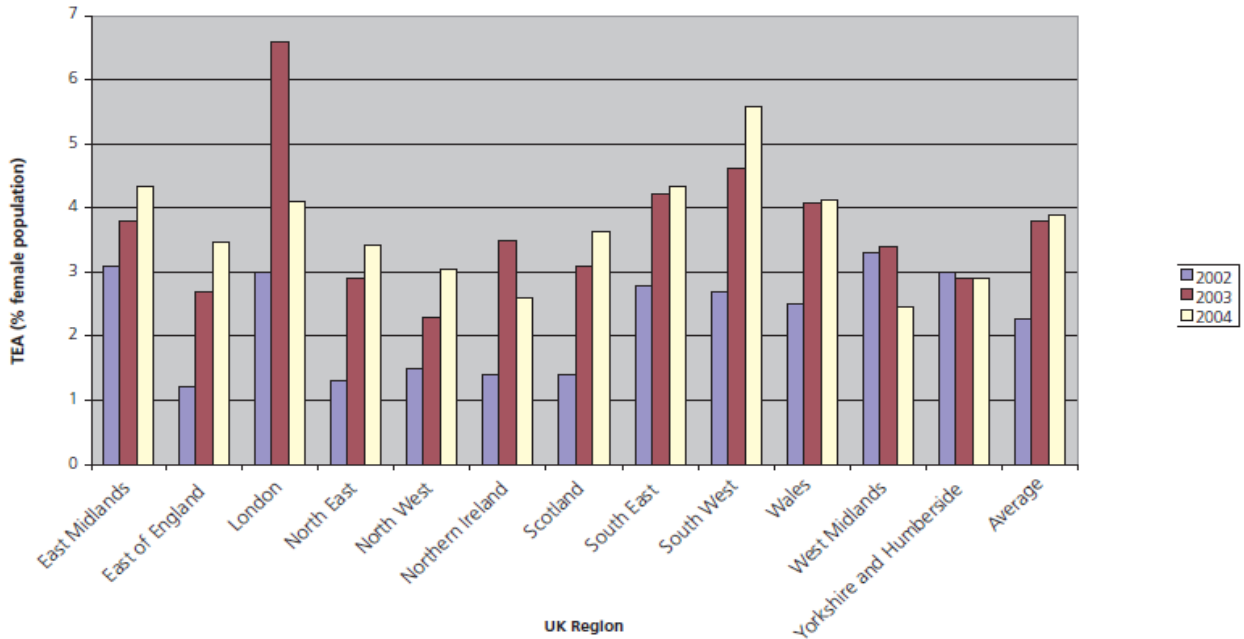
Table 22: Self-employed women in the period 1990 to 1999 in various British regions (%)

Регион	1990	1992	1995	1996	1997	1998	1999
Велика Британија	24.0	24.4	24.2	25.1	25.8	26.5	25.8
Тин и Вир (Tyne и Wear)	23.5	25.9	26.4	23.8	20.9	30.1	25.4
Остаток	28.4	27.2	23.7	26.8	23.6	24.5	27.0
Јужен Јоркс	23.7	23.8	21.4	19.3	24.4	27.6	24.0
Западен Јоркс	24.9	22.0	16.3	23.9	24.0	26.9	21.0
Остаток од Јоркшир	25.5	27.0	25.0	23.9	28.3	26.7	28.2
Источен Мидлендс	23.1	22.9	24.4	22.0	25.7	28.5	28.5
Источна Англија	27.2	25.0	29.1	25.2	24.5	28.4	27.7
Внатрешноста на Лондон	25.1	34.5	33.0	29.7	33.3	31.8	26.7
Околината на Лондон	17.5	24.7	21.9	24.5	23.1	26.5	23.3
Остатокот од Јужна	24.3	24.9	23.8	25.4	26.7	27.5	28.1
Југозападна	25.8	25.2	26.7	28.3	28.4	29.4	26.9
Западен Мидлендс	22.8	18.1	19.2	19.4	23.6	19.8	23.8
Остатокот од Западна	28.1	25.9	24.8	26.9	25.5	24.6	25.4
Манчестер	23.0	26.1	19.5	21.6	22.7	21.5	21.1
Мерсејсајд	24.4	19.0	18.6	19.1	20.3	14.8	18.3
Остаток од Северна	26.3	24.7	26.6	26.7	25.9	23.6	24.5
Велс	23.2	23.2	23.9	26.4	23.9	27.1	23.7
Стратклајд	23.1	17.8	24.6	29.4	26.1	18.3	22.7
Шкотска	23.1	22.5	26.4	27.7	27.8	30.3	27.6
Северна Ирска	17.5	14.9	15.5	14.7	18.5	14.6	18.4

Извор: WOMEN'S BUSINESS OWNERSHIP: A REVIEW OF THE ACADEMIC, POPULAR AND INTERNET LITERATURE, S.Carter, S.Anderson, E. Shaw, August 2001

График 11. го покажува женското претприемништво по региони во Велика Британија во периодот 2002-2004.

График 11: Женското претприемништво по региони во Велика Британија
Chart 11: Women's entrepreneurship



Извор: Women's business ownership: Recent research and policy developments, Sara Carter, November 2006

Бројот на самовработени жени бележи раст во последните години, но повеќето од нив се со скратено работно време или со флексибини работни шеми за да можат да се вклопат во домашните обврски.

- Германија

Германија 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 седумдесети, каде законските регулативи беа такви што жените имаа потреба од потпис од нивниот сопруг за било како договор, како и регулативите на банките така што потребно беше нивните мажи да потпишуваат на апликациите за кредити и заеми.⁴³

Родовата рамноправност е отворено прашање и во развиени општества како германското. Жените и мажите немаат еднакви можности. Ова го

⁴³ Growth-oriented women entrepreneurs and their businesses: a global research perspective, Candida G.Brush, Nancy M.Carter, Elizabeth J.Gatewood, Patricia G.Greene, Myra M.Hart, The DIANA Project, 2006

потврдуваат следните факти. Само 3,2% се застапени жените во управните одбори на 200 најголеми компании во Германија. 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. Тоа е поради конзервативниот состав на Бундестагот во кој преовладуваат пратеници со конзервативна партиска припадност и во поголем број се мажи.⁴⁴

Денес, социјалната и даночната политика е таква што влијае на помош на жените претприемачи. Германија е 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. Подршката 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%. Врз основа на најразлични истражувања утврдено е дека има околу 520000 компании водени од жени во 2009 година. Друг интересен факт е бројот на ќерки што ги преземаат фамилијарните бизниси, а тоа е само 10%.

- Италија

Фирмите водени од жени имаат брз раст за разлика од фирмите водени од мажи. Во периодот 1992-2005, бројот на жени претприемачи пораснал за 37.95%. Жените сè повеќе продираат во машките сектори како транспортот, комуникациите, сервиси за земјоделството и индустрија. Италијанските мажи и жени претприемачи застапуваат две различни страни. Мажите ги претпочитаат Шумпетеровите аспекти и се насочени кон финансиите, а жените ги претпочитаат културните и етичките аспекти.⁴⁵ Во Италија постои посебен дел од законот кој ги подржува жените претприемачи. Тој дел се однесува на фонд за почеток на бизнис или некои бизнис проекти од жени.

⁴⁴ За вестите на А1 Телевизија, Зоран Јордановски, уредник на македонската редакција во Дојче веле, 05.03.2011

⁴⁵ The Female Entrepreneur's Point of View and the Italian Economy, Adriana Castagnoli, Business and Economic History on-line, 2007

- Португалија

Во 2008 година жените бележат околу 46,18% од вработената популација во Португалија. Од вработената популација во 2008 година, само 23.04% се самовработени, од кои 42.46% се жени и 57.54% се мажи. Статистичките податоци покажуваат дека има растечки тренд на жените претприемачи во периодот 1995-2007, како и раст на образовното ниво на жените претприемачи. Во 2007 година, жените заземаат околу 32.5% од вкупниот број на претприемачи, споредено со 1995 година кога тој процент е 27.5%, имаме пораст на истиот. Поголем број од жените претприемачи најчесто се на возраст од 36-55 години.

- Шведска

Според податоци во 2008 година, во Шведска околу 25% од претприемачите се жени и 32% од новите бизниси се започнати од жени. Ова се смета за позитивен тренд. 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. Во Шведска по 2000 година постојат голем број на програми за поддршка на жените претприемачи.

3.5 Жените претприемачи во економиите во транзиција

Процесот на транзиција во земјите во транзиција предизвикал големи економски, политички и социјални промени. Главно, транзиционите економии се соочиле со промени од централно плански економии во слободен пазар. 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 олесни движењето на финансискиот капитал. Како една од најголемите промени е развојот на легализирано претприемништво во форма на бизнис во приватна сопственост. Оваа особена значајна промена не претставува создавање на богатство и работа за индивидуите, туку и создавање на потенцијално богатство на целата економија и општество. Со процесот на транзиција се соочиле Земјите од поранешниот Советски Сојуз,

Кина, земји од Комунистичкиот блог во Европа, како и многу земји од третиот свет.

Многу земји од Централна и Источна Европа и од Централна Азија ја започнале транзицијата со релативно добар човеков развој и позитивни полови индикатори, меѓутоа поради порастот на невработеноста има и пораст на сиромаштијата и пораст на нееднаквости. Транзицијата го погоди пазарот на работна сила. Од аспект на полот се смета дека транзицијата негативно влијаела на жените во полето на појава на полов јаз во вработеноста и платите.

И покрај тоа што транзицијата негативно влијаела врз жените, економската активност на жените бележи високи стапки во земјите во транзиција споредени со земјите од Западна Европа. Само Босна и Херцеговија има најниска стапка. Во последните години стапките на активност на жените се релативно еднакви како и кај мажите во сите транзициони економии.

Во табела 23. се дадени стапките на економска активност на жените во некои транзициони економии, пресметани според Unесе. Од табелата се забележува различениот тренд на оваа стапка во разни земји.

Табела 23: Стапките на економска активност на жените во некои транзициони економии

Table 23: Rate of economic activity for women in some transitional economies

стапка на економска активност на жени									
	1980	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009
Албанија	59.1	54.6	44.1	43.6	49.4	45.5	..
Ерменија	49.8	61.0	..	54.7	43.5	42.5	62.9	64.6	..
Босна и Херцеговина	31.0	31.6	..
Бугарија	47.9	44.7	44.4	46.3	47.5	48.3	47.5
Чешка	..	60.8	52.3	51.6	50.7	50.6	49.8	49.3	49.5
Естонија	..	60.6	53.6	51.4	53.1	54.8	54.1	54.9	55.1
Унгарија	50.2	46.3	40.3	41.7	43.1	43.4	43.1	42.9	43.0
Казакстан	..	62.3	64.3	65.0	65.7	66.7	..
Киргистан	..	58.6	..	56.8	..	54.2
Латвија	..	64.1	..	49.0	50.9	52.4	53.7	55.4	55.0
Литванија	..	60.2	55.1	55.0	51.2	50.9	51.2	51.4	53.2
Молдавија	..	61.6	..	56.3	47.7	43.0	42.2	41.5	..
Русија	47.2	47.9	48.5
Србија	51.8	48.9	44.6	42.5	42.8
Словенија	..	54.1	52.1	51.4	52.9	53.3	53.3	53.5	53.6
Македонија	41.7	43.2	41.9	43.0	42.7	42.6

Извор: w3.unese.org

Невработеноста, која претставуваше голем проблем кај земјите во транзиција, ги погоди и двата пола. Во следната табела е прикажана стапката

на невработеност на жени (+15 години) во некој земји во транзиција во подолг временски период од 1990-2008. Податоците покажуваат различен тренд на невработеноста во различните земји во транзиција, но во поголемиот број на земји невработеноста на жени (+15 години) се намалува.

Табела 24: Стапката на невработеност на жени(+15) во некој земји во транзиција
Table 24: Unemployment rate of women (+15) in some transitional economies

стапка на невработеност на жени (+15 год.) , по земја и година							
	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
Албанија	10.9	14.8	19.3	17.2	16.8	12.2	13.5
Ерменија	..	34.4	..	37.6	34.3	35.4	35.0
Азербејџан	0.2	1.0	1.4	7.7	6.7	5.3	4.9
Белорусија	..	3.5	2.4	2.0	1.5	1.2	0.9
Босна и Херцеговина	34.9	32.9	26.8
Бугарија	22.0	15.8	15.8	9.8	9.3	7.3	5.8
Чешка	..	4.8	10.5	9.8	8.8	6.7	5.6
Естонија	0.7	8.9	11.5	7.1	5.6	3.9	5.3
Грузија	..	7.8	9.7	12.6	11.7	12.6	16.1
Унгарија	5.8	7.4	7.8	7.7	8.1
Киргистан	9.1	7.5	7.6	9.4
Латвија	..	19.8	13.4	8.7	6.2	5.1	6.9
Литванија	..	13.9	13.6	8.3	5.4	4.3	5.6
Молдавија	7.2	6.0	5.7	3.9	3.4
Полска	14.9	14.7	18.3	19.1	14.9	10.3	8.0
Русија	5.2	9.2	10.4	7.0	6.8	5.8	6.1
Србија	26.2	24.7	21.0	15.8
Словенија	..	7.0	7.1	7.0	7.2	5.8	4.8
Таџикистан	9.6
Македонија	34.9	38.4	37.2	35.5	34.2

Извор: w3.unesc.org

Значајно е тоа што жените исто како мажите се појавуваат како претприемачи. 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. Како наредна специфичност е дека со вработувањето на жени се намалува и трговијата со жени, што е присутна во многу транзициони земји. Иако, претприемништво расте во транзиционите економии, сепак постојат мал број на истражувања за женското претприемништво во овие 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 транзициските земји, мажите повеќе сакаат да бидат работодавци, а додека жени сакаат да водат мали бизниси со по еден вработен или без вработени.

Во табела 25. е прикажан процентот на жени работодавци и работници за сопствена сметка од вкупниот број на вработени во некои од земјите од транзиција според Унесе. Гледано од табела може да се забележи дека Ерменија, Казакстан, Киргистан, Молдавија, Полска имаат највисоки проценти низ целиот период.

Табела 25: Процент на жени работодавци и работници за сопствена сметка од вкупниот број на вработени

Table 25: Percentage of women employers and own account workers in total employment

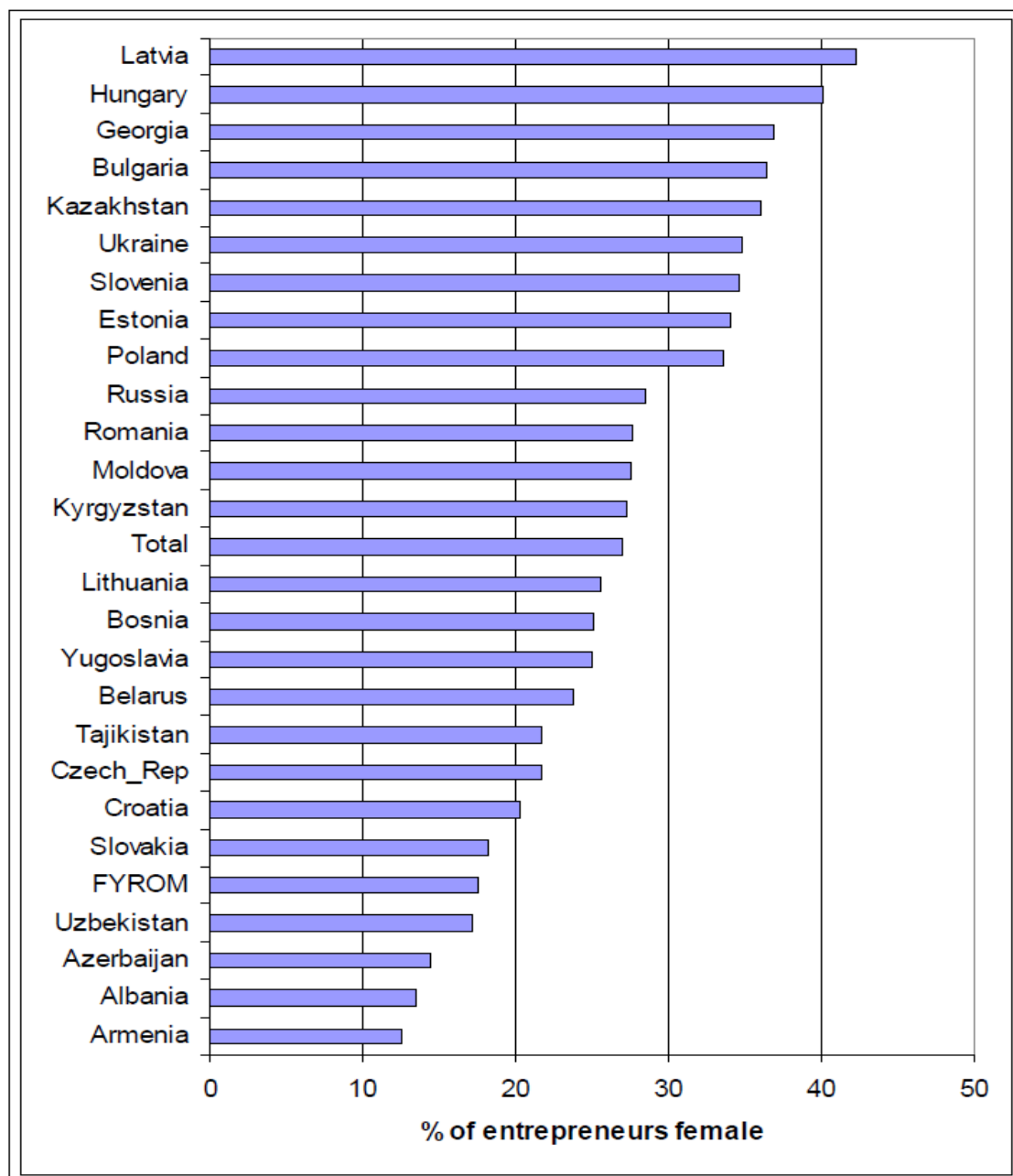
процент на жени работодавци и работници за сопствена сметка од вкупниот број на вработени							
	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
Албанија	24.8	17.9
Ерменија	37.5	30.1
Белорусија	1.2
Бугарија	7.3	7.5	10.5	8.8	8.2	7.8	8.3
Чешка	..	7.2	9.2	9.2	9.6	9.5	9.6
Естонија	0.6	2.9	6.3
Унгарија	5.4	6.6	9.5	9.1	8.3	8.5	8.1
Казакстан	37.0	35.3	34.3	34.1
Киргистан	22.9	27.8	28.4
Латвија	..	7.4	8.9	7.7	8.3	6.8	6.2
Литванија	10.7	10.3	8.6	6.8
Молдавија	29.1	34.5	26.9	27.0	25.5
Полска	21.0	20.0	18.2	16.1	15.5	14.9	14.5
Русија	8.5	7.0	6.6	6.5	6.5
Србија	12.2	10.8	11.3	16.5
Словенија	..	14.1	6.4	5.8	6.2	6.6	5.9
Македонија	7.8	7.5	8.5	8.2	..

Извор: w3.unesce.org

На график 12. е прикажано учеството на жените претприемачи во земјите во транзиција за 2005 година. Може да се забележи дека Латвија, Унгарија, Грузија, Бугарија и Казакстан имаат најголеми проценти на жени претприемачи, а најмали проценти имаат Ерменија, Албанија и Азербеџан.

График 12: Учеството на жените претприемачи во земјите во транзиција за 2005 година

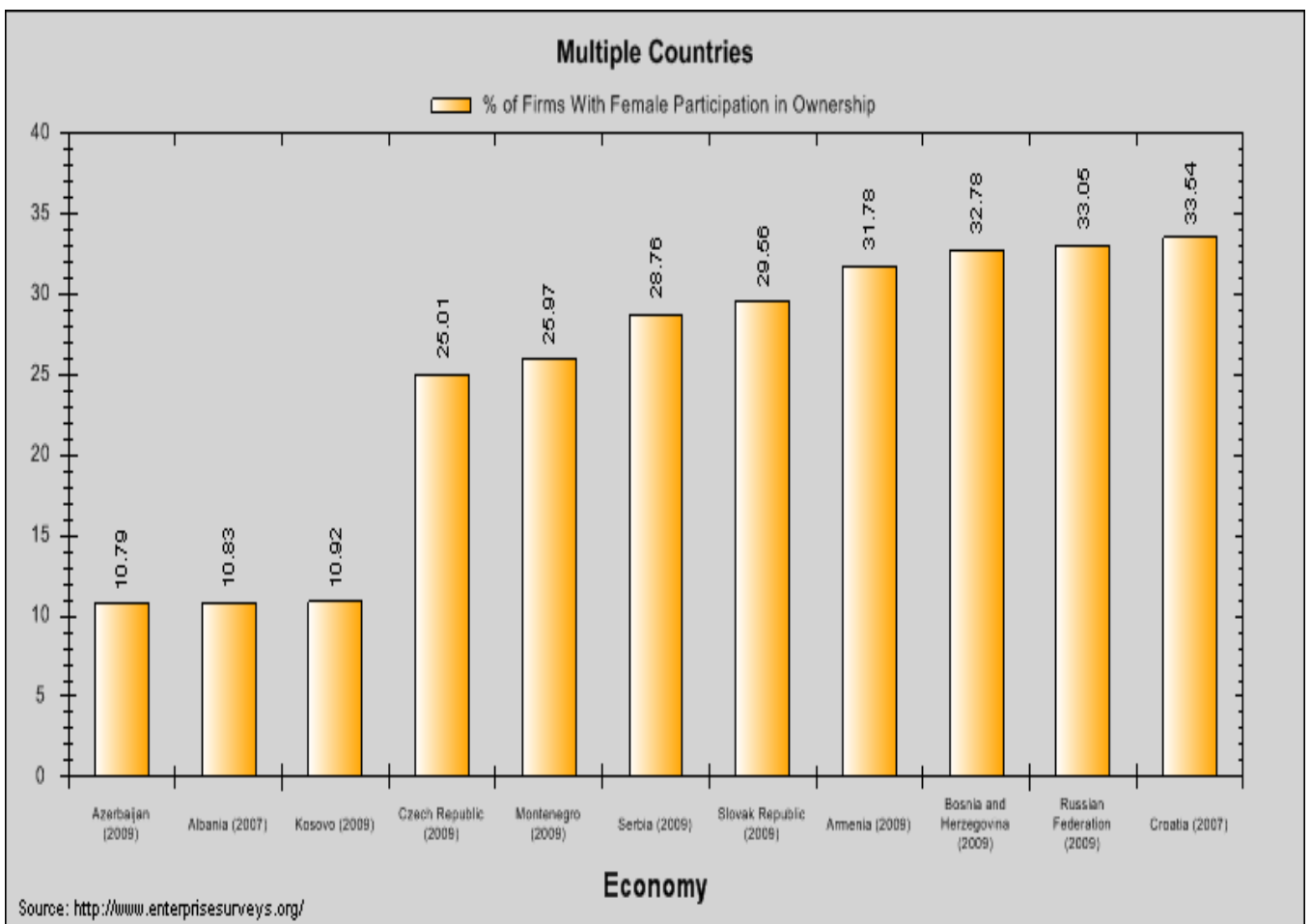
Chart 12: Participation of women entrepreneurs in transition countries for 2005



Извор: Does Gender Matter for Firm Performance? Evidence from Eastern Europe and Central Asia, Shwetlena Sabarwal, Katherine Terrell, The World Bank, September 2008

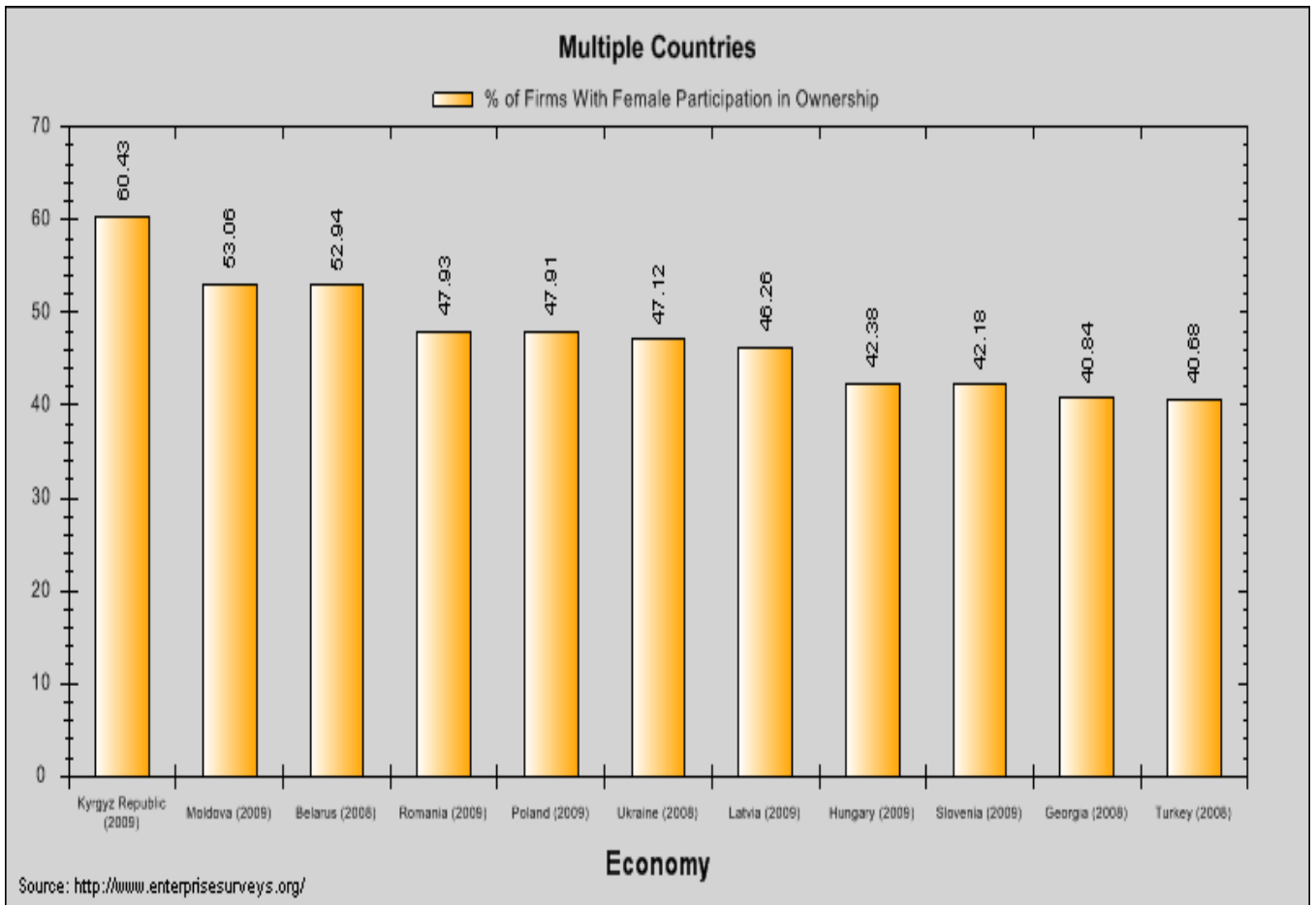
На график 13. и график 14. се прикажани некои земји во транзиција со процентите на фирми во кои жените учествуваат во сопствеништвото, според истражувањата на Светската банка. Ова се однесува на периодот 2007-2009. Според првиот график, земји со најмал процент на фирми каде жените учествуваат во сопствеништвото се Азербејан и Албанија, а со најголем процент се Хрватска, Русија, Босна и Херцеговина, и Арменија. Од вториот график може да забележиме дека Киргистан, Молдавија и Белорусија се на првите три места. Притоа треба да се напомени дека последната земја на графикот, Турција, не припаѓа во групата на земја во транзиција.

График 13: Процент на фирми во кои жените учествуваат во сопствеништвото
Chart 13: Percentage of firms with female participation in ownership



Извор: www.enterprisesurveys.org

График 14: Процент на фирми во кои жените учествуваат во сопствеништво
 Chart 14: Percentage of firms with female participation in ownership



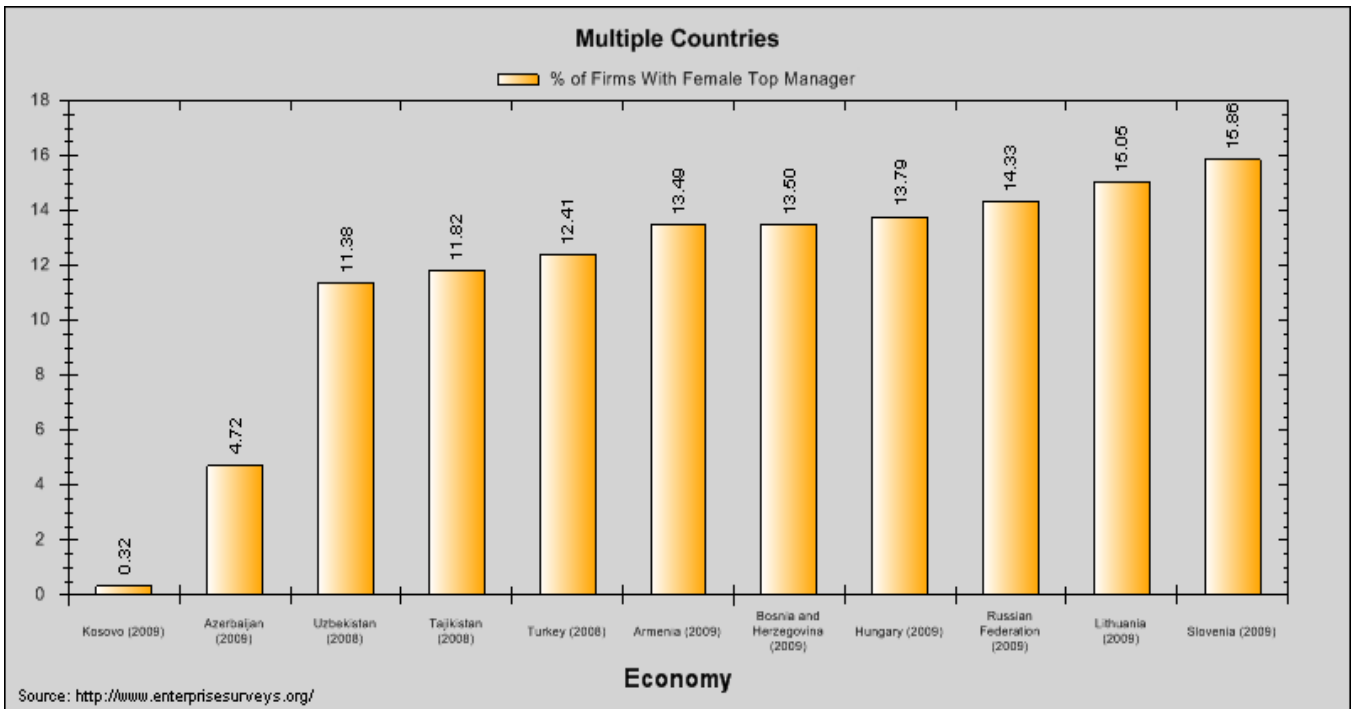
Извор: www.enterprisesurveys.org

Наредните графיקони се однесуваат на застапеноста на фирмите со женски топ менаџери по земји.

Земјите со најмал процент на фирми каде жените се јавуваат како топ менаџери се прикажани на график 15. Автономност на Косово е прогласена во 2006 година и затоа учествува во пресметките на Светската банка.

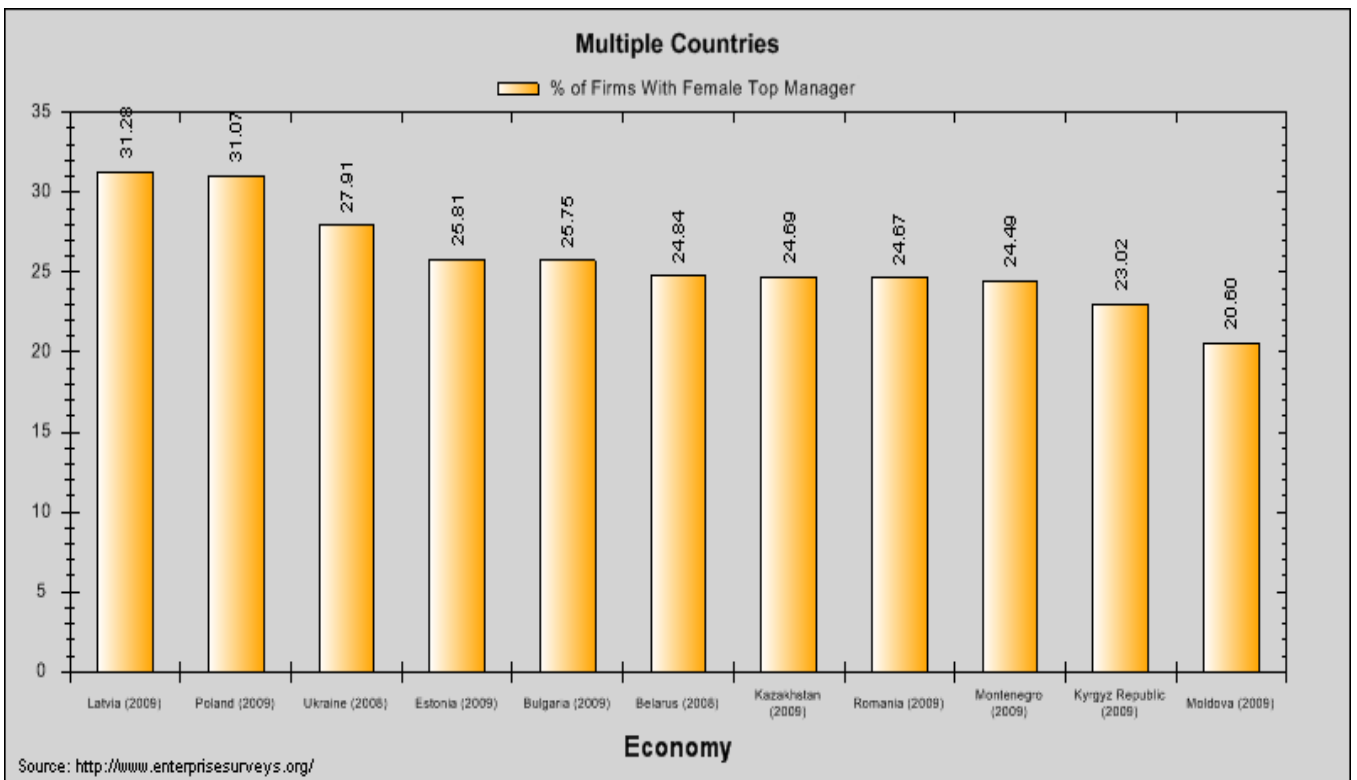
Состојбата, почнувајќи од земјата со најголемо учество на фирми каде жените се јавуваат како топ менаџери е прикажана на график 16.

График 15: Процент на фирми со женски топ менаџери
 Chart 15: Percentage of firms with female top manager



Извор: www.enterprisesurveys.org

График 16: Процент на фирми со женски топ менаџери
 Chart 16: Percentage of firms with female top manager



Извор: www.enterprisesurveys.org

Во овие земји работат голем број на асоцијации за поддршка на жените во бизнисот. Асоцијација на жените во бизнисот и топ менаџери во Романија доделува награди за успешните жени. Во Романија постои и Коалиција на Бизнис Асоцијации на жени. Асоцијацијата на бизнис жени во Србија, им нуди на жените достапност до информации, знаење и поврзување на жените од различни региони. Исто така, постои и Коалиција на Бизнис Асоцијации на жените во Балканскиот регион кој го унапредува статусот на жените претприемачи на Балканскиот регион. Постојат и Асоцијации на бизнис жени во Русија, Казакстан, Узбекистан, Ерменија, Украина кои го унапредуваат женско претприемништво и им нудат поддршка, совети, размена на искуства на жените.

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. Земјите во транзиција имаа потреба да ги градат своите економии, понекогаш и од нула, со влез на најнови технологии, архитектура и помодерни аспекти по примерот на земјите од Западна Европа. Денес, овие економии, преплавени од глобализацијата, пенетрацијата на интернетот и други современи средства на комуникација, отвореноста на бизнисот, ги следат демократските принципи при работата во однос на полот, како и поттикнувањето на еднаквите можности на мажите и жените да учествуваат во управувањето на компаниите. Модернизацијата и глобализацијата им нуди многу големи можности на жените. Тие продираат во полето на бизнисот, навлегувајќи и во индустрии кои беа традиционално машки.

3.6 Жени претприемачи во земјите во доминантна исламска религија

Претприемништвото, како начин за заработување на легитимен профит преку трговија и комерција, е прифатен од исламската религијата. Коранот зборува со одобрување на слободното претприемништво. Оние кои што ја поседуваат приватната сопственост се сметаат за поверници и имаат право да остварат профит од сопственоста. Секој профит кој е заработен праведно и не се заснова врз експлоатацијата на другите се смета за праведен, општествено

корисен и разумен начин. Самата исламска религија нуди посебен начин на однесување на луѓето и има влијание во сите области на животот.

Карактеристика за нашата разгледува област е тоа дека религијата има големо влијание врз бизнисот. На пример, бизнис средбите можат да се прекинат додека муслиманите учествуваат во нив, за да го изведат молитвениот ритуал. Карактеристично за водење на меѓународен бизнис во исламска земја каде фундаментализмот⁴⁶ е во пораст, е дека има пораст на непријателството кон западно поседувани бизниси. Во областите каде исламскиот фундаментализам е силен строго се почитуваат традиционалните верувања и обичаи. Во тие области жените нема еднакви права како мажите, облечени се во долги фустани со долги ракави и ја покриваат косата, имаат минимални права во однос на нивното образование, работа и слично.⁴⁷

Од претходно наведеното можеме да констатираме дека состојбата на жените со земјите каде е доминантна муслиманската религија е поразлична од другите земји, главно поради религијата на која и припаѓаат. За оваа тематика, за жените претприемачи – муслиманки, направени се неколку студии и тоа во 1996 година во Пакистан од Shabbir и D'Greagorio, во Индонезија во 2001 година од Singh et al., Mc Elwee и Al Riyami во 2003 година во Оман, Dechant и Lamky во Оман во 2005 година, Yetim во Турција во 2008 година, Azam-Roomi и Parrot во 2008 година во Пакистан и Essers и Benschop во 2009 година на Жените Муслиманки во Холандија. Од овие студии има изведено неколку заклучоци: традиционално жените доминираат со услужниот сектор, тешкотии во пристапот на капитал, бизнисот зависи од поврзаност со разни асоцијации.

Конзервативните исламски култури инкорпорираат рестрикции во женската мобилност и можностите на жените надвор од дома. Рестрикции 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 ресторанти постојат посебни делови за седење на мажите и жените. Затоа жените муслиманки претприемачи се потпираат на

⁴⁶ Како исламски фундаменталисти се сметаат луѓе мотивирани од искрени и длабоки почитувани вредности, цврство вкоренети во нивната вера. На Западот, исламскиот фундаментализам се поврзува со милитанти, терористи и насилните нереди, крвави судири во исламските земји, како и со нападите на Светскиот трговски центар и Пентагон во САД на 11.09.2011.

⁴⁷ "Меѓународен бизнис", Чарлс В.Л.Хил, македонско издание, Скопје, 2010

членовите од семејството да ги воведат во бизнисот и запознаат со потенцијалните деловни партнери и други претприемачи. 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. Жените во овие земји започнуваат да навлегуваат во бизнисот и да добиваат право за водење на бизнис. Како позитивен податок е примерот за Саудиска Арабија, каде во 2004 година на саудиските жени им беше дадено право да поседуваат дозвола за комерцијален бизнис. Како што еволуира саудиското општество, жените ќе почнат да играат поголема улога во бизнисот. Културата во оваа земја би можела да почне да се менува, особено во смисла на статусот и можностите што им се дозволуваат на жените.⁴⁸

Негативен е фактот на рангирањето на земјите според неписменост на женска популација над 15 години во 2003 година според Unesco, каде претежно муслиманските земји се наоѓаат во првите триесет земји. Како прва рангирана е Нигер, Ирак е на четвртото место, Јемен на осмото, Пакистан на деветото, Бангладеш на дванаесетото место, Чад на шеснаесетото, Мароко на седумнаесетото, Либиерија на деветнаесетото, Египет на дваесет и второто, Индија на дваесет и петтото место и др. Овој факт е загрижувачки и негативно влијае на вклученоста на жените во секоја сфера на животот.

Во табела 26. е прикажано учеството на жените меѓу возрасната неписмена популација во некои муслимански земји во периодот 2005-2008. Од табелата може да се забележи дека неписменоста на женската популација во сите тие земји е голема и го докажува претходно напишаното.

⁴⁸ "Меѓународен бизнис", Чарлс В.Л.Хил, македонско издание, Скопје, 2010, 89 стр

Табела 26: Учеството на жени во возрастната неписмена популација, 2005–2008, (%)

Table 26: Participation of women in adult illiterate population, 2005-2008, (%)

	учеството на жени меѓу возрастната неписмена популација, 2005–2008 (%)
Алжир	66
Чад	59
Египед	63
Мароко	66
Нигер	61
Нигерија	65
Брунеи	65
Индија	65
Индонезија	70
Иран	63
Ирак	69
Либан	69
Малезија	64
Оман	57
Пакистан	63
Турција	83

Извор: unstats.un.org

Во табела 27. е прикажан процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години за временскиот период 1980-2008.

Од табелата може да се забележи дека процентите во некои исламски земји се помалку од задоволителни (Ирак, Јордан, Либан, Либија, Газа, Јемен, Саудска Арабија, Пакистан). Од друга страна останатите имаат прилично добра партиципација на жените во работната сила над 15 години и процентот е над 30%, земајќи ја во предвид исламската религија на која припаѓаат. Партиципацијата на жените во работната сила во поголемиот број од прикажаните земји во табела расте низ целиот временски период.

Табела 27: Партиципација на жените во работната сила (+15 год)
 Table 27: Participation of women in labor force (+15 years)

партиципација на жените во работната сила над 15 год							
	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2008
Авганистан	34	33,1	32,4	31,6	31,3	32	33
Алжир	19,3	19,5	22,8	26,6	31,3	34,7	36,6
Албанија	50,3	50,8	50,8	50,1	50,2	49,5	48,9
Бангладеш	56,5	58,5	61,3	58,7	54,7	57,2	58,3
Бахреин	16,9	22,9	28,2	31	33,8	33	32,2
Брунеи	30,7	37,1	45,1	50,3	55,2	58,3	59,9
Чад	67,5	65,1	64,5	64,5	64,6	62,6	63,2
Џибути	47,9	49,2	51,3	53,4	56,6	59,4	61,1
Египет	29,1	27,5	26,8	25	23,8	22,8	22,8
Индија	32,6	33,2	34	34,5	33	32,4	33,1
Индонезија	44	43,4	50,3	49,4	50,6	50,6	52
Иран	19,5	19,6	21,6	25,9	28,5	30,8	31,2
Ирак	9,8	10,4	10,9	11,7	12,6	13,4	13,3
Јордан	12,5	13,6	15,2	20	21,6	22,1	23,4
Казахстан	61,7	62,1	62,3	62,7	64,7	64,5	66,2
Кувајт	19,3	28,7	36	41,2	44,3	45,2	44,3
Либан	15,1	14,5	19,8	19,2	20	21,2	21,8
Либија	11,5	12,5	15,3	18,8	22,7	24,3	23,8
Мавританија	51,6	52,1	52,5	53,6	55,6	57,6	58,5
Малезија	41,4	41,5	43	42,5	44,3	44,2	44,1
Мароко	23,5	23,9	24,5	26,9	27,5	26,2	26,5
Оман	21,2	17,7	18,7	20,3	23,4	24,7	24,8
Пакистан	11,7	11,6	13,5	12,5	16,1	19,4	21,2
Саудиска Арабија	9,5	13,7	15	15,3	17,6	19,8	20,8
Сомалија	55,1	56,8	58,1	59	58,4	57,1	56,5
Судан	31,2	30	27,4	27,5	28,9	30,1	30,9
Турција	31,5	32,2	34,4	31,1	26,6	24,9	25,1
Западен Брег и Газа	9,9	10,7	11,1	11	10,5	13,9	16
Јемен	17,9	16,7	15,9	16,9	17,2	18,5	19,5

Извор: data.worldbank.org

Во табела 28. се прикажани процентите на жените како работници, работодавци, работници за сопствена сметка, семејни работници, како и учеството на жените како пратеници, високи функционери во некои исламски земји.

Од табелата може да се забележи дека процентот на жени работодавци 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.

Табела 28 Дистрибуција на вработената популација по статус на вработување, 2004–2007 (%)

Table 28 Distribution of female employee population by status of employment, 2004-2007 (%)

Земји	дистрибуција на вработената популација по статус на вработување, 2004–2007 (%)				учество на жените како пратеници, високи функционери и менаџери, 2004–2008 (%)
	жени				
	работници	работодавци	работници за сопствена сметка	семејни работници	
Азербејџан	32,7	1,3	66,0	—	7
Алжир	49,8	1,3	35,3	13,6	5
Брунеи	26
Бангладеш	11,7	0,1	26,4	60,1	23
Египет	53,7	2,8	10,9	32,6	11
Индонезија	30,7	1,4	34,4	33,6	22
Иран	42,2	0,9	23,4	32,7	13
Казахстан	60,2	0,6	37,2	1,3	38
Киргистан	51,7	0,6	27,8	19,3	35
Мароко	33,4	0,6	9,8	55,3	13
Либан	8
Малезија	77,3	1,3	12,5	8,8	24
Оман	9
Пакистан	24,6	0,1	13,4	61,9	3
Турција	48,5	1,3	12,0	38,2	10
Обединетите Арапски Емирати	98,7	0,7	0,5	—	10

Извор: unstats.un.org

Во исламските земји постојат голем број асоцијации за поддршка на жените претприемачи, со цел да се обезбеди пораст на жените претприемачи. Некои од нив се следните:⁴⁹

- Авганистан – Постојат голем број на неформални групи за поддршка на жени. Формални асоцијации почнале да се појавуваат во 2003 година. Асоцијацијата за бизнис жени во Авганистан им помага на жените за раст на нивниот бизнис, за остварување на дијалог со Владата и печатот, како и обезбедуваат кредити за жени. Советот на бизнис жени доби поддршка од Владата и им нуди на жените тренинг и олеснувања. Постои и Федерација на бизнис жени во Авганистан.
- Албанија – Жените претприемачи во Албанија сè повеќе се унапредуваат и дури околу 80% од нив имаат универзитетска диплома. Коалицијата на Асоцијации за жени во Албанија ја подобрува состојбата

⁴⁹ Women's Business Association, Experiences from Around the world: South Asia, Centre for International Private Enterprise, 2009.

на жените во секое поле. Најголем успех на оваа коалиција е прифаќањето на партиципацијата на жените во политиката и донесување на одлуки од страна на Владата. Постојат и други асоцијации како: Независен форум за жени, Независна асоцијација за жени претприемачи, Асоцијација за промоција на бизнисите водени од жени.

- Бангладеш - Членовите на Асоцијација на жени претприемачи во Бангладеш остварија пристап до пазарите на Канада, Индија, Малезија, Непал, САД. Стопанската комора на жени во Бангладеш ги охрабрува жените да користат информатичка технологија. Исто така, им нуди институционална поддршка, заеми на жените.
- Пакистан – Ригорозните културни и религиозни бариери кои постојат во Пакистан ја ограничуваат мобилноста на жените. Стопанската комора на жени во Пакистан е оформена во 1986 година од страна на успешна жена претприемач и нуди програми за тренинг, микро кредити, бизнис развојни програми, пристап до пазари и др. Асоцијацијата на сите пакистански жени, Асоцијацијата за бизнис и професионална жена, Форумот на жени се вклучени во добивање на законски права на жените. Главно, во Пакистан се застапени домашните бизниси за мода и убавина.

Најголемата светска сила САД и нејзиниот врв, претседателот Барак Обама и секретарката на државата Хилари Клинтон, во 2010 година го промовираат женското претприемништво во исламските земји. Тие апелираат да се отворат вратите на жените претприемачи во муслиманските земји и да се зголеми пристапот до финансиски средства и човеков капитал.⁵⁰

Состојбата на жените во исламските земји е незадоволителна поради културните и традиционалните бариери. Основен клуч против тие бариери е пред сè промоција на образованието. Жените потребно е 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.

⁵⁰ loganswarning.com

3.7 Жени претприемачи во Република Македонија

Република Македонија, како и другите земји во транзиција, го имаше и сè уште го има проблемот на големата невработеност. Познавајќи ја состојбата во нашата држава може да кажеме дека Македонија е неповолна зона за женското претприемништво. Транзиција донесе престанок на работата на голем број на луѓе кои на најразличен начин ја барале егзистенцијата. Се формира армија на невработени и голем број негативни последици кои се одразуваат на жените. Поради ова, многу жени се оставени сами да се грижат за себе и за својата егзистенција, па честопати стануваат жртви на насилство, малтретирање и др.

Интересен и вооедно загрижувачки е фактот дека нашата земја е еден век без жена градоначалник. Ова може да го разбереме како негативен факт дека сè уште тие се дискриминирани - без политичко и економско влијание.⁵¹

При тоа за да ја дознаеме состојбата на женското претприемништво во нашата земја, ќе ја разгледаме состојбата на жените во подолг период, нивната партиципација во работната сила, степенот на образование, писменоста, бројот на фирмите кои ги регистрираат и слично.

Во табела 29. е прикажана популација во Македонија по пол. Првично што може да се забележи од табелата е дека имаме позитивен пораст на населението низ годините, како и бројот на машкото и женското население е речиси изедначен.

Табела 29: Популација во Македонија по пол
Table 29: Macedonian population by sex

Година	1998	2003	2008	2009
население на крајот од годината	2 012 705	2 029 892	2 048 619	2 052 722
Мажи	1 007 266	1 018 660	1 026 804	1 028 815
Жени	1 005 439	1 011 232	1 021 815	1 023 907

Извор: Државен завод за статистика, База на податоци

Во табела 30. е прикажана застапеноста на мажите и жените во трите степени на образование. Во однос на средното образование мажите и жените имаат речиси изедначен број. Бидејќи високото образование е еден од клучните фактори на успех во кариерата, од табелата може да се забележи дека во однос на основното и средното образование бројот на лица запишани во високо

⁵¹ <http://www.time.mk/read/87299a78fa/103f9e1f72/index.html>

образование не е многу задоволителен. Поточно, низ целиот временски период со високо образование продолжуваат околу 50% од запишаните ученици во средно образование. Тој број е во пораст во последните години. Интересен е фактот дека жените повеќе се запишуваат во високо образование за разлика од мажите.

Табела 30: Мажите и жените во трите степени на образование
Table 30: Men and women in three levels of education

	1998/1999	2002/2003	2004/2005	2008/2009
Образование				
Основно образование				
Ученици во основно образование	259 081	239 334	223 879-	215 078
Мажи	134 383	123 629	115 256	111 066
Жени	124 698	115 705	108 623	104 012
Средно образование				
Ученици во средно образование	89 040	95 950	94 053	93 164
Мажи	46 392	50 038	49 352	48 521
Жени	42 648	45 912	44 701	44 643
Високо образование				
Запишани студенти	35 141	45 624	49 364	63 437
Мажи	15 782	20 003	21 377	29 844
Жени	19 359	25 621	27 987	33 593

Извор: Државен завод за статистика, База на податоци

Како надовразување на претходната табела е табела 31. во која е прикажана состојбата на дипломирани студенти во 2006, 2007, 2008 година. Самиот податок од претходната табела е докажан и во оваа табела, жените се со поголем број на дипломирани студенти, што се смета за поволен податок за натамошен успех.

Табела 31: Дипломирани студенти на додипломски студии
Table 31: Bachelor

Дипломирани студенти на додипломски студии									
	2006			2007			2008		
	Вкупно	Мажи	Жени	Вкупно	Мажи	Жени	Вкупно	Мажи	Жени
Република Македонија	6 199	2 178	4 021	8 188	3 118	5 070	10 638	4 249	6 389

Извор: Државен завод за статистика, База на податоци

Невработеноста е едно од најголемото зло кое се јавува во нашето општество. Како мажите, така се погодени и жените. Денес невработеноста сè повеќе ги погодува младите високообразовани кадри кои поради неповолната состојба на пазарот на труд одлучуваат да ја напуштат земјата и да ја бараат

егзистенцијата надвор од државата. Во табела 32. е прикажан процентот на невработеност на жените од вкупната женска работна сила, според Светската банка. Врз основа на овие податоци, тој процент бележи опаѓање.

Табела 32: Процент на невработеност на жени од вкупната женска работна сила
Table 32: Percentage of unemployment of women in total female workforce

процент на невработеност на жени од вкупната женска работна сила												
Година	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Република Македонија	40,8	37,6	33,3	34,9	32	32,3	36,3	37,8	38,4	37,2	35,5	34,2

Извор: data.worldbank.org

Во табелата што следува е прикажан прегледот на невработени лица според националната припадност за периодот 2003-2009. Позитивно е тоа што врз основа на статистиките на Заводот за вработување, бројот на невработени лица се намалува. Истото се однесува и за женската популација.

Табела 33: Невработени лица според национална припадност
Table 33: Unemployed persons by nationality

преглед на невработени лица според национална припадност																
	Вкупно		Македонци		Албанци		Турци		Роми		Срби		Власи		Други	
	Се	Жени	Се	Жени	Се	Жени	Се	Жени	Се	Жени	Се	Жени	Се	Жени	Се	Жени
03	390361	167937	261166	122126	81101	26598	15612	6079	16937	7114	3681	1441	484	171	10880	4 408
04	391072	166464	263322	121416	81802	26631	15464	5892	16764	6946	3699	1482	503	168	9518	3 929
05	359989	151635	239688	109054	77883	26019	14062	5096	15714	6457	3214	1243	459	152	8969	3 612
06	366551	152610	242014	108784	81234	27158	13769	4733	16797	6936	3214	1233	464	140	9059	3 626
07	357166	148070	229971	102960	83653	28202	13637	4665	17672	7410	3065	1195	446	139	8722	3 499
08	343363	144883	216366	98677	83954	29093	13553	4793	17801	7604	2852	1140	374	115	8463	3 461
09	341295	145939	213280	98479	84747	29798	13655	4980	17981	7897	2783	1103	365	127	8484	3 555

Извор: www.zvrm.gov.mk

Процентот на учество на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години, според Светска Банка, е прикажан во табела 34. Тој процент е околу 40% за периодот од 1980-2008 и опаднал за околу 5%.

Табела 34: Процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години

Table 34: Percentage of participation of women in the workforce in the total female population over 15 years

процентот на партиципација на жените во работната сила од вкупниот број на женска популација над 15 години									
1980	1985	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	
47,2	46,5	46,3	43,2	40,8	42	41,8	42,8	42,7	

Извор: data.worldbank.org

Според Unstats, во табела 35., прикажана е споредбата на стапката на партиципација на жените во работната сила во 1990 година и 2010 година. Таа стапка бележи опаѓање.

Табела 35: Стапката на партиципација на жените во работната сила
Table 35: Rate of participation of women in the workforce

Земја	Стапка на партиципација на работната сила(+15) (%)				Учество на жените во возрасна работна сила 2010 (%)	Стапка на невработеност на возрасни (+15), 2005-2007 (%)	
	1990		2010			Жени	Мажи
	Жени	Мажи	Жени	Мажи			
Република Македонија	54	73	42	66	39	36	35

Извор: unstats.un.org

Во табела 36. е прикажана дистрибуција на вработени по статусот на вработени, според Unstats. Според овие пресметки, жените како работодавачи и работници за сопствена сметка се јавуваат во прилично мал процент.

Табела 36: Дистрибуција на вработени по статусот на вработените, 2004–2007 (%)
Table 36: Distribution of employees by status of employees, 2004-2007 (%)

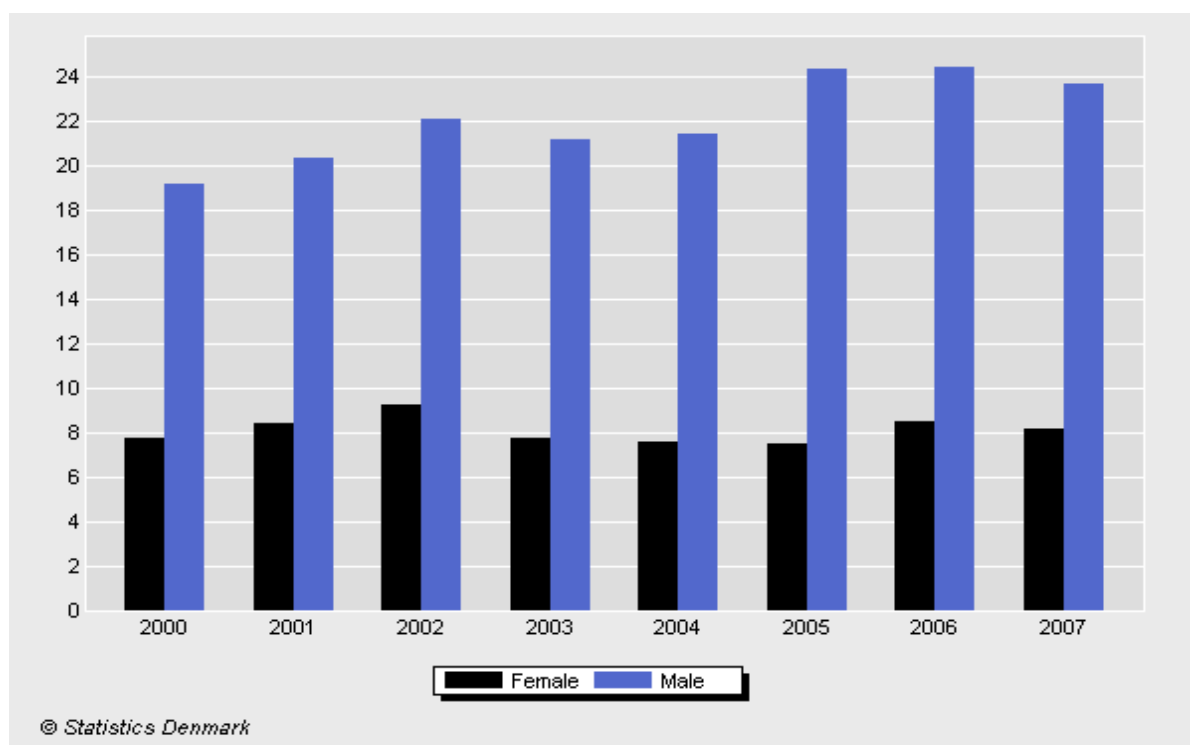
Земја	Дистрибуција на вработени по статусот на вработените, 2004–2007 (%)						Жени пратеници, висок функционер, директор 2004–2008 (%)	Жени службеници 2004–2008 (%)
	Жени			Мажи				
	вработен	работодавец	работник, сопствена сметка	вработен	работодавец	работник, сопствена сметка		
Република Македонија	76,9	3,3	4,8	69,3	7,0	16,7	29	49

Извор: unstats.un.org

Според статистиките на Unese, на следниот график се прикажани процентите на работодавците и работници за сопствена сметка на мажи и жени од вкупниот број на вработени. Тој процент е многу различен во однос на мажите и жените. Мажите се далеку позастапени на ова поле за разлика од жените, во текот на целиот временски период.

График 17: Процент на работодавци и работници за сопствена сметка од вкупниот број на вработени

Chart 17: Percentage of employers and workers on own account in the total number of employees



Извор: w3.unesc.org

Жените остануваат и понатаму помалку да го уживаат статусот работодавец. Жените претприемачи во нашата земја се најзастапени во секторот здравство и социјална заштита, а најмалку во секторот градежништво.⁵²

Во 2009 година, во земјоделските претпријатија пак биле вработени 21.5% жени од кои 24.4% со више и високо образование, а 46.7% со средно образование.

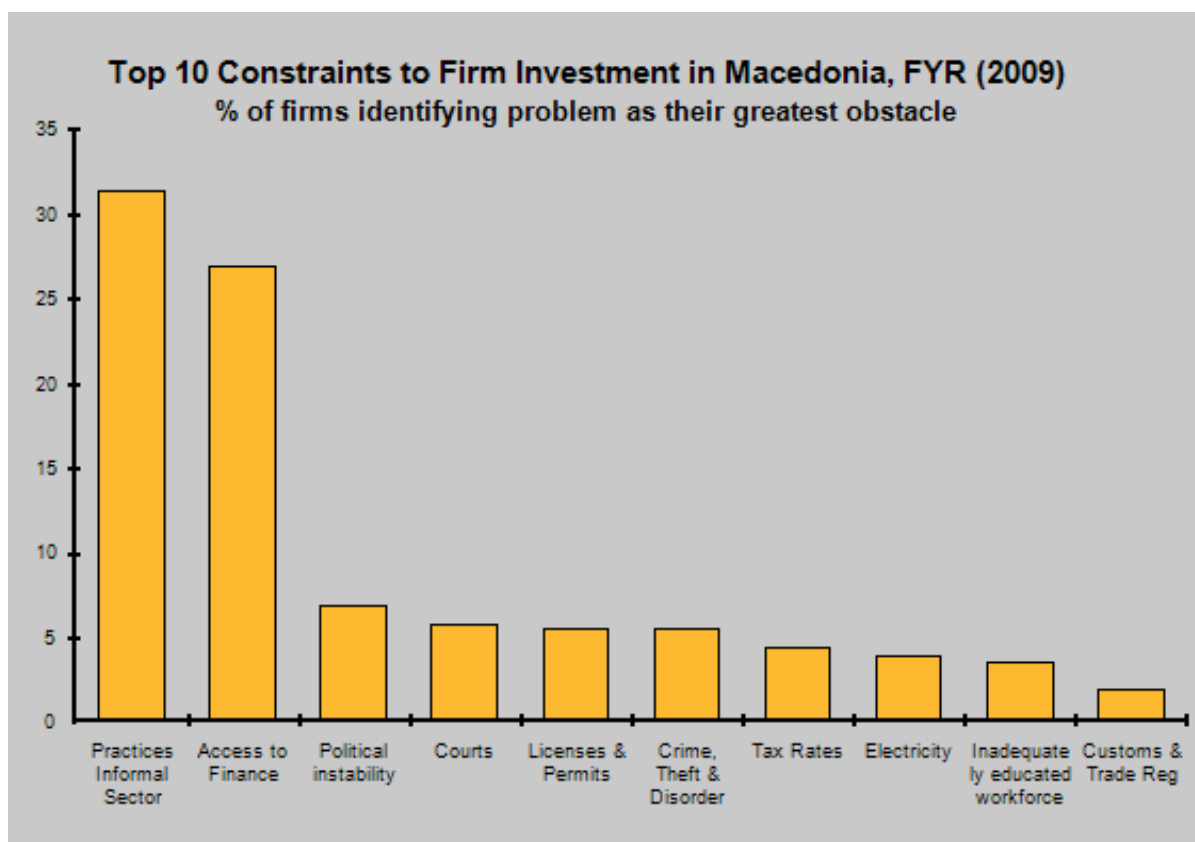
Според Инфографикот за претприемништвото на македонскиот веб сајт претприемач, претприемачите за стопанисување во Македонија сметаат дека има слаби услови за стопанисување во нашата земја.

Според Светската банка, на следниот график прикажани се десетте најголеми пречки до кои се соочуваат фирмите кои сакат да инвестираат во Македонија.

⁵² www.netpress.com.mk

График 18: Десетте најголеми пречки со кои се соочуваат фирмите кои сакаат да инвестираат во Македонија

Chart 18: Top 10 constraints to firm investment in Macedonia



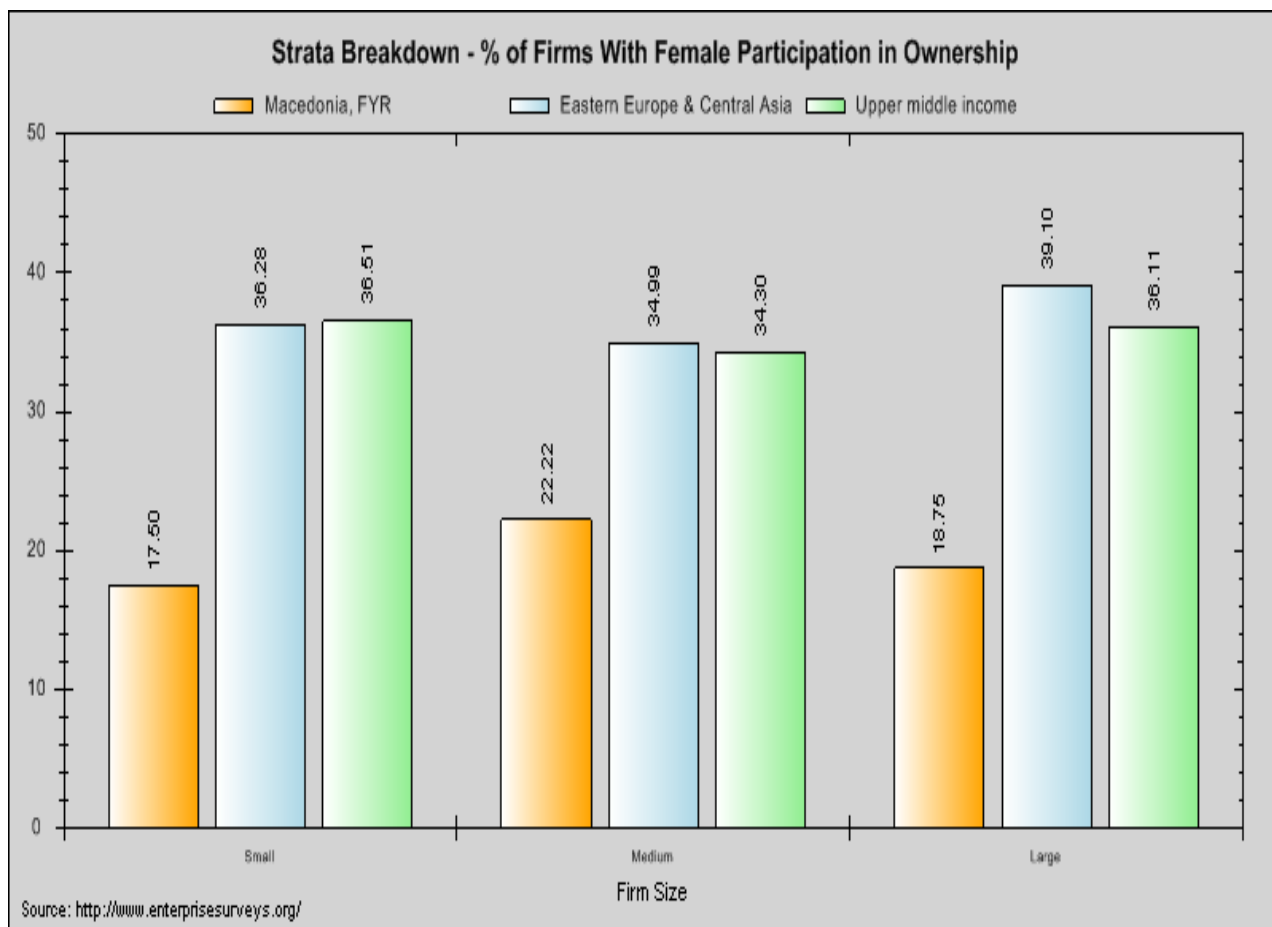
Извор: www.enterprisesurveys.org

На првото место е постоењето на неформалниот сектор, потоа пристапот до финансии, политичката нестабилност, лиценци и дозволи и др. Овој график е прикажан за да ја увидеме можноста за започнување на бизнис во нашата земја. Тие десет пречки го попречуваат стартот на бизнис, како на жени, така и на мажи, како на странски државјани, така и на македонски државјани.

Според пресметките на Светската банка, на график 19. е прикажан процентот на фирми во кои жените учествуваат во сопствеништвото. Притоа од самиот график можеме да заклучиме дека жените како сопственици на мали фирми во 2005 година се јавуваат со 17.50%, споредено со земјите од Источна Европа и Централна Азија, и земјите со среден приход кои имаат околу 36% учество на жени како сопственици. Состојбата на средните фирми е 22.22% наспроти околу 34%, а на големи фирми 18.75% наспроти 39.10% и 36.11%. Можеме да заклучиме дека процентот во Македонија е некаде повеќе од 50% од процентите во споменатите земји, што претставува позитивен податок.

График 19: Процентот на фирми во кои жените учествуваат во сопствеништвото во 2005 година

Chart 19: Percentage of firms with female participation in ownership in 2005

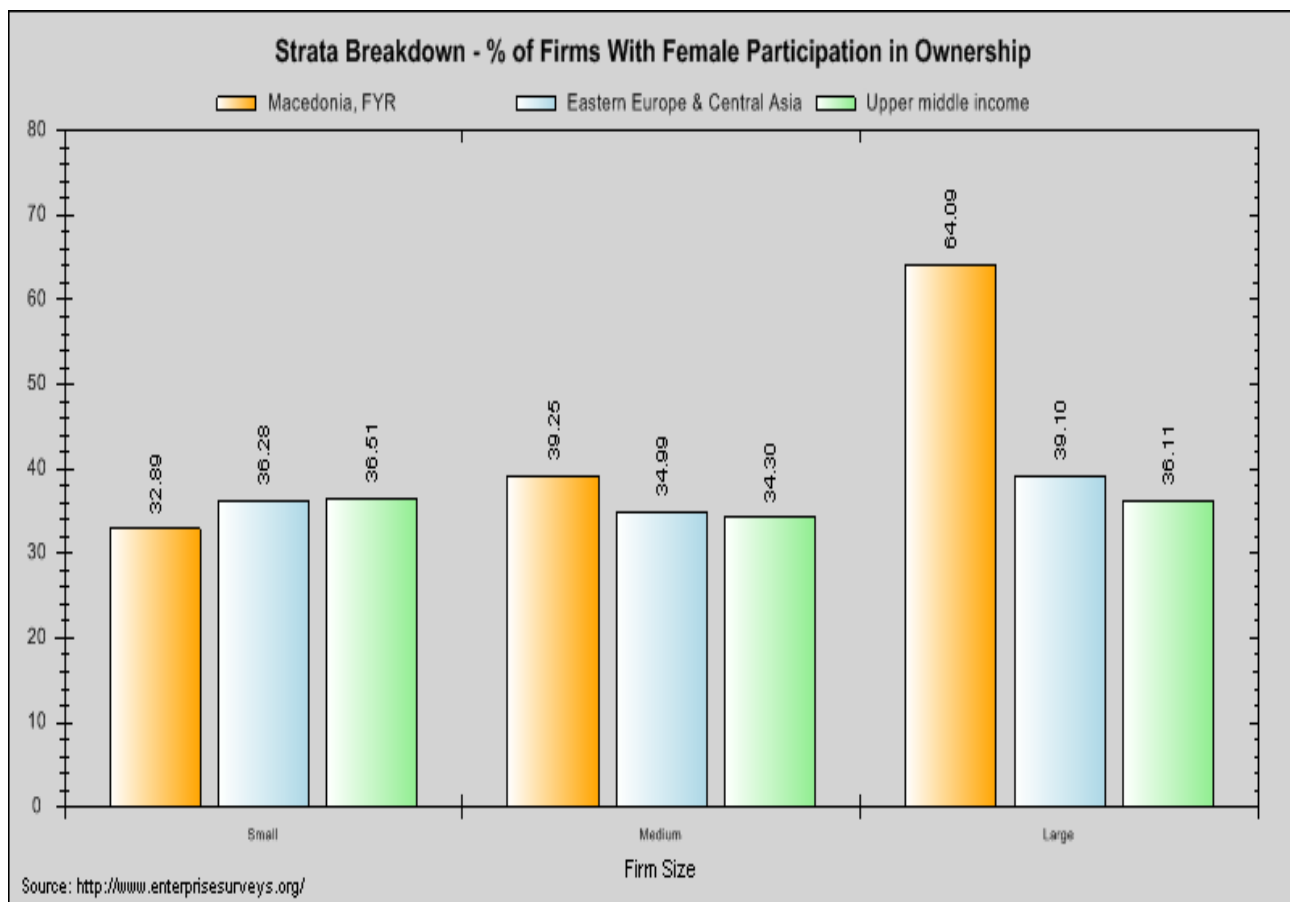


Извор: www.enterprisesurveys.org

Неслучајно е прикажан график 20., кој ги содржи истите споредби од претходниот, но се однесува за 2009 година. Од графикот може да забележиме дека состојбата значително е подобрена со тоа што процентите на фирми со учество на жените во сопствеништво во Македонија се зголемува и скоро се изедначува со земјите од Источна Европа и Централна Азија, како и земјите со среден доход. Дури кај големите фирми тој процент е над просечниот од претходно споменатите земји.

График 20: Процентот на фирми во кои жените учествуваат во сопствеништвото во 2009 година

Chart 20: Percentage of firms with female participation in ownership in 2009

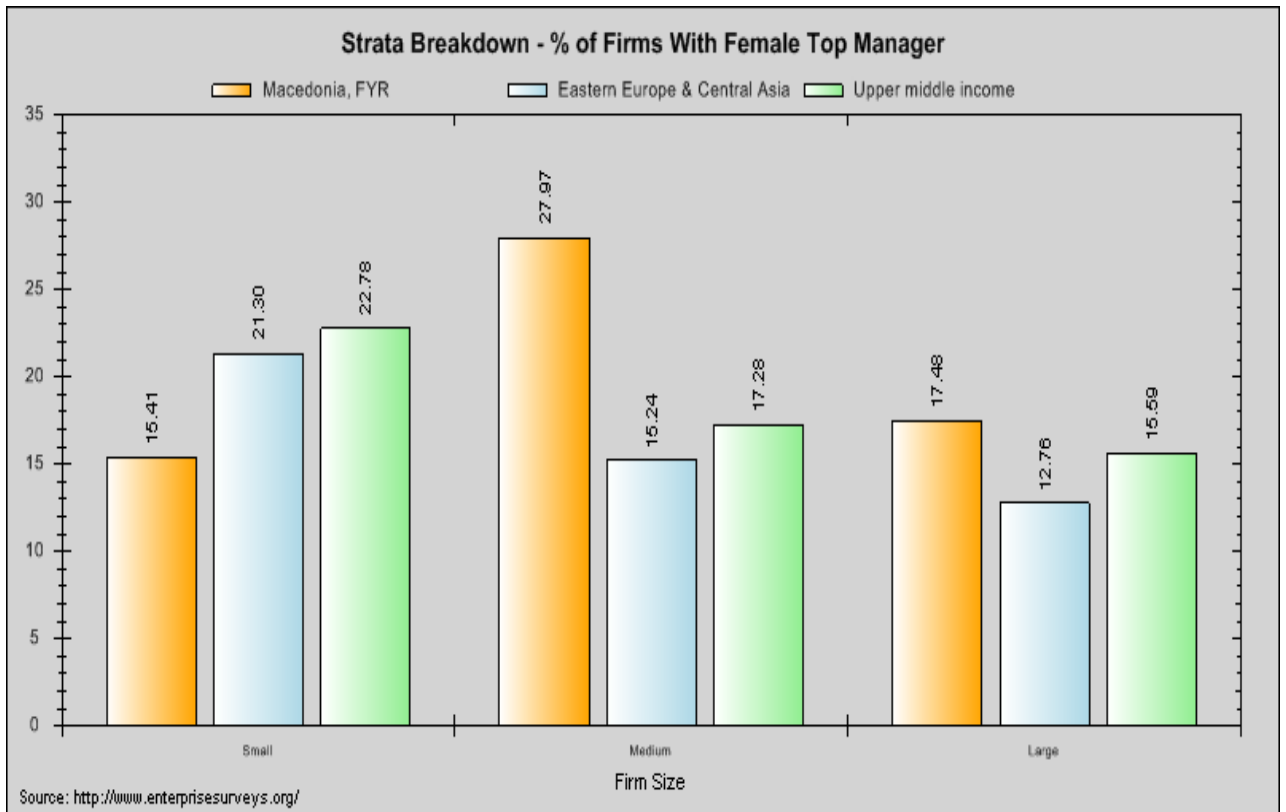


Извор: www.enterprisesurveys.org

На график 21. се прикажани процентите на фирми со женски топ менаџери во 2009, според Светската банка.

Процентите на фирми со жени како топ менаџери е прилично задоволителен без разлика дали претпријатието е мало, средно или големо, споредено со земјите од Источна Европа и Централна Азија, и земјите со среден доход. Најголемо учество на жените како топ менаџери има во средните претпријатијата.

График 21: Процент на фирми со женски топ менаџери во 2009 година
 Chart 21: Percentage of firms with female top manager in 2009



Извор: www.enterprisesurveys.org

Во нашата земја нема доволно достапни статистички податоци за жени претприемачи. Според податоците на Глобалниот монитор на претприемништво во 2008 година, се смета дека мажите заземаат околу 70.3% , а жените претприемачи 29.7%.

Македонија, како земја во транзиција, се соочува со проблеми во однос на жените претприемачи. Како најизразени бариери се:

- ❖ *Патријархална средина.* Како бариера на жените во бизнисот е патријархална средина во која живееме.
- ❖ *Недоволна поддршка од државата.* Поддршката е на ниско ниво, започуваат да се прават некои напори за да се зголеми таа поддршка, но тие остануваат само како маркетинг.
- ❖ *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.

- ❖ *Проблеми со финансиите.* Кредитите и заемите од банките и штеделниците се прескапи. Потоа и самите банкарски трошоци и провизии се големи. При земање на кредит, при плаќање на налози, при отворање на сметки, при употреба на кредитни картички се земаат провизии, кои за услуга што ја извршуваат навистина се преголеми. Исто така, како проблем се и преголемите банкарски гаранции. Се бараат преголеми банкарски гаранции за извршување на одредени бизнис активности, а банките премногу наплаќаат за ваков тип на услуги. 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. Кај нас не постојат и некои посебни програми за финансиска помош на жените. Не постојат банки или финансиските институции кои ги третираат жените за посебен субјект во кредитирањето.
- ❖ *Недостиг на поддршка од бизнис асоцијацијата.* Бизнис асоцијации постојат само на хартија без конкретни поддршки и помош за жените претприемачи. Потребна е поголема поддршка на жените претприемачи, не само од финансиски аспект, туку и консултативен, советодавен аспект, како и од можност за обуки и тренинг. Недостигот на таква поддршка од одредени асоцијации преставува хендикеп за развојот на жените претприемачи.
- ❖ *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 немате ослободувања.
- ❖ *Неповолно претприемничко окружување во државата.* Колку и да се фалиме дека многу сме постигнале сепак не сме ни чекор напред. Доколку имаме вистинска претприемничка клима економскиот раст на целата држава би бил многу поголем, а невработеноста е 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 вниманието на поттикнување на свеста на жените претприемачи. Но, севкупната состојба покажуваат дека ова е сè уште на далечно ниво од потребното.
- ❖ *Непостоење на доволно регионално поврзување помеѓу државите, а особено во делот на 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. Освен домашните пазари странските пазари играат клучна улога за успех на бизнисот.

Бројот на жените како претприемачи и раководен кадар во малите и средни претпријатија во последните години е во постојан пораст во нашата земја и тоа може да се објасни со:

- ❖ Желбата на жените за независност и самодокажување на вредноста на својата личност;
- ❖ Располагање со потребни знаења;
- ❖ Женската чувствителост за промени и решителност за преземање ризик.

Потребно е да се стимулира женското претприемништво во Македонија, за да се мотивира женската популација да започне со бизнис. Главно, проектите кои имаат за цел да ја поттикнат жената во бизнисот во нашата земја се сведуваат на спроведување на обуки, семинари. Ова прашање не е посебно третирано од страна на институциите на Владата и од организациите. Кај нас постојат повеќе здруженија за жени кои реализираат проекти за женското претприемништво, но тоа не е доволно потребна е поголема и посериозна работа за да се мотивираат жените да се унапредат на полето на бизнисот. Агенцијата за вработување во нашата земја не нуди посебни програми за квалификација и преквалификација на жените за да им помогне да се унапредат и да можат за започнат сопствен бизнис. Интересен е фактот, дека агенцијата "Марили" секоја година организира избор на 10 жени менаџери од различни области. Ова може да се разбере како промоција на успешните жени во нашата земја.

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

Европската мрежа на претприемачи промовира претприемништвото меѓу жените опфаќајќи ги земјите вклучени во Програмата за конкурентност и иновативност на Европската комисија во која е вклучена и Македонија. Овој повик има за цел да го поттикне женското претприемништво и воедно да ги охрабри жените, како оние што се вклучени во општествениот живот така и жените кои сè уште студираат, да креираат сопствени бизниси и да станат претприемачи.⁵³

Различните земји имаат различни искуства на застапеност на жени претприемачи. Примерите од сите земји покажуваат дека жените навлегуваат во полето на бизнисот. Може да констатираме дека постојат големи разлики меѓу земјите. Разликите се дотолку големи, што во некои земји жените работат во полето на бизнисот, а додека во некои земји состојбата е таква да тие немаат можности да се образуваат, ниту пак да напредуваат во кариерата. Како решение за проблемот со малата застапеност на жените претприемачи е намалување на неписменост, зголемување на степенот на образование, модерен поглед кон светот, како и отргнување на жената од традиционалните погледи на животот.

⁵³ http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item_id=3917&tpa_id=138&la

4. Стратегија за развој на женското претприемништво

Женското претприемништво е една од најактуелните теми во светот. Со тоа што во една земја ќе имаме поголема вклученост на женската популација во образованието и економија, ќе се обезбеди поголемо присуство на едуцирани и подинамични жени претприемачи кои ќе придонесат во креирањето на бизнис окружувањето и севкупната економска политика.

Во продолжение понудивме стратегија за развој на женското претприемништво. Главна цел на оваа стратегија е зголемувањето на можностите на жените, како и унапредување на жените во полето на бизнисот со поголема храброст и самодоверба. Стратегијата за развој на женското претприемништво претставува основна насока за остварување на визијата, зададените цели и приоритети поврзани со женското претприемништво во еден долгорочен период. Преку оваа стратегијата, со одредување на мерките и насоките, се утврдуваат и овозможуваат начини на решавање на ограничувањата и проблемите од оваа област.

Во продолжение се наведени приоритетите кои треба да опфаќа стратегијата за развој на женското претприемништво.

- *Проучување и иницирање на прашања поврзани со подобрување и унапредување на општествено – економската и социјалната положба на жените.* Ова претставува основен предуслов за понатамошно унапредување на жената. Популаризацијата на хуманоста, солидарноста, толеранцијата кон жената, ќе го зголеми степенот на почит кон неа. Самото решавање на овој предуслов подразбира афирмирање на културата на живеење на жената и семејството.
- *Обезбедување на права и слободи на жената, како и намалување на половата дискриминација.* Заштитата на положбата на жената со законски акти влијае врз свеста на населението на прифаќање на статусот на жената. Под слобода на жената се подразбира слободата на изразување на жената, решавањето на проблемите поврзани со положбата на жената, како и остранивање на обличите на насилство над неа. Можноста на застапеност на жените на водечки позиции е прашање кое заслужува внимание. Со тоа што се

зголемува бројот на жени менаџери на големи компании, градоначалници, пратеници, министри, носители на политични партии, премиери, претседатели се прекинува бариерата на жените во тоа поле. Исто така, потребно е и обезбедување соодветна застапеност на жената во сите сфери на јавниот живот во државата.

- *Намалување на нивото на неписменост, зголемување на степенот на образование, обуки, преквалификација и надоградување на жените.* Ова подразбира влијание со одредени законски акти со кои се налага задолжително основно и средно образование на жените, како и промоција на високото образование. Образовниот систем потребно е да овозможува практична работа на студентите како во јавниот, така и во приватниот сектор. Значајни се и обуките и преквалификација на жени преку организирање на разни семинари, курсеви, трибини, работилници, летни и зимски кампови и слично. Од голема значајност е размената на студенти помеѓу земјите, затоа што на тој начин се овозможува согледување на различна култура и начин на живеење. Обука на жените за работа со компјутери и изучување на странски јазици дополнително ја олеснуваат афирмацијата на жена во најразлични области. Посебен акцент треба да се стави и на социјалната и здравствената едукација на жената, посебно поради нејзината биолошка репродукција. Развивање на здравствената култура и ефикасен систем на здравствена заштита ја подига свеста за важноста на превенција на здравјето на жената.
- *Еманципација на жените во руралните средини и нивно економско зајакнување.* Размислување во поглед на повисоко образование и укажување на можностите за формирање самостојни земјоделски претпријатија во тие средини. Младите и необразовани жени од руралните подрачја имаат мошне ниска активност на пазарот на труд, но и помали можности заради пониското ниво на вештини и знаења со кои располагаат.
- *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.
- *Креирање на политика за самовработување на жените, како и развој на женското претприемништво.* Оваа политика значи ефикасна координација на министерства, агенции, владини тела, приватен сектор, население за да може да се обезбеди остварување на креираната политика. Креирањето на политиката подразбира формирање на план со кој ќе се постигне ефикасен стратешки развој на женското претприемништво. Преку оваа политика ќе се поттикне деловниот успех и деловната култура на жените. Промовирање и поттикнување на современиот менаџмент и концептот на претприемништво меѓу жените, би овозможило стекнување храброст и самодоверба за подобар статус во деловниот свет.
- *Поедноставување на правното и регулаторното окружување.* Ова се однесува на подржување на женското претприемништво од правното окружување и деловната клима. Односно, потребна е поедноставена процедура за регистрацијата на женските стопанските субјекти преку примена на едношалтерскиот систем. Поедноставената процедура ја подразбира можноста за on-line регистрација, намаленото времетраење за регистрација на претприејатието, намалување на постапките за издавање на лиценци, поедноставување за добивање на различни дозволи. Оваа процедура се однесува на претприемништвото во целост, но со голема мера ќе се подбрат и можностите на жените претпремачи доколку се осврне на ова прашање.
- *Овозможување на пристап до финансии.* Финансиите ги разгледаваме подетално во трудот, но сепак повторно ќе ја

истакнеме нивната огромна значајност на старт на бизнис од страна на жените. Банкарскиот сектор потребно е да овозможи полесен пристап до мали заеми, како и финансирање на извозно ориентираните претпријатија преку обезбедување на заеми со поволни услови. Промоцијата на алтернативните начини за финансирање се начин повеќе за полесен пристап до финансиски средства. Информирање за користење на финансиски средства од меѓународните организации ќе им овозможи на жените да можат да ги користат истите.

- *Поедноставен даночен систем во државата, кој подразира даночни ослободување и олеснување на нови претпријетија на жените, како и други олеснување од таков тип.*
- *Промоција на информатичката, комуникациската технологија и овозможување ширење на технологијата кон претпријатијата на жените.* Со овој вид на промоција се мотивираат жените да работат во овој сектор. Овие технологии се носечките во 21 век и затоа потребно е во поголем степен да се промовираат и притоа да се проучуваат за да се овозможи полесен влез на овие пазари. 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.
- *Овозможување на обуки за жените претприемачи.* Обуките за женските претприемачи им помага на жените да осознаат за успешните примери, како и применување на истите. Едукациите и обуки се овозможуваат преку организирање на семинари, трибени, курсеви и слично.
- *Пораст на претприемничкото образование и претприемачкиот дух на жените.* Претприемничкото образование значи овозможување на жените да ги изучуваат предметите поврзани со претприемништвото. Образованието потребно е да биде насочено кон зголемување на претприемничката култура и дух на жените.

Потребно е вклучување на жените во претприемнички програми, курсеви со што ќе се овозможи остранување на скептицизмот кој постои кај нив за избор на претприемништвото како кариера. Воведувањето на додипломски и последипломски студии во областа на претприемништвото ќе придонесат до зголемување и зајакнување на знаењето од областа на претприемништвото. Преку промовирање на претприемништвото во образованието се зголемува и претприемничкиот дух кај жените, со што се наведуваат жените да размислуваат на претприемачки начин. Претприемачкото образование овозможува развој на претприемачките карактеристики на жените, нивните менаџерски вештини, како и да им помогне полесно да го истражуваат пазарот, да ги креираат најдобрите маркетинг стратегии, да ја разберат суштината на бизнисот и многу други области поврзани со претприемништвото.

- *Формирање на асоцијации и здруженија за поддршка на женското претприемништво.* Преку овие асоцијации им се овозможува на бизнис жените полесен пристап на база на податоци и информирање на едно место, како и вклучување во проекти во државата и надвор од неа. Бизнис жените добиваат информации, консултантски и едукативни услуги и имаат поголема советодавна поддршка. Овие асоцијации обезбедуваат поддршка на профитабилни, креативни и специјализирани проекти. Здруженијата им овозможуваат на бизнис жените поврзување со нивните колеги од странство, размена на различни искуства и добивање на информации за водење на бизнис во другите земји. Овде е и вклученоста во меѓународните проекти меѓу различни земји.
- *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. За странските пазари многу значајно е откривање на условите на странските пазари и културните

разликите во одредената земја. Информациите кои се нудат за странските пазари се од неопходна помош за жените претприемачи. Од голема важност се и извозните кредити и поволни услови за увоз на репроматеријали за производи и услуги наменети за извоз.

- *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. Државата треба да изгради сопствена структура која ќе ги подготвува проектите за развој и осамостојување на жените и истите да ги реализира. Државната помош е наменета кон давање на информации за инвестиции, едукација, истражување и развој, заштита на животната средина, давање информации за пазарот, обезбедување на фер конкуренцијата и слично.
- *Полесен начин за поднесување на поплака.* Ова подразбира можност за поднесување на поплаки поради нетранспаренски и незаконски процедури.

Успешно спроведување на стратегијата ќе се овозможи со цврста координација меѓу разни институции и органи на министерства. При спроведување на стратегија голем удел има и населението. Затоа што со порастот на свеста кај населението за потребата од афирмација на жените и развој на женското претприемништво, ќе се овозможи современ поглед кон улогата на жената, рамноправна на мажот.

Секое општество потребно е да ја разбере потребата од формирање на стратегија за развој на женското претприемништво затоа што стратегијата ги покажува насоки на дејствување за да се остварат целите и визиите поврзани во женското претприемништво. Со самата стратегија се проучува женското претприемништво и притоа му се посветува поголемо внимание.

5. Резултати од истражување

- Студија на случај

А. Г-ѓа Соња Бандолиева, „Нимекс СА“ Штип

„Малку луѓе се способни спокојно да го изразат своето мислење кое што се разликува од предрасудите на нивната средина. Повеќето луѓе не се ни во состојба да обликуваат такво мислење.“

А.А.

„Нимекс СА“ е компанија која се занимава со производство на конзервиран зеленчук. Основана е како фамилијарен бизнис, од страна на г-ѓа Соња Бандолиева и г-дин Александар Николовски, кои се брат и сестра. Можат да се пофалат дека почетоците на оваа фирма се од нив, односно не ја наследиле фирмата тука самите дошле до идеја да ја основаат. Се одлучуваат за приватен бизнис бидејќи живееле во таква средина, каде биле навикнати на приватен капитал, поради тоа што нивниот татко бил адвокат. Оваа фирма се занимава со сезонско производство и интензивно работи од мај до ноември. Нивната фирма воведува новини на пазарот. Додека другите компании од истиот сектор се трудоинтензивни, во оваа компанија производството е машинско. Постојат три производствени линии. Првата производствена линија А е за производ корнишони, втората производствена линија В е за производ печени пиперки и третата производствена линија С е за производ ајвар, кој е нов тип на ајвар поразличен од досега познатиот.

Г-ѓа Соња Бандолиева е дипломиран економист, која со амбициозност и многу енергичност го завршува својот факултет во рекордно време. Можеби поради тоа, го смета образованието, заедно со карактерот на личноста, за пресудни фактори при почеток и водење на бизнис.

Почетоците на оваа упорна, амбициозна, интелегентна, енергична, вредна, искрена кон бизнисот личност се во Трготекстил, прво работејќи во одделот за деловни односи со Турција и Англија, потоа во одделот за книговодство. Продолжува со работа во шпедиција, за потоа да се одлучи за водење на

приватен бизнис. Прво нивниот фамилијарен бизнис е ориентиран на трговија, а потоа се насочуваат кон основање на фирмата Нимекс која успешно работи.

Како нејзино основно мото е амбицијата, која го мотивира човекот да трага по поуспешни патеки во животот. Нејзина желба е да ја создаде сопствена вечност, односно да ја издигне и да ја задржи фирмата на такво ниво што ќе остане како наследство за наредните генерации. Да остави наследство на една успешна фирма по која ќе ја паметат нејзините поколенија.

Себе си не се гледа како традиционална и обична македонска жена. Нејзиниот дух е многу поразличен од македонските жените. Таа поседува високи цели и идеали за успех, кои се реткост во нашата земја. Додека македонските жени го користат своето време за целосно посветеност на фамилијата, па дури и покореност на мажот, како и на работи кои се непотребни, како гледање на различни играни серии, таа размислува како да го унапреди својот бизнис и бара начини кон успехот. Таа сака да чита различна литература, да патува, целосно е посветена на работата и сè друго и е во втор план. Според неа, ретко е да се пронајде успешна жена во Македонија. Градот во кој работи и води фирма, Штип, е еден од градовите од нашата земја кој има најмногу успешни жени поради големиот број на текстилни компании. Македонските жени немаат идеи за бизнис и се насочени кон фамилијата. На жените од нашата земја им препорачува да напредуваат, за да успеат и да се одделат од традиционалните погледи.

И покрај жртвата која ја бара бизнисот, да се биде постојано зафатен со работа, да не се посветува доволно внимание на семејството, г-ѓа Соња Бандолиева е добра мајка и сопруга, која се грижи за своите две деца и им посветува големо внимание и љубов. Од 365 дена во годината, 180 дена е надвор од семејството и тоа е на товар на истото. Иако физички не е многу присутна со семејството, таа е блиска и поврзана со своето семејство. Својата упорност и енергичност се труди да им ја пренесе на своите деца.

Разлика меѓу мажи и жени не постојат. Работа е работа подеднакво за мажите и жените. Не се чувствува на пониско ниво од мажите, работи секакви работи и извршува многу обврски што не ја прават различна од мажите. За неа, жените имаат еднаков капацитет како мажите и се одликуваат со некои човечки особини како поголема енергија, желба, концентрација, кои ги прават посебни.

Според г-ѓа Соња Бандолиева, за една жена да води бизнис во Република Македонија, како и другите земји на Балканот, во денешни услови е тешко, поради самото окружување, околина, менталитет. Нашето општество е пресликано со традицијата и менталитетот, поради што и жените потешко се одлучуваат да започнат бизнис. Меѓутоа, освен традицијата не гледа други бариери кои би ја попречувале жената да основа бизнис. Во однос на половата дискриминација во бизнисот во Македонија, досега не се почувствувала дискриминирана. Како што нема некои значителни бариери, така нема ни поддршка за претприемништво, па и за женското претприемништво во Македонија. Поддршката, според неа, не е транспарентна и правилно доделувана, бидејќи иако се 100% извозна ориентирана компанија, досега не добиле можност да користат некаква поддршка и покрај тоа што конкурирале.

И покрај преголемиот ангажман во бизнисот, г-ѓа Соња Бандолиева е пресреќна и ужива во работата. За еден бизнис и работа, според неа, значајно е да знаете што барате и сакате. За повеќе да ја унапреди својата фирма и да ја направи поуспешна на домашните и странските пазари, таа инвестира во саеми, продуктивност, видици, патува често за да ја види работата на странските фирми, едноставно да види каде е светот, колку достигнал светот.

В. Г-ѓа Смиљана Нашкова – текстилна компанија „Ларс“

„Ларс“ е текстилна компанија чија основна дејност е лон-изработка на женска облека. Облеката е квалитетно изработена по највисоките европски стандарди за квалитет. Таа дава чувство на удобност и елеганција, а притоа истакнувајќи ја сензуалноста на секоја жена. „Ларс“ е основана во 1991 година од г-ѓа Смиљана Нашкова. Компанијата е основана во време на транзицијата, каде немаше работа на пазарот, немаше помош од држава и луѓето што требаше да работат во приватниот сектор не гледаа сигурност во него, па поради тоа и тешко се одлучуваа да започнат работа во него. Ларс, како фирма која е меѓу првите од осамостајувањето на Македонија, работи претежно за странскиот пазар, но и за домашен пазар. Соработува и работи со партнери од Германија, Холандија, Италија и Франција. Ларс има добиено неколку признанија, како поважни ги издвојуваме: Плакета од Стопанската Комора 1998 година и Меѓународно признание за квалитет во Франкфурт 2003 година.

Почетоците на г-ѓа Смиљана Нашкова се во МК Астибо, позната модна компанија на пазарите на поранешна СФРЈ, како раководител каде го стекнува искуството во текстилната индустрија. Кога се одлучува за почеток на приватен бизнис, нејзините пријатели гледале со чудо кон приватниот бизнис и кон неа. Пред сè, при почетокот на бизнисот се соочила со тешкотии кои биле поради состојба во која се наоѓала земјата, а и поради големите домашни обврски, бидејќи во тој период нејзините деца биле малолетни и се школувале и најмногу го почувствувале нејзиното отсуство и зафатеност со бизнисот.

Во жена претприемач, таа гледа една жена која е способна да се носи со проблемите на работното место, успешно да делува во бизнисот, и во исто време да ги носи сите обврски и проблеми кои и ги дава природата односно да е мајка, сопруга, домаќинка. За неа не постои разлика меѓу мажи и жени претприемачи. Единствено како разлика го наведува фактот дека жените претприемачи се попрецизни, попедантни во работата и многу пооптоварени поради обврските кон семејството.

Жените претприемачи се соочуваат со проблеми кои не се едноставни, за да можат да бидат успешни во работата и дома. Лично од нејзино искуство, таа успеала и на двете полиња, но времето за одмор, релаксација, лични задоволства се намалени.

Секојдневно се труди да ги задржи странските партнери со кои работи, а во исто време ги истражува западноевропските пазари за нови и подобри фирми. Нејзината умешност како претприемач е да пронајде фирми со повисока цена, а во исто време секојдневно да ја организира работата во фирмата, како би дошле до поквалитен производ.

Г-ѓа Смилјана Нашкова е човек кој ги разбира проблемите на вработените и е подготвена да им помогне во секое време.

Во врска со соработката со странските фирма, смета дека како жена претприемач е привилигирана, бидејќи луѓето од надворешниот свет, било мажи или жени, секогаш имаат поголем респект кон жените претприемачи и во одредени ситуации се попустливи во однос на нив.

Конкретно за жените претприемачи во Република Македонија, г-ѓа Смилјана Нашкова смета дека недовербата што постоела за жените претприемачи е веќе надмината. Македонија бележи промени во позитивна смисла на развојот и вклученоста на жените во бизнисот. Жените агресивно навлегуваат во сите области на бизнисот и тоа со видливи резултати и успеси. Македонија е земја која нуди еднакви можности за двата пола, при што според неа, половата дискриминација во бизнисот не постои. Жените во Македонија се подготвени да започнат бизнис и да преземаат ризици. Оние жени кои сакаат да започнат бизнис не треба да се плашат од предизвиците на бизнисот. Повеќето од жени претприемачи кај нас се успешни. Смета дека, во нашата земја нема бариери за почеток и успех на жените претприемачи. Конкретно за нејзината сфера, како проблем со кој се соочува текстилната индустрија во Штип е недостигот на млад стручен работен кадар кој ќе работи во конфекции, и покрај големата невработеност.

Г-ѓа Смилјана Нашкова може да се пофали дека е една од поуспешните жените претприемачи во Штип, па и во Македонија, меѓутоа пред сè е добра мајка и добар организатор во семејството. Покрај големиот напор и тешкотии, нејзино најголемо задоволство е да ги извршува обврските на работата. Нејзината тајна на успех е истрајност во работата.

Со оглед на тоа дека се води како една од поуспешните жени во Штип и Македонија, таа се чувствува горда и задоволна.

С. Г-ѓа Вита Хузјан, Винарија „Визба“ Валандово

Винарија „Визба“ Валандово е прва хрватска инвестиција во Македонија. Сопственик на оваа винарија е фирмата лидер во дистрибуција на алкохолни и безалкохолни пијалоци "Ротопромет" од Загреб. Компанија е во 100% приватна сопственост. На рушевините на Анска река, израсна „Визба“ од Валандово во 2004 година. Фирмата наследи девастирани подруми и насади, кои во седум години ги ставија во 100% функција. Подигнаа нови 150h насади, како и за прв пат винаријата има во сопственост полнилница за вино. Целиот процес на производство и откупот на грозјето, како и обработката, ферментација, филтрирање, стабилизација и полнење на виното, ги задоволуваат сите технички и технолошки норми, за што се потврда добиените ИССО и ХАССАП сертификати. Медитеранската клима и грозјето со врвен квалитет како и најсовремената технологија за филтрирање и стабилизирање на виното, неговото чување во буриња од американски дар, придонесува виното да биде со врвен и препознатлив квалитет. Нивните вина се познати како во земјата, така и надвор од неа и поради квалитетот кој го поседуваат честопати се добитници на награди и признанија. Денес винарија има околу 200 вработени.

Имав голема чест да се запознаам со генералниот менаџер на „Визба“ од Валандово, г-ѓа Вита Хузјан, кое воедно е и претседател на македонско-хрватски бизнис клуб, кој делува при Стопанската комора на Македонија. Несомнено ја избравме менаџерката на оваа винарија поради тоа што беше прогласена за најуспешна жена од агрокомплексот на Македонија за 2009 година од агенцијата Марили од Скопје, која веќе 14-ти пат го организира овој настан, со цел да се намали разликата меѓу машки и женски професии.

Почетоците на г-ѓа Вита Хузјан се како банкарски службеник во пошта. Во 1995 година заедно со сопругот започнуваат фамилијарен бизнис за градежништво во Хрватска, а веќе во 2003 година основа сопствената фирма. Со винарија започнува да менаџира во 2004 година. Да се занимава со приватен бизнис започнува на 37 години, и смета дека тоа се најдобрите години за почеток на бизнис. Бизнисот не е лесна работа. Потребно е да имаш чувство за бизнисот. Самото претходно искуство е многу значајно за бизнисот. Пред да се одлучите да започнете бизнис, треба да стекнете искуство во голема

компанија. При почетокот на приватниот бизнис, не се соочила со бариери поради тоа што е жена, бидејќи така се поставила.

Според менаџерката на винаријата во Македонија постојат и успешно работат многу винарии, кои нудат квалитетно вино и се борат со предизвиците на пазарот. Според неа, конкуренцијата е здрава и е најдобар пат кон успехот, кој ги мотивира луѓето, и таа ги создава „големите“ луѓе. За неа, конкуренцијата го создала Бил Гејтс. Пазарот е немилосрден, доколку немаш со што да се претставиш, едноставно ќе изгубиш.

Иако, производството на грозје и вино се води како машка работа, менаџерката г-ѓа Вита Хузјан успешно се носи со бизнисот. Според неа, нема машки и женски бизнис. Со тоа што се потенцира поделбата на машки и женски бизниси, самиот бизнис се дели. Нагласува дека жените може да бидат поумни од мажите во некои ситуации. Како доказ дека ја воздигнува способноста и умешноста на жената е фактот дека во винаријата има 13 агрономи, а функцијата на нивен надзорник и ја доделила на жена.

Во врска со претприемништвото во Македонија, и конкретно за женското претприемништво смета дека има доволно подршка. Досега не се соочила со бариери и со полова дискриминација во нашата земја. Па, поради тоа смета дека Македонија е една од најлибералните земји. Жените во нашата земја не се подготвени да започнат сопствен бизнис, најмногу поради предрасудите и недовербата, а не поради околината. Како препорака за македонските жени е дека тие мора нешто да жртвуваат и пред сè да имаат огромна подршка од семејството

Иако Македонија и голем број земји во светот беа зафатени од светската рецесија, менаџерката успешно се бори да винаријата продолжи со работа, да нема откази на вработените, дури и имале нови вработувања, не ги намалиле платите. Не било воопшто лесно да работат и да се справат во рецесијата, па поради тоа секојдневно барале нови начини, нови пазари, реорганизација и сл.

Една жена не може и е многу тешко да е успешна во работата и во семејството. За успешна работа потребно е 24 часовен ангажман. Младите девојки треба да се одлучат за кариерата или за семејството.

Главни карактеристики за неа се сигурноста во своето знаење, прифаќањето на идеи, одлучноста, не го променува своето мислење. Нејзиното мото во работењето е да ја сакаш работата, да имаш желба да успееш и многу

да работиш. Г-ѓа Вита Хузјан смета дека потребно е да ја познаваш работата во целост, како и работата поединечно на секој вработен.

Тајната на нејзиниот успех е работа, без работно време. Смета дека можеби за некои луѓе тоа не е нормално, но работата е она што го прави човекот корисен. Пред 20 години дошла до сознание ако сака да успее, потребно е да се откаже од многу работи.

Со тоа што е добитник на наградата за најуспешна жена менаџер во агробизнисот се чувствува многу гордо и убаво, но и си дава за одговорност да работи уште повеќе и поуспешно во иднина.

Секоја од овие три успешни жени носи различна приказна за успех, но сепак постои и голема сличност меѓу нив, а тоа е големата желба за успех, заедно со амбициозноста, способноста, умешноста, енергичноста. За нив еден е патот до успехот, а тоа е работата.

Заклучок

Овој магистерскиот труд претставува мал водич за разбирање на поимот и процесот на претприемништвото, како и продлабочена анализа на женското претприемништво. Во магистерскиот труд се нудат решенија за проблемите со кои се соочуваат жените претприемачи.

Првиот дел од магистерскиот труд се однесува на дефинирањето на претприемништвото и претприемачот, на самиот развој на претприемништвото, како и на карактеристиките на претприемачите по кои се издвојуваат, и накратко објаснување на процесот на претприемништво. Претприемништвото е движечка сила за раст на економијата и затоа е неопходно да се подигне свеста за негов развој и разбирање. Сите од различните претходно наведени дефиниции во трудот за претприемништвото и претприемачот се согласни во едно, а тоа е иновација, креација, преземањето на ризик и трагање на можности. Претприемништвото во најширока смисла на зборот претставува перманентен процес на пренасочување, реалокација на финансиските, физичките и човечките ресурси, од местата на општествената репродукција каде што тие недоволно и нерационално се користат, кон местата каде што ќе дадат далеку поголеми ефекти. Освен тоа, претприемништвото претставува и голема одговорност пред вработените, потрошувачите, клиентите, добавувачите. Претприемништвото ги бележи своите почетоци уште во крајот на 17 век и почетокот на 18 век со работата на Adam Smith и Richard Cantillon, но најголеми теоретски и емпириски објаснување за претприемништвото се појавуваат на крајот на 19 век и почетокот на 20 век. Во трудот се разработени различните и позначајни видување за претприемништвото од страна на Adam Smith, Richard Cantillon, J.B.Say, David Ricardo, John S. Mill, Alfred Marshall, Knight, Mises, Joseph Schumpeter, Kirzner, Peter Drucker, како и некои понови дефинирања на претприемништвото.

Секој од нас не може да биде претприемач. Претприемачот е во постојана борба за постигнување на својата највисока цел, а тоа е желбата за личен успех. Храброста да се биде претприемач доаѓа од внатрешната душа. Амбициозноста, желбата за независност и лидерските способности се само некои од карактеристики што треба да ги поседува еден претприемач. Претприемачкиот талент треба постојано да се негува и надградува. Никогаш

не треба да бидеме задоволни само со тоа што го знаеме туку треба да размислуваме дека ни останува многу за учење и таа потреба да ни биде основна движечка сила за преземање на ризици. Од магистерскиот труд може да се заклучи дека еден претприемач треба да поседува храброст за да го победи стравот, голема поддршка од семејството, подглед кон иднината, љубов кон работата, креативност, енергичност, упорност, мотивација, натпреварувачки дух и др. Ги разработивме четирите фази на процесот на претприемништвото: идентификување и оценување на можностите; развој на бизнис план; определување на потребните ресурси и управување со претпријатието и заклучивме дека сите фази меѓусебно се поврзани и секоја претставува предуслов за исполнување на наредната.

Вториот дел од трудот е посветен на женското претприемништво. Улогата на претприемач пред неколку години се давала на мажот, но од самиот труд заклучивме дека денес жените можат и умеат да бидат успешни претприемачи. Жените интезивно навлегуваат во разни области и сектори и достигнуваат големи успеси. Со тоа што еманципацијата на жената се зголемува, жените во современиот свет се преоптоварени со големиот број на обврски. Додека порано нивната улога беше грижата на деца и семејството, денес нивната улога, освен таа кон семејството и деца, е зголемена и со напредокот во кариерата. Сведоци сме за голем удел на жените во секое поле. Нивната улога во светот на бизнисот сè повеќе се зголемува, како што се зголемува и бројот на претпријатија основани од жени. Секоја жена претприемач ги поседува претприемачките карактеристики како иновативноста, амбициозноста, енергичноста, автономноста, независноста. Од овој труд може да се заклучи дека жените не се создадени да бидат само домаќинки, мајки, сопруги, тие подеднакво како мажите можат да работат многу работи, па и да бидат претприемачи.

Во трудот се разработени разликите и сличностите помеѓу мажите и жените претприемачи. Традиционално, улогата на претприемач се препишува на мажот, главно поради биолошките функции на жените. Мажите и жените претприемачи во основа се еднакви, но сепак постојат некои карактеристики по кои се разликуваат. Жените се способни за водење на бизнис исто како и мажите. Заклучивме дека разликите се во тоа дека жените имаат помало искуство во поглед на старт на бизнис од мажите претприемачи, тие се

повнимателни и повеќе обрнуваат внимание на детали, преферираат нискоризични бизниси, имаат помали бизниси од мажите, имаат поголеми финансиски проблеми, работат тимски, како и секторот на бизнисот и типот на образованието се различни. Типичните женски особини како соживувањето со туѓи проблеми, емоции, внимателност, желба за интеграција се плус или минус во женското претприемништво. И покрај тоа што постојат разлики меѓу мажите и жените во бизнисот, сепак желбата за успех, самодовербата, независноста, потребата од докажување се еднакви и кај двата пола.

Финансиите се еден од најзначајните елементи за почеток и водење на бизнис. Во поглед на ова прашање жените претприемачи се соочуваат со одредени проблемите. Од трудот може да заклучиме дека финансиските проблеми се поради сè уште неразбраната улога и влијание на жените претприемачи и покрај тоа што нивниот број од ден на ден се зголемува. Поради тоа, сè уште сериозно не се размислува за жените претприемачи. Во некои земји оваа група на претприемачи се третира подеднакво како и со мажите и се работи на намалување на бариерите за доаѓање до финансиски средства. Освен сопствените финансиски средства за почеток на бизнис, жените претприемачи имаат потреба и од формалните финансиски средства како: финансирањето од банка, микрофинансирањето, ризичниот капитал и ангел инвестиции, различните владини шеми на финансирање, кои се поодделно разработени во трудот.

И покрај многуте проблеми и бариери со кои се соочуваат жените при формирање на сопствен бизнис, како половата дискриминација, недоволна поддршка од асоцијации, недостиг на финансиски средства, недостаток на искуство, постојат многу начини да се надминат тие проблеми и да се започне сопствен бизнис. Политиките за развој на женското претприемништво како, зголемување на можностите на жените да учествуваат во пазарот на труд преку обезбедување на места за згрижување на децата, обезбедување на еднаков третман на работното место, промоција на асоцијации за поддршка, разни програми насочени за помош на жените преку тренинг, бизнис совети, обезбедување на финансиска поддршка, намалена полова дискриминација, владина поддршка, во голем степен ги намалуваат бариерите на жените. Затоа потребно е целото општество да се труди да ги намали бариерите за жени

претприемачи преку политиките, кои успешно ќе се реализираат доколку ги применуваат населението заедно со Владата.

Како најзначаен дел од овој труд е **третиот** дел, кој воедно и магистерскиот труд се однесува на овој дел. Од трудот може да се заклучи дека ширум светот различно е присуството и можностите на жените претприемачи. Поголемо учество и поголеми можности на жените претприемачи се присутни во САД и Канада. Овде имаме позитивни резултати за жените претприемачи, бидејќи економиите се постабилни и сиромаштијата не е во голем степен изразена, како и немаме големо влијание на традицијата и религијата. На пример, за САД, ова може да се заклучи од позитивните тенденции на вклученоста на жените во работната сила, степенот на невработеноста, вклученоста на жените во образованието, како и од задоволителните статистички податоци за бизнисите во сопственост на жени. Според најнови информации во САД има околу 9 милиони жени основачи на фирми. Гледано од аспект на етничките групи во САД, најголемо учество во бизнисите се основани и водени од Афроамериканките и Шпанолките. Жените претприемачи од различни етнички групи имаат високи стапки на опстанок. Од аспект на географските карактеристики по застапеност на жените претприемачи, најголема застапеност има во Калифорнија, Њујорк и Тексас, во подолг временски период. Големiot број на асоцијации во САД многу ја помагаат промоција и афирмацијата на жените претприемачи. Жените претприемачи во Канада имаат голем степен на самовработување за разлика од жените во било која друга земја. Еден од три самовработени Канаѓани се жени. Во последна декада, порастот на самовработени жени е околу 10%, што е помалку во однос на мажите (12%). Нивниот број континуирано е во пораст во подолг временски период. Од 1981 година, па до 2009 година, самовработувањето на жените пораснало речиси за 50%, што преставува добар процент. Речиси една од четири самовработени жени се високо образовани. Од аспект на регионалната распространетост на малите и средните претпријатија водени од жени, Алберта и Онтарио имаат најголем број на претпријатијата во сопственост на жени.

Во Азија и Африка немаме толку големо учество на жените во бизнисот, а тоа е поради самите околности на тие места како големiot степен на дискриминација, големото влијание на религијата и традицијата, голем степен на неписменост, а на сето ова се надополнува и сиромаштијата во овие

региони. И покрај сите тие неповолни услови, жените интензивно се вклучуваат во различните области, преку унапредување, зголемување на образованието, одделување од традицијата. Не треба да се мисли дека во Азија и Африка нема жени претприемачи. И покрај големите бариери постојат и земји со значителна застапеност на жените во бизнисот, исто како и развиените земји.

Азиските жени го прифаќаат предизвикот на животот и со тоа повеќе се унапредуваат во образованието, работата, општеството. Азиските земји ги намалуваат бариерите и им нудат можности на жените во бизнисот преку совети, тренинзи, поддршка и др. Состојбата во Азија е таква што постојат големи диспаритети низ земјите во поглед на вклученоста на жените во работната сила, потоа жените како топ менаџери, учество на жените во сопствеништво. Може да се заклучи дека состојбата на жената е различна во различни азиски земји. Некои од нив ја омаловажуваат жената и нејзината застапеност е минимална во секој поле, како пример се Авганистан, Пакистан, Бангладеш. Во трудот се разгледани карактеристиките на женското претприемништво во Јапонија, Тајван, Кина, Индија од каде може да се заклучи дека жените започнуваат да влијаат во бизнисот. Како една по значајните ќе ја споменеме Тајван. Ефикасноста на бизнисот на жените од Тајван е голема исто како и развиените општества како САД и Канада. Бројот на претпријатија во сопственост на жени во 2007 година изнесувал околу 443088, што претставува 35.20% од вкупниот број на претпријатија во Тајван.

Големата сиромаштија, политичката нестабилност, неповолната бизнис клима, неформалниот сектор се главните причини кои го попречуваат развојот на женското претприемништво во Африка. Главно, жените претприемачи водат неформални претпријатија кои се сместени во несоодветни простории, најчесто се мали претпријатија, работат на ограничени пазари, имаат ограничени извори на финансии, имаат недостаток на образование и др. Учеството на африканските жени претприемачи не е многу познато. Достапните статистички податоци не даваат точни резултати за придонесите на жените во БДП, поради тоа што тие често се застапени во неформалниот сектор. Во Африка, според Enterprisesurveys, жените претприемачи се малцинство за мажите претприемачи. Со цел да се зголемат можностите на жените постојат голем број на асоцијации за поддршка на жените во секоја област на животот. Како доказ се големиот број на асоцијации кои постојат во африканските земји.

Покрај формалните асоцијации кои постојат во Африка за поддршка на жените претпримачи, постојат и неформални асоцијации кои претставуваат извори на финансиски средства (збирката на заштеди).

Европа, слично како и САД, Канада, се одликува со постабилни економии, со поголеми можности на жените во различни области. Според статистичките податоци од различни земји, женското претприемништво е околу 30% во ЕУ. Европа има задоволителни податоци за застапеноста на жените во работната сила, за вработеноста на жените, за жените претприемачи во поголемиот број европски земји. Европа нуди можности и промоција за жените претприемачи преку Европската мрежа за помош на жените претприемачи, која има 30 европски земји (ЕУ, Исланд, Норвешка и Турција). Во трудот поделно се разработени главните карактеристики на женското претприемништво во Австрија, Финска, Франција, Велика Британија, Германија, Италија, Португалија и Шведска. Од овие примери може да се заклучи дека жените претприемачи имаат растечки тренд и процентот на застапеност на жените претприемачи во овие земји се движи околу 30%. Претпријатијата во сопственост на жени имаат добар бонитет и профитабилност. Во голем степен се промовираат жените претприемачи преку поддршката која ја добиваат од различните асоцијации, програми. На пример во Австрија за жените кои започнуваат бизнис се одобруваат 50% од трошоците за обуки и специјални курсеви наменети за жени, друг пример е Франција каде се спроведува специјален систем за финансирање. „Equality label“ е креирана во 2004 година за бизниси кои ги почитуваат нормите за полова структура, постојат законодавни мерки за еднаков третман на жените претприемачи и уште многу други кои се споменати во трудот.

Во трудот е наведена состојбата на жените претприемачи во транзиционите економии и исламските земји, и двете како покарактеристични економии. Може да констатираме дека во транзиционите економии, покрај невработеноста, како еден од најголемите проблеми, жените претприемачи имаат значително влијание во нив. Од аспект на полот се смета дека транзицијата негативно влијаела на жените во полето на појавата на полов јаз во вработеноста и платите. И покрај тоа во последните години стапките на активност на жените се релативно исти како и кај мажите во сите транзициони економии. Жените, исто како и мажите се појавуваат како претприемачи.

Меѓутоа, на почетокот на транзицијата жените како сопственици на бизнис биле во понеповолна состојба од мажите и тоа поради стереотипите дека претприемништвото е машка работа, како и традиционалните верувања за улогата на жената во општеството. Сепак, женското претприемништво започнува да се разбира како можност на жените да ја комбинираат работата со семејството и како излез од неповолната состојба. И покрај сознанијата за порастот на претприемништвото во овие земји, постојат мал број на статистички податоци за женското претприемништво. Во трудот се прикажани статистички податоци за женското претприемништво во овие економии, добиени од разни истражувања и може да се заклучи дека овие земји може да се споредуваат со земјите од ЕУ. Од податоците за економската активност на жени и невработеноста на жените може да се заклучи дека економската активност има различен тренд нез временскиот период 1990-2008 и се движи околу 50% и во некои од овие земји се намалува во последните години. Различни податоци има и за невработеноста, каде во поголемиот број на земји се намалува, а во останатите се зголемува.

Жените претприемачи во исламските земји, поради карактеристичноста на исламската религија, се соочуваат со многу бариери. Поради ограниченоста на женската мобилност, жените имаат високи стапки на неписменост и се наоѓаат на првите места од ранг листите на Unesco за земји со најголема неписменост на возрасна женска популација, како и процентите на партиципацијата во работната сила и жени претприемачи во повеќето исламски земји се помали. Но, не треба да се заборава дека овие жени се борат против нивниот статус и бројот на жени претприемачи започнува да се зголемува. Со помош на асоцијациите во овие земји се поттикнуваат и мотивираат жените претприемачи, а со тоа се зголемува независноста на истите. Промоција на женското претприемништво во исламските земји доаѓа и од САД, при што претседателот Барак Обама и секретарката на државата Хилари Клинтон апелираат да се отворат вратите на жените претприемачи во муслиманските земји и да се зголеми пристапот со финансиски средства и човекот капитал.

Во нашата земји не постојат доволен број на статистички податоци за женското претприемништво. Од оние податоци кои постојат се заклучува дека женското претприемништво во Македонија започнува да влијае значително на македонскиот бизнис. Според податоци на Глобалниот монитор на

претпреимништво во 2008 година, мажите заземаат 70.3%, а жените претприемачи 29.7%. Статистичките податоците за образованието, невработеноста, партиципацијата на жената во работната сила се задоволителни. Жените претприемачи во нашата земја се сочуваат со проблеми како патријархалната средина, непостоење на асоцијации за поддршка, недостиг на финансии, мала поддршка од државата, невработеноста и сиромаштијата на локалното население, непостоење на регионално поврзување и др. Како бариера во нашата земја е и менталитетот, односно вредностите, размислувањата на индивидуите и колективот, за вклученоста на жената во бизнисот. Македонските жени сè уште не се подготвени за старт на бизнис, но полека се чувствува таа промена во ова поле и започнуваат да се применуваат примерите на успешни жени од странство. Потребно е да се стимулира женското претприемништво во Македонија во поголем степен, за да се мотивира женската популација да започне со бизнис.

Стратегијата за развој на женското претприемништво овозможува определување на насоки на дејствување за успешно остварување на целите на женското претприемништво. Со прикажаните приоритети за кои сметаме дека треба да се посвети внимание, во голем степен ќе го помогнат развојот на женското претприемништво. Со цврста координација на институциите, ќе има успешна реализација на предложената стратегија.

Успехот на жените во бизнисот се гледа од приказните на трите успешни жени, кои преку нив се открива успешноста, амбициозноста, енергичноста, упорноста, способноста на жената. Секоја од нив со себе носи различна успешна приказна, но желбата за успех е еднаква. Преку нивните приказни можеме да заклучиме дека треба да работиме напорно и да ги рушиме бариерите на патот до успехот. Секој бизнис е напорен и бара откажување од многу други работи, но самиот факт дека овие три жени се успешни во својата работа ги одржува и мотивира понатаму да бидат уште поуспешни.

И покрај сите мерки и политики за поддршка на жените претприемачи, желбата за успех, афирмација и напредок во кариерата е основниот клуч за унапредување на жените.

Придонесот од овој труд е можноста на согледување на карактеристиките по кои се издвојуваат жените претприемачи од мажите, согледување на различните карактеристики на жените претприемачи во различни земји, како и

понудуваме решенија за проблемите поврзани со женското претприемништво. Во трудот се обработени конкретни мерки за пораст на значајноста како на претприемништво, така и на женското претприемништво, тие се сведуваат на следно:

- Значајноста на претприемништвото, надминува голем број на проблеми, меѓу кои спаѓа и проблемот на невработеноста.
- Преку промоција на различна поддршка и помош за започнување на бизнис, луѓето ќе се мотивираат да започнат сопствен бизнис.
- Многу значајна е потребата од претприемничко образование на сите нивоа. Тоа значи изучување на предметите поврзани со претприемништвото, како и овозможување на практиканска работа во различни компании за да може подобро да се разбере потребата и работата на приватниот сектор.
- Разбирање на потребата од поголема афирмација на жените во полето на бизнисот. Минималната полова дискриминација ќе им овозможи на жените да можат слободно да унапредуваат во својата кариера. Жените треба да имаат поголем степен на самодоверба при започнување на бизнис, како и да го надминат стравот од грешки. Не треба да се потценуваат способностите на жените и треба да им се овозможат услови да ја докажат нивната умешност.
- Како решение за проблемот со малата застапеност на жените претприемачи е намалување на неписменост, зголемување на степенот на образование, модерен поглед кон светот, како и оттргнување на жената од традиционалните погледи на животот. Големата поддршка од државата преку политиките за развој на женското претприемништво е неминовно прашање на кое треба да се посвети внимание. Проектите кои имаат за цел да ја поттикнат жената во бизнисот во земјите потребно е во голем степен да спроведуваат обуки, семинари, посебни програми за квалификација и преквалификација на жените за да им помогне да се унапредат и да можат за започнат сопствен бизнис.

Преглед на литература (REFERENCES)

1. A critical approach to Women's entrepreneurship in Turkey, Yıldız Ecevit, International Labour Office, Ankara, 2007
2. Access to financing and ITC for women entrepreneurs in UNECE region, United Nation Economic Commission for Europe, Geneva and New York, 2004
3. Are Male and Female Entrepreneurs really that different, Erin Kepler, Scott Shane, September 2007
4. Beyond the Veil: The Influence of Islam on Female Entrepreneurship in a Conservative Muslim Context, John C. McIntosh, Samia Islam, International Management Review Vol. 6 No. 1 2010
5. Cultural Value Differences and Women-Owned Businesses in the United States: A Preliminary Exploration, Amy D. Gibson, Christopher Newport University
6. Defining entrepreneurial activity, Nadim Ahmad, Richard G. Seymour
7. Development through Women Entrepreneurship, ETH Zurich, 14 August 2008
8. Does Gender Matter for Firm Performance? Evidence from Eastern Europe and Central Asia, Shwetlena Sabarwal, Katherine Terrell, The World Bank, September 2008
9. Enterprising women in transition economies, Friederike Welter, David Smallbone, Nina B. Isakova, 2006
10. European Network to Promote Women's Entrepreneurship, Activities Report 2008
11. Female Entrepreneurship in Transition Economies: the Case of Lithuania and Ukraine, Aidis, Welter, Smallbone & Isakova, 2005
12. Gender, Entrepreneurship and Competitiveness in Africa, Elena Bardasi, C. Mark Blackden, Juan Carlos Guzman, The World Bank
13. Global Entrepreneurship Monitor, reports
14. Growth-oriented women entrepreneurs and their businesses: a global research perspective, Candida G. Brush, Nancy M. Carter, Elizabeth J. Gatewood, Patricia G. Greene, Myra M. Hart, The DIANA Project, 2006

15. Key Small Business financing statistics, Government of Canada, December 2009
16. Pioneers in entrepreneurship and small business research, Hans Landstrom, 2005
17. Promoting Entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy: towards a more responsible and inclusive globalisation, Women's Entrepreneurship: Issues and Policies, 2nd OECD Conference of ministers responsible for small and medium-sized enterprises (SMEs), Istanbul, Turkey, 3-5 June 2004
18. Promoting Higher Education and Employment for Women in Islamic Countries, Sousan Urroz Korori, Bagalee, Working Paper, September, 2003
19. Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship, European Commission, 2008
20. Small and Medium Enterprise for Women Entrepreneurs in Taiwan, World Journal of Agricultural Sciences 4 (S): 884-890, 2008
21. 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
22. The Challenges of Growing Small Businesses: Insights from Women Entrepreneurs in Africa, Pat Richardson, Rhona Howarth and Gerry Finnegan, 2004
23. 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
24. The development of entrepreneurship and small business in Transitional economies, Department of Economics and Social Affairs, United Nations, New York, 1999
25. The Female Entrepreneur's Point of View and the Italian Economy, Adriana Castagnoli, Business and Economics History on-line, 2007

26. Women entrepreneurs across racial lines: issues of human capital, financial capital and network structures, Andrea Smith Hunter, 2006
27. Women Entrepreneurs in SMEs, Realising the benefits of globalisation an the knowledge-based economy, Second OECD Conference, 2001
28. Women Entrepreneurship in Asia: the Cases of Japan, South-Korea, Malaysia and Vietnam – Context, Assessment of the Current Situation and Prospects By Philippe Debroux, Soka University
29. Women entrepreneurship: Exchanging experiences between OECD and Transition economy countires, Ionescu Dina, Brijuni conference, October 1999
30. Women in Business: A Demographic Review of Women’s Business Ownership, Office of Advocacy U.S. Small Business Administration, August 2006
31. Women in labour markets: Measuring progress and identifying challendes, International Labour Office, Geneve, March 2010
32. Women’s business Association, Experiences from Around the World: Eurasia, Center for international private enterprise, 2009
33. Women’s business Association, Experiences from Around the World: Central and Eastern Europe, Center for international private enterprise, 2009
34. Women’s business Association, Experiences from Around the World: South Asia, Center for international private enterprise, 2009
35. Women’s business ownership: A review of the academic, popular internet literature, Sara Carter, Susan Anderson, Eleanor Shaw, August 2001
36. Women’s business ownership: Recent research and policy developments, Sara Carter, November 2006
37. Women’s entrepreneurship in Sweden, Swedish Agency for Economic and Regional Growth – Tillvdxtverket, Stockholm, October 2009
38. В.Л.Хил, Чарлс: Меѓународен бизнис, македонско издание, Скопје, 2010
39. Ревидирана Национална стратегија за развој на малите и средните претпријатија (2002-2013), Министерство за економија, Скопје, април 2007

40. Фотов, д-р Ристо: Менаџмент на мал бизнис, Европски Универзитет, Скопје, 2006
41. Шуклев, д-р Бобек: Менаџмент на мал бизнис, Економски Факултет, Скопје, 2006
42. www.pretpriemas.com
43. www.worldbank.org
44. www.unecce.org
45. www.enterprisesurveys.org
46. unstats.un.org
47. www.nationmaster.com
48. www.ilo.org
49. www.census.gov
50. www.statcan.gc.ca
51. www.zvrm.gov.mk
52. www.stat.gov.mk