



**УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ**

ДАНИЈЕЛА СТОШИЋ

**РАСТ И РАЗВОЈ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА
У ВЛАСНИШТВУ ПРЕДУЗЕТНИЦА**

докторска дисертација

Ниш, 2015.



**UNIVERSITY OF NIŠ
FACULTY OF ECONOMICS**

DANIJELA STOŠIĆ

**GROWTH AND DEVELOPMENT OF SMALL AND
MEDIUM SIZED ENTERPRISES OWNED BY
FEMALE ENTREPRENEURS**

Doctoral Dissertation

Niš, 2015

Комисија за оцену и одбрану докторске дисертације

Ментор:

Др Сузана Стефановић, ванредни професор
Универзитет у Нишу, Економски факултет

Чланови комисије:

Др Биљана Предић, редовни професор
Универзитет у Нишу, Економски факултет

Др Верица Бабић, редовни професор
Универзитет у Крагујевцу, Економски факултет

Датум одбране докторске дисертације: _____

**ИЗЈАВА МЕНТОРА О САГЛАСНОСТИ ЗА ПРЕДАЈУ УРАЂЕНЕ
ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ**

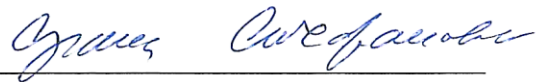
Овим изјављујем да сам сагласна да кандидаткиња ДАНИЈЕЛА СТОШИЋ може да преда Реферату за последипломско образовање Факултета урађену докторску дисертацију под називом РАСТ И РАЗВОЈ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА У ВЛАСНИШТВУ ПРЕДУЗЕТНИЦА ради организације њене оцене и одбране.



ментор: Проф. др Сузана Стефановић

**STATEMENT OF MENTOR'S CONSENT FOR SUBMISSION OF
COMPLETED DOCTORAL DISSERTATION**

Herby, I declare that I agree that the candidate DANIJELA STOŠIĆ can submit completed doctoral dissertation to the officer for postgraduate education of the Faculty under the name of GROWTH AND DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES OWNED BY FEMALE ENTREPRENEURS for the purpose of its evaluation and defense.



Mentor: Prof. Suzana Stefanović, PhD

ИЗЈАВА

Под пуном материјалном и моралном одговорношћу изјављујем да је приложена докторска дисертација резултат сопственог научног истраживања и да је коришћена литература на адекватан начин цитирана, без преузимања идеја, резултата и текста других аутора на начин којим се прикрива оригиналност извора. У потпуности преузимам одговорност за спроведено истраживање, анализу, интерпретацију података и закључке.

У Нишу,

10/06/2015

Својеручни потпис:

Сетошковић

STATEMENT

With due material and moral responsibility, hereby I declare that the doctoral dissertation is the result of personal scientific research and that the references used are cited adequately without use of ideas, results and texts of other authors in the way that hides the source's originality. I take the full responsibility for conducted research, analysis, data interpretation and conclusions.

Niš,

10/06/2015

Signature:

Сетошковић

Научни допринос докторске дисертације

Економско оснаживање жена и њихова предузетничка активност, као један од начина за остваривање тог циља, један су од индикатора развоја одређеног друштва. Иако се предузетничка активност жена интензивира, она је и даље на значајно нижем нивоу у односу на предузетничку активност мушкараца. Стога се истиче да предузетничка активност жена представља неопходан, а, ипак, недовољно искоришћен извор економског раста. Полазећи од актуелних истраживачких питања у области истраживања родног аспекта предузетничке активности, садржај докторске дисертације указује на њен потенцијал да допринесе целовитом сагледавању феномена предузетничке активности жена и његовом афирмисању као истраживачке теме у научно-истраживачкој пракси у Републици Србији. У теоријском смислу, садржај докторске дисертације доприноси систематизацији сазнања и теоријском уобличавању истраживаног феномена. Додатни аспект научног доприноса докторске дисертације односи се на резултате спроведеног емпиријског истраживања. Посебан научни допринос докторске дисертације огледа се у чињеници да је резултатима истраживања праксе предузетничке активности у Републици Србији, уз осврт на њен родни аспект, потврђена претпоставка о томе да је предузетничка активност ређе карактеристика родног ангажовања жена. Такође, идентификован је родни геп у перформансама предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца, у корист других. Уз мапирање могућих детерминанти родног геха, и дефинисање одређених препорука, резултати истраживања могу бити и у функцији усмеравања мера друштвене подршке предузетничкој активности жена. Садржај докторске дисертације има потенцијала да представља солидну теоријско-методолошку базу за реализацију будућих истраживања предузетничке активности и родног геха у овој области.

Scientific Contribution of the Doctoral Dissertation

Women's economic empowerment and their entrepreneurial activity, as a means of achieving this goal, indicate the level of development of a specific society. While growing in number and its contribution, women's entrepreneurship is still significantly below the level of the entrepreneurial activity of men. Bearing that in mind, it is emphasized that the entrepreneurial activity of women is an essential, and yet underexploited, source of economic growth.

The content of the doctoral dissertation is defined starting from the research questions that are relevant in the field of research of the gender aspect of the entrepreneurial activity. As such, the content suggests that the dissertation has a potential to contribute to the holistic view of the female entrepreneurial activity phenomenon, and help to its affirmation as the research topic in the scientific-research practice in the Republic of Serbia. In theoretical terms, the content of the doctoral dissertation contributes to the systematization of the knowledge and to the theoretical formulation of the examined phenomenon. An additional aspect of the scientific contribution of the doctoral dissertation refers to the results of the empirical research. A special scientific contribution of the dissertation is reflected in the fact that the research of the entrepreneurial activity in the Republic of Serbia, with special reference to its gender aspect, confirms the assumption that the entrepreneurial activity is less often the characteristic of the female employment engagement. Moreover, the gender gap regarding the performances of the businesses owned by women and those owned by men is registered, in favour of man-owned businesses. By mapping the possible determinants of the gender gap, and by defining certain specific recommendations, it is believed that the doctoral research results may propose the measures of social support for the entrepreneurial activities of women. The content of the doctoral thesis has a potential to provide a solid theoretical and methodological base for the realization of the future research of entrepreneurial activity and gender gap in this field.

Својој породици

РАСТ И РАЗВОЈ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА У ВЛАСНИШТВУ

ПРЕДУЗЕТНИЦА

Резиме

Афирмисањем значаја који има за унапређење економског положаја жена, али и за општи социо-економски прогрес друштва, предузетничка активност жена постаје актуелан теоријско-емпиријски феномен. Свеобухватно разумевање предузетничке активности жена захтева реализацију истраживања на националним узорцима која ће допринети развоју базе знања у области предузетничке активности жена. Након што се успостави концептуални оквир за реализацију емпиријског истраживања, намера је да се резултатима истраживања спроведеног на територији Републике Србије да научно-академски конципиран допринос разумевању и подстицају предузетничке активности жена у Републици Србији. Циљ је да се уз дескрипцију стања, идентификују основне баријере за унапређење перформанси и раста предузећа у власништву жена, и да се укаже на сличности и разлике у односу на глобално искуство у овој области.

Емпиријска верификација дефинисаних хипотеза извршена је статистичком обрадом и анализом примарних и секундарних података. Секундарни подаци су генерисани из извештаја релевантних институција, док су примарни подаци прикупљени путем анкете, односно онлајн упитника у спроведеном теренском истраживању, са периодом реализације од јула до октобра 2014. године. Јединице узорковања су регистрована микро, мала и средња привредна друштва и предузетници, док су јединице анкетања власници и уједно и менаџери ових привредних субјеката. Подручје покривености узорка је ограничено на градове Ниш и Нови Сад. Из базе Агенције за привредне регистре, као оквира узорка, случајним узорковањем је генерисан узорак од 327 јединица, док реализовани узорак чини 101 јединица. Закључивање за потребе емпиријске провере дефинисаних хипотеза је спроведено на бази обраде и анализе података коришћењем сета статистичких метода, и то: индикатора из домена дескриптивне статистике (дистрибуција фреквенција, мерила централне тенденције), *Shapiro-Wilk* теста провере типа распореда података, статистичких тестова за оцену разлика у средњим вредностима (*t-тест*, једнострана *ANOVA*, *Mann-Whitney*, *Kruskal-Wallis*), χ^2 теста независности обележја, као и метода линеарне регресије (просте, вишеструке и хијерархијске вишеструке регресије). У циљу прилагођавања података за анализу, у случајевима у којима је то било потребно креирани су *multiresponse* сетови података, извршена је редукција података издвајањем

кључних компоненти (*PC* анализа), *dumtmy* кодирање варијабли, риверзно кодирање добијених одговора, као и провера интерне конзистентности скала за мерење појединих варијабли (*Cronbach α*).

Резултати спроведеног истраживања указују на то да, слично стању у глобалном окружењу, у Републици Србији постоји родни геп у обиму предузетничке активности, у корист мушкараца. Родни геп у истом смеру постоји и у домену перформанси (нето добитак) и раста (стопа раста запослености) предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца. Вишедимензионални карактер перформанси и раста малих и средњих предузећа потврђују резултати према којима су нето добитак и стопа раста запослености које остварују предузетнице и предузетници у Републици Србији условљени факторима из групе фактора који се односе на карактеристике предузетника (хумани, социјални капитал и породичне варијабле), карактеристике предузећа (сектор пословања, географски обухват тржишта, старост предузећа), менаџмент праксу и стратегију (карактер пословних циљева, развијеност активности планирања, стратегија иновирања, коришћење алтернативних видова финансирања) и на факторе из социо-културолошког окружења. По питању стања и карактера утицаја једног броја фактора из наведених групација потврђено је постојање разлике између популације предузетница и предузетника у Републици Србији. Повезивањем добијених резултата, долази се до закључка (углавном на нивоу узорка) да се идентификован родни геп у перформансама и расту предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца може објаснити чињеницом да је вредност већине фактора са негативним дејством на перформансе и раст у групи предузетница већа, док је вредност већине фактора са позитивним дејством на перформансе и раст у групи предузетница мања – релативно према стању ових фактора у групи предузетника.

Анализом добијених резултата идентификоване су одређене области од значаја за усмеравање мера подршке предузетничкој активности жена. У том смислу се практичне импликације спроведене студије односе на дефинисање одређених препорука за пружање финансијске и нефинансијске подршке за унапређење предузетничке активности жена у Републици Србији.

Кључне речи: предузетничка активност жена, перформансе, раст, родни геп

Научна област: Економија

Ужа научна област: Пословно управљање

УДК: 005.961:005.914.3-055.2 **CERIF класификациона ознака:** S 190

GROWTH AND DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES OWNED BY FEMALE ENTREPRENEURS

Summary

The entrepreneurial activity of women affirms its importance for improving the economic status of women, but also for the overall socio-economic progress of a society. Therefore, it becomes an emerging research area. A comprehensive understanding of female entrepreneurial activity requires a national samples' research which would contribute to the development of the knowledge base in this field. After establishing a conceptual framework for the realization of the empirical research in the Republic of Serbia, the intention is to give a scientific and academic conceived contribution to the understanding and promoting of female entrepreneurial activity in the Republic of Serbia. The aim is to depict the current situation, to identify the main barriers for improving the performances and growth of women-owned enterprises in the Republic of Serbia, and to point out to the similarities and differences in relation to the global experience in this field.

The hypotheses were empirically verified by performing a statistical analysis of primary and secondary data. The secondary data were generated from reports of relevant institutions, while the primary data were collected in a field research conducted through surveys, that is – an online questionnaire. The implementation period of the field research was from July to October 2014. The sampling units were micro, small and medium-sized enterprises which are registered and entrepreneurs, while the survey units were the owners and also managers of these business entities. The coverage area of the sample was limited to the cities of Niš and Novi Sad. The sampling frame was the base of the Serbian Business Registers Agency from which a random sample of 327 units was generated. The realization of the sample was 101 units. The set of used statistical methods includes: indicators from the field of descriptive statistics (frequency distributions, measures of central tendency), the Shapiro-Wilk test for testing the normality of data distribution, statistical tests for assessing the differences in the mean values (t-test, one-sided ANOVA, Mann-Whitney, Kruskal-Wallis), the χ^2 test of independence, and the method of linear regression (simple, multiple and hierarchical multiple regression). In order to adapt the data for analysis, in cases where necessary, multiple response data sets were created, data reduction was performed by separating the key components (PCA), certain variables were dummy coded, while certain responses were reverse coded. As well, where needed, the internal consistency of a scale (Cronbach α) was measured.

The obtained results indicate that, similarly to the situation in the global environment, there is a gender gap in the scope of the entrepreneurial activity in the Republic of Serbia, in favour of men. A gender gap of the same direction exists regarding the performances (net profit) and the growth (employment rate) of female and male owned businesses. The multidimensional nature of the performances and the growth of small and medium-sized enterprises was confirmed by the results which indicate that the net profit and the employment growth of the SMEs in the Republic of Serbia are determined by factors that refer to the characteristics of the entrepreneur (human, social capital and family variables), the characteristics of the enterprise (business sector, the geographical scope of the market, the age of the company), the management practices and strategies (the nature of the business objectives, the development of planning activities, innovation strategy, the use of alternative forms of financing) and the characteristics of the socio-cultural environment. Regarding the condition and the character of the impact of a number of factors, the obtained results confirmed the existence of differences between the female and male entrepreneurs in the Republic of Serbia. By bringing these results together, it can be stated (primarily at the sample level) that the gender gap in the performances and growth of women-owned enterprises and those owned by men can be explained by the fact that the value of the majority of factors that have a negative impact on performances and growth is higher in a group of female entrepreneurs, while the value of the most of the factors with a positive effect on performances and growth is smaller in a group of female entrepreneurs.

The obtained results are a basis for identifying the specific areas toward which the female entrepreneurship support measures should be directed. In that sense, the practical implications of the study refer to defining the specific recommendations for a financial and non-financial support of the entrepreneurial activity of women in the Republic of Serbia.

Key words: women entrepreneurship, performances, growth, gender gap

Scientific field: Economics

Narrow scientific field: Business management

UDC: 005.961:005.914.3-055.2

CERIF classification: S 190

Скраћенице коришћене у тексту

Скраћеница	Значење
пф.	профит
пл.	плата
рбп	равнотежни број предузетника
ЕУ	Европска Унија
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i> – Глобални мониторинг предузетништва
TEA	<i>Total Early-Stage Entrepreneurship Activitiy</i> – Укупна рана предузетничка активност
САД	Сједињене Америчке Државе
OECD	<i>Organization for Economic Cooperation and Development</i> – Организација за економску сарадњу и развој
<i>OECD-Eurostat EIP</i>	<i>Entrepreneurship Indicators Programme</i> – Програм индикатора предузетничке активности
МСП	Мала и средња предузећа
UNDP	<i>United Nations Development Program</i> – Програм Уједињених нација за развој
СЕО	<i>Chief Executive Officer</i> – Генерални извршни директор
ПЕСТ анализа	анализа политичких, економских, социолошких и техничко-технолошких фактора општег окружења
b2b тржиште	<i>business to business</i> – тржиште пословних купаца
ROA	<i>Return on Assets</i> – стопа приноса на укупна средства
ROE	<i>Return on Equity</i> – стопа приноса на сопствена средства
b2c тржиште	<i>business to customer</i> – тржиште финалних потрошача
EIP	<i>Entrepreneurship and Innovation Programme</i> – Програм подршке предузетништву и иновативности
CIP	<i>Competitiveness and Innovation Framework Programme</i> – Програм подршке конкурентности и иновативности малих и средњих предузећа
GIF	<i>High Growth and Innovative SME</i> – Програм финансирања растућих и иновативних предузећа
SMEG	<i>SME Guarantee</i> – Програм гарантовања банкарских кредита и микрокредитирање
EIF	<i>European Investment Fund</i> – Европски инвестициони фонд
COSME	<i>Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises</i> – Програм за подстицај конкурентности малих и средњих предузећа
EBRD	<i>European Bank for Reconstruction and Development</i> – Европска банка за обнову и развој
BAS	<i>Business Advisory Service</i> – Програм олакшавања приступа услугама пословног консталинга
РЗС	Републички завод за статистику
Пр.	Предузетник

MEPP	Министарство економије и регионалног развоја
РЗР	Републички завод за развој
РАРМСПП	Републичка агенција за развој МСП и предузетништва
НАРР	Национална агенција за регионални развој
АПР	Агенција за привредне регистре
ISCED	<i>International Standard Classification of Education</i> – Међународна стандардна класификација образовања
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i> – Организација Уједињених нација за образовање, науку и културу.
РСД	динар Републике Србије
БДП	бруто друштвени производ
МВО	<i>Management buy out</i> – откуп предузећа од стране интерних менаџера
МБИ	<i>Management buy in</i> – откуп предузећа од стране екстерних менаџера
TDM	<i>Total Design Method</i> – Метод целовитог дизајна упитника
SPSS	<i>Statistical Package for Social Science</i> – Статистички пакет за друштвене науке
КМО	<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> -ов показатељ адекватности узорка
РСА	<i>Principal Component Analysis</i> – Анализа главних компоненти.
VC	<i>Venture Capital</i> – ризични капитал

Списак табела

Поглавље I

- 1.1. Компаративни приказ ставова представника класичних теорија предузетништва
- 1.2. Утицај економског раста и развоја на број предузетника и величину предузећа
- 1.3. Компаративни приказ модела избора занимања
- 1.4. Различита схватања предузетништва, власништва малих предузећа и начина стратегијског одлучивања
- 1.5. Квантитативни критеријуми за одређивање величине предузећа у ЕУ
- 1.6. Квантитативни критеријуми за одређивање величине предузећа у Републици Србији
- 1.7. Дефинисање предузетничког процеса

Поглавље II

- 2.1. Родна структура дипломираних студената по нивоима студија у Републици Србији
- 2.2. Дипломирани студенти према подручју образовања и полу у Републици Србији, 2009.
- 2.3. Жене, пословање и закон у Републици Србији у 2010, 2012. и у 2014. години

Поглавље III

- 3.1. Детерминанте родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца
- 3.2. Нивои софистицираности активности планирања у малим предузећима

Поглавље IV

- 4.1. Изабрани демографски и макроекономски показатељи за Републику Србију, за регион Јужне и Источне Србије, за регион Војводине и за градове Ниш и Нови Сад
- 4.2. Квантитативна структура оквира узорка, узорка и реализованог узорка
- 4.3. Дистрибуција фреквенција секторске заступљености јединица у узорку и на нивоу популације
- 4.4. Обим предузетничке активности жена у Републици Србији у периоду 2004-2013. године
- 4.5. Релативне годишње промене стопе samozапослености жена и мушкараца у Републици Србији, сукцесивно по годинама периода 2004-2013. године
- 4.6. Промена релативног учешћа samozапослених жена и мушкараца у укупном броју запослених жена и мушкараца у Републици Србији, сукцесивно по годинама периода 2004-2013. године
- 4.7. Просечно стање и динамика изабраних показатеља перформанси и раста предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца
- 4.8. Субјективна оцена динамике броја запослених
- 4.9. Субјективна оцена динамике величине пословних прихода
- 4.10. Ротирана факторска матрица – циљеви раста предузетника/ца
- 4.11. Ротирана факторска матрица – перцепција садржаја раста
- 4.12. Ротирана факторска матрица – ефекти раста за предузетнике/це

- 4.13. Ротирана факторска матрица – релациона пракса предузетника/ца
- 4.14. Старосна структура предузетника/ца
- 4.15. Образовна структура предузетника/ца – ниво образовања
- 4.16. Образовна структура предузетника/ца – поље образовања
- 4.17. Претходно радно искуство предузетника/ца
- 4.18. Делатност у којој је стечено претходно радно искуство
- 4.19. Занимање предузетника/ца пре отпочињања предузетничке активности
- 4.20. Менаџмент искуство предузетника/ца
- 4.21. Менаџмент ниво на коме је стечено претходно менаџмент искуство
- 4.22. Пословна функција у којој су предузетници/це стекли менаџмент искуство
- 4.23. Претходно власничко искуство предузетника/ца
- 4.24. Фреквенција контаката у пословно-дискусионим мрежама предузетника/ца (у %)
- 4.25. Брачни статус предузетника/ца
- 4.26. Старост деце предузетника/ца
- 4.27. Предузетничка породична историја предузетника/ца
- 4.28. Асоцијација на финансијски ризик предузетника/ца
- 4.29. Хипотетичко понашање предузетника/ца у ситуацијама различитог нивоа финансијског ризика
- 4.30. Сектор пословања предузетника/ца
- 4.31. Купци предузетника/ца
- 4.32. Сектор из ког потичу купци предузетника/ца
- 4.33. Географско тржиште предузетника/ца
- 4.34. Општа пословна стратегија предузетника/ца
- 4.35. Имплементација стратегије иновирања од стране предузетника/ца
- 4.36. Стратегија иновирања предузетника/ца
- 4.37. Стратегија финансирања предузетника/ца
- 4.38. Аплицирање за кредит предузетника/ца
- 4.39. Позитиван исход кредитне апликације
- 4.40. Разлози због којих предузетници/це не аплицирају за кредит
- 4.41. Коришћење алтернативних извора финансирања
- 4.42. Коришћење различитих типова алтернативних извора финансирања

Прилог 1

- П-1.1. Динамика индикатора предузетничке активности по групама земаља у периоду 2008-2013. године

Прилог 2

- П-2.1. Пројекти промовисања предузетница и подршке предузетничкој активности жена

Прилог 3

- П-3.1. Националне и међународне организације и мреже предузетница

Прилог 4

- П-4.1. Статистичка значајност разлике у величини нето добитка
- П-4.2. Просечна вредност нето добитка
- П-4.3. Резултати просте и вишеструке линеарне регресије – утицај фактора на нето добитак
- П-4.4. Статистичка значајност разлике у стопи раста запослености
- П-4.5. Просечна вредност стопе раста запослености
- П-4.6. Резултати просте и вишеструке линеарне регресије – утицај фактора на стопу раста запослености
- П-4.7. Статистички значајан утицај фактора на величину нето добитка и стопе раста запослености – на нивоу укупне популације

Прилог 5

- П-5.1. Резултати статистичких тестова разлике у стању фактора – по полу
- П-5.2. Просечне вредности фактора перформанси и раста – по полу и укупно
- П-5.3. Статистичка значајност разлике у величини нето добитка – у групи предузетница и предузетника
- П-5.4. Просечна вредност нето добитка – за групу предузетница и за групу предузетника
- П-5.5. Резултати просте/вишеструке линеарне регресије и модерационе анализе – утицај фактора на нето добитак у групи предузетница и предузетника
- П-5.6. Статистичка значајност разлике у величини стопе раста запослености – у групи предузетница и предузетника
- П-5.7. Просечна вредност стопе раста запослености – за групу предузетница и за групу предузетника
- П-5.8. Резултати просте/вишеструке линеарне регресије и модерационе анализе – утицај фактора на стопу раста запослености у групи предузетница и предузетника
- П-5.9. Статистички значајна разлика у стању фактора перформанси и раста између предузетница и предузетника
- П-5.10. Статистички значајан утицај фактора на величину нето добитка и стопе раста запослености – у групи предузетница и у групи предузетника

Прилог 6

- П-6.1. Детерминанте родног гена у перформансама и расту – смер односа у утицају фактора на нивоу укупног узорка и смер односа у стању фактора у групи предузетница и у групи предузетника
- П-6.2. Детерминанте родног гена у перформансама и расту – смер односа у стању и утицају фактора у групи предузетница и у групи предузетника
- П-6.3. Детерминанте родног гена у перформансама и расту – однос између просечног интензитета утицаја фактора у групи предузетница и у групи предузетника
- П-6.4. Разлике у смеру односа између фактора и нето добитка
- П-6.5. Разлике у смеру односа између фактора и стопе раста запослености

Списак слика

Поглавље I

- 1.1. Савремене теорије предузетништва – групе модела избора занимања
- 1.2. Равнотежа у базичном моделу избора занимања
- 1.3. Промена равнотежног броја предузетника под утицајем промене профита (а) и под утицајем промене плате (б)
- 1.4. Избор занимања при различитом нивоу предузетничких способности
- 1.5. Предузетнички процес и GEM оперативне дефиниције
- 1.6. Однос између предузетништва и стратегијског менаџмента
- 1.7. Индикатори предузетничке активности по групама земаља (према изворима конкурентности појединих земаља), просечно за период 2008-2013. године
- 1.8. Новооснована предузећа на 1.000 радно способних појединаца, по регионима света, просечно за период 2004-2011. године
- 1.9. Динамика густине новооснованих предузећа, по групама земаља, за период 2004-2011. године
- 1.10. Модел економског раста
- 1.11. Модел односа предузетничке активности и економског раста и развоја

Поглавље II

- 2.1. Рана предузетничка активност мушкараца и жена у 2013. години, по географским регионима света
- 2.2. *TEA* за жене и за мушкарце у Републици Србији, за период 2007-2009. године
- 2.3. *TEA* стопа и стопа власништва установљеног посла жена, по регионима света за 2012. годину
- 2.4. Стопа дисконтинуитета посла жена и мушкараца, по регионима света за 2012. годину
- 2.5. Однос између оснивања и дисконтинуитета послова жена
- 2.6. Однос између БДП *per capita* и стопе предузетништва

Поглавље III

- 3.1. Однос зарада мушкараца и жена у сектору плаћене запослености и у сектору samozапослених
- 3.2. Модерациони (лево) и медијациони (десно) ефекат фактора на перформансе предузећа у власништву жена
- 3.3. Фактори раста малих предузећа
- 3.4. Модификовани оквир фактора раста малих предузећа
- 3.5. Теорија планираног понашања
- 3.6. Категорије *VC* финансијера

САДРЖАЈ

УВОД.....	1
-----------	---

ПОГЛАВЉЕ I

ТЕОРИЈСКИ И ЕМПИРИЈСКИ ПРИСТУП ИСТРАЖИВАЊУ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ АКТИВНОСТИ

1. Предузетничка активност, предузетник и индикатори предузетништва.....	8
1.1. Теорије предузетништва	8
1.1.1. Класичне (ране) теорије предузетништва	9
1.1.1.1. Предузетник као тржишни учесник који сноси неизвесност остваривања зараде	9
1.1.1.2. Предузетник као координатор фактора производње и апликатор знања	12
1.1.1.3. Арбитражна теорија предузетништва	14
1.1.1.4. Предузетник као реализатор „нових комбинација”	17
1.1.1.5. Компаративни приказ ставова представника класичних теорија предузетништва	21
1.1.2. Савремене теорије предузетништва	23
1.1.2.1. Модели избора занимања са хомогеним субјектима избора.....	24
1.1.2.2. Модели избора занимања са хетерогеним субјектима избора.....	29
1.1.2.3. Компаративни приказ модела избора занимања	33
1.2. Појавни облици предузетничке активности	34
1.2.1. Мала и средња предузећа као појавни облик предузетничке активности.....	35
1.2.2. Самозапошљавање као појавни облик предузетничке активности.....	44
2. Динамика предузетничке активности	49
2.1. Компаративни приказ развоја предузетништва у различитим привредним системима.....	51
2.2. Значај предузетничке активности за макроекономски раст и развој	57

ПОГЛАВЉЕ II

ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ АКТИВНОСТИ ЖЕНА

1. Анализа значаја, стања и динамике предузетничке активности жена	62
1.1. Значај и теоријско-истраживачки приступ предузетничкој активности жена	62
1.2. Стање и динамика предузетничке активности жена.....	67
2. Детерминанте избора предузетничке активности жена	74
2.1. Хумани капитал као детерминанта избора предузетничке активности	74
2.1.1. Образовање као детерминанта предузетничке активности	75
2.1.2. Искуство као детерминанта предузетничке активности.....	80
2.1.3. Године старости појединца као детерминанта предузетничке активности	84
2.1.4. Самоефикасност као детерминанта предузетничке активности	86
2.2. Социјални капитал као детерминанта избора предузетничке активности	89
2.3. Финансијски капитал као детерминанта избора предузетничке активности	92
2.4. Породичне варијабле као детерминанта избора предузетничке активности	97
2.5. Однос према ризику као детерминанта избора предузетничке активности	103
2.6. Фактори општег окружења као детерминанта предузетничке активности	105
3. Специфичне карактеристике предузећа у власништву жена.....	115

ПОГЛАВЉЕ III

ПЕРФОРМАНСЕ И ДЕТЕРМИНАНТЕ РАСТА И РАЗВОЈА ПРЕДУЗЕЋА У ВЛАСНИШТВУ ЖЕНА

1. Компарација перформанси предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца.....	118
1.1. Статичка и динамичка анализа односа перформанси предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца.....	119
1.2. Методологија мерења перформанси и раста предузетничке активности	123

1.3. Методолошке специфичности истраживања односа између перформанси предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца	126
2. Фактори родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца	129
2.1. Карактеристике предузетника	132
2.1.1. Хумани капитал као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена	133
2.1.1.1. Образовање као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена ..	134
2.1.1.2. Искуство као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена	135
2.1.1.3. Аутоперцепција хуманог капитала као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена	141
2.1.2. Социјални капитал као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена ..	144
2.1.3. Породичне варијабле као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена	150
2.1.4. Однос према ризику као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена ..	155
2.2. Карактеристике предузећа	156
2.2.1. Делатност предузећа као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена	157
2.2.2. Старост и величина предузећа као детерминанте перформанси и раста предузећа у власништву жена	159
2.3. Менаџмент пракса и стратегија предузећа	161
2.3.1. Пословни циљеви власника	162
2.3.2. Карактеристике менаџмент праксе предузетница и предузетника	168
2.3.3. Специфични стратегијски избори предузетница	174
2.3.3.1. Приступ стратегији иновација	176
2.3.3.2. Приступ стратегији маркетинга	177
2.3.3.3. Приступ стратегији финансирања	178
2.4. Екстерно окружење	187
2.4.1. Правно-политичко окружење као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена	188
2.4.2. Социо-културолошко окружење као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена	189
3. Мере подстицаја и подршке унапређењу конкурентности и развоја предузећа у власништву жена ...	192
3.1. Мере и програми финансијске подршке	194
3.2. Нефинансијски програми подршке	197

ПОГЛАВЉЕ IV

ЕМПИРИЈСКО ИСТРАЖИВАЊЕ ПЕРФОРМАНСИ, РАСТА И РАЗВОЈА МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА У ВЛАСНИШТВУ ПРЕДУЗЕТНИЦА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

1. Хипотезе и методологија истраживања	204
1.1. Истраживачка питања и хипотезе	204
1.2. Мерила, извори података и узорковање	207
1.2.1. Дефинисање и операционализација варијабли	207
1.2.1.1. Субјекти истраживања – предузетник/ца	207
1.2.1.2. Зависне варијабле – перформансе, раст и развој	211
1.2.1.3. Независне варијабле – фактори родног гена у перформансама и расту	212
1.2.2. Извори података и узорковање	219
1.2.2.1. Извори података	219
1.2.2.2. Циљна популација	220
1.2.2.3. Узорковање – оквир узорка, поступак извлачења узорка, величина и репрезентативност узорка	221
1.2.2.4. Инструмент и техника прикупљања података од јединица анкетирања	225

1.3. Методе истраживања	228
2. Резултати истраживања и валидација хипотеза	232
2.1. Резултати истраживања	232
2.1.1. Обим предузетничке активности жена и мушкараца у Републици Србији	233
2.1.2. Перформансе и раст предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији	236
2.1.3. Фактори перформанси и раста предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији	238
2.1.3.1. Факторска условљеност нето добитка	238
2.1.3.2. Факторска условљеност стопе раста запослености	252
2.1.4. Разлике у факторима перформанси и раста предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији	260
2.1.4.1. Стање фактора у популацији предузетница и предузетника	260
2.1.4.2. Карактер утицаја фактора на нето добитак у популацији предузетница и предузетника	285
2.1.4.3. Карактер утицаја фактора на стопу раста запослености у популацији предузетница и предузетника	293
2.1.5. Детерминанте родног гена у перформансама и расту предузећа	300
2.2. Дискусија резултата истраживања	301
2.2.1. Емпиријска верификација претпостављеног односа стања и динамике предузетничке активности жена и мушкараца у Републици Србији	302
2.2.2. Емпиријска верификација родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији	305
2.2.3. Емпиријска верификација очекиване факторске условљености перформанси и раста предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији	305
2.2.4. Емпиријска верификација претпостављених разлика у карактеру стања и дејства фактора на перформансе предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији	311
2.2.4.1. Емпиријска верификација претпостављених разлика у стању фактора између популације предузетница и популације предузетника	311
2.2.4.2. Емпиријска верификација претпостављених разлика у карактеру дејства фактора на перформансе и раст предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца	314
2.2.5. Емпиријска верификација претпостављене детерминисаности родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији	318
2.3. Ограничења и практичне импликације студије	322
ЗАКЉУЧАК	327
ЛИТЕРАТУРА	342
ПРИЛОЗИ	
ПРИЛОГ 1: Динамика индикатора предузетничке активности	П-1
ПРИЛОГ 2: Пројекти промовисања предузетница и подршке предузетничкој активности жена	П-2
ПРИЛОГ 3: Националне и међународне организације и мреже предузетница	П-4
ПРИЛОГ 4: Резултати емпиријске верификације хипотезе Х3	П-7
ПРИЛОГ 5: Резултати емпиријске верификације хипотезе Х4	П-19
ПРИЛОГ 6: Резултати емпиријске верификације хипотезе Х5	П-36
БИОГРАФИЈА	П-42
ИЗЈАВА О АУТОРСТВУ	П-43
ИЗЈАВА О ИСТОВЕТНОСТИ ШТАМПАНЕ И ЕЛЕКТРОНСКЕ ВЕРЗИЈЕ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ	П-44
ИЗЈАВА О КОРИШЋЕЊУ	П-45

УВОД

Предузетничка активност жена је најдинамичнија компонента генералне предузетничке активности. У склопу значаја истраживања предузетништва уопште, предузетничка активност жена представља недовољно, или неадекватно истражен феномен. Повећање броја предузетница и сазревање свести о њиховом значају, ову тему чини академски актуелном што потврђује чињеница да у истраживању предузетничке активности пол (род) предузетника постаје уобичајена променљива. Уз академску јавност, заинтересованост за истраживање и анализу предузетничке активности жена показују и релевантне међународне институције, као што су Светска банка, Светски економски форум, Програм за развој Уједињених Нација. Значај предузетничке активности жена истакнут је и у стратешким документима ЕУ, као и Републике Србије. Опредељење за подршку и олакшавање предузетничке активности жена исказано је у Акту о малим и средњим предузећима ЕУ, Стратегији развоја конкурентних и иновативних малих и средњих предузећа у Републици Србији за период 2008-2013. године, Националној стратегији за побољшање положаја жена и унапређење родне равноправности за период 2009-2015. године, Националној стратегији запошљавања за период 2011-2020. године.

Економско оснаживање жена и њихова предузетничка активност, као један од начина за остваривање тог циља, један су од индикатора развоја одређеног друштва. Иако растућа по обиму и доприносу, предузетничка активност жена је и даље на нивоу значајно испод предузетничке активности мушкараца. У том смислу се истиче да предузетничка активност жена представља неопходан, а, ипак, недовољно искоришћен извор економског раста. Баријере за предузетничку активност жена и за њен раст ограничавају потпуно искоришћавање талената свих чланова друштва, што је у основи националне конкурентности. Стога се истиче значај подршке предузетничкој активности жена. Имајући ово у виду, истраживачка област докторске дисертације се односи на предузетничку активност жена генерално, као и на предузетничку активност жена у контексту амбијента Републике Србије.

Раст и развој предузетничке активности жена, односно њене организационе форме – предузећа у власништву жена, неопходан је предуслов остваривања пуног потенцијала ове активности. Стога се предметно, и нарочито у емпиријском делу, докторска дисертација првенствено фокусира на питања перформанси, раста и развоја предузећа у власништву жена. Уз остварење циља да се идентификују подстицаји и

баријере за унапређење нивоа перформанси, раста и развоја предузећа у власништву жена, намера је и да се укаже на могуће правце деловања у напору да се подржи пословање ових предузећа. Наиме, сврха истраживања предузетничке активности жена јесте објашњење и олакшавање улоге ове активности жена у економском развоју. При томе се уважава потреба да се уз дескриптивни усвоји и аналитички приступ, односно да се приступи откривању узрока стања и перспективе овог друштвено-економског феномена. Уз то, препознаје се и потреба за практичним доприносом истраживања у правцу олакшавања улоге предузетничке активности жена у прогресивним економским токовима. Основни циљ истраживања у дисертацији јесте идентификовање стања и динамике предузетничке активности жена у Републици Србији, карактеристика перформанси, раста и развоја предузећа у њиховом власништву, као и њихове факторске условљености.

Ради испуњења дефинисане сврхе и реализације постављеног циља, предмет докторске тезе је садржајно структуриран у четири логички компатибилна дела. Прва три поглавља рада су теоријско-концептуалне природе и садржајно су дефинисани тако да представљају водич за реализацију емпиријског истраживања. Оквир емпиријског истраживања, приказ и анализа резултата представљају садржај четврте целине рада.

Прво поглавље рада под називом *Теоријски и емпиријски приступ истраживању предузетничке активности* садржајно подразумева дефинисање теоријске и методолошке базе за реализацију емпиријског истраживања феномена предузетништва и раста предузетничких активности. У том смислу ће у овом делу рада најпре бити дат приказ и компаративна анализа теорија предузетништва. Историјским приступом у анализи схватања предузетништва биће анализирани класичне и савремене теорије предузетништва. Као представника класичне школе теорије предузетништва, биће приказана схватања субјекта, власништва, улоге, мотива, особина и односа према ризику аутора *Cantillon-a*, *Knight-a*, *Say-a*, *Kirzner-a* и *Schumpeter-a*. Са циљем идентификовања централног момента, као и сличности и разлика у теоријском приступу предузетништву, ставови наведених аутора биће компаративно анализирани. Савремене теорије предузетништва се, имајући у виду концепцијску поставку предмета разматрања, често називају моделима избора занимања. Ове теорије ће бити сагледане кроз оквир сугерисан од стране аутора *de Wit-a* и *Parker-a*, односно као модели избора занимања од стране хомогених субјеката, и као модели избора занимања од стране хетерогених субјеката избора. Емпиријски обухват феномена предузетништва претпоставља прихватање одређене радне

дефиниције субјекта и активности предузетништва. Стога ће након успостављања теоријске основе, а у циљу избора оперативне дефиниције, бити анализирани основни појавни облици предузетничке активности – оснивање и власништво малих и средњих предузећа и samozapošљавање. Истраживању предузетништва се приступа из концептуалних и методолошких оквира различитих научних дисциплина, што отежава синтезу знања у овој области. Предузетништво је комплексна појава, те истраживачи различитих аспеката овог вишедимензионалног феномена различито дефинишу централне концепте. Избор оперативне дефиниције предузетништва усмерава ток и карактеристике истраживања, док сваки од појавних облика предузетништва, узети као радна дефиниција за потребе истраживања, има одређених предности и недостатака који ће у раду бити анализирани. Будући да сваки од наведених појавних облика апострофира одређени аспект предузетничке активности, ограничење истраживању представља чињеница да избором једне дефиниције (што је најчешћи истраживачки приступ) нема потпуног обухвата предузетничке активности. Прво поглавље рада биће закључено компаративним приказом развоја предузетничке активности у различитим привредним системима, као и анализом значаја динамике предузетништва.

Након разматрања теоријско-емпиријских аспеката генералне предузетничке активности, другим поглављем рада под називом *Основне карактеристике предузетничке активности жена* предмет разматрања се сужава и фокусира ка специфичним питањима дела укупне предузетничке активности – предузетничке активности жена. Повећање броја предузетница и увиђање значаја њихове економске активности академски актуелизује ову истраживачку тему. Предузетничка активност жена је неопходан, а недовољно искоришћен извор раста и развоја националних економија. Стога ће допринос предузетничке активности жена националној конкурентности, уједначавању регионалног развоја, подршци запошљавању маргинализованих група на тржишту рада и достизању родне једнакости бити сагледани у овом делу рада. Такође, биће приказана и еволуција предмета истраживања, као и аспекти унапређења софистицираности методолошког приступа феномену предузетничке активности жена. У овом делу рада биће приказани и резултати истраживања секундарних података у контексту анализе стања и динамике предузетничке активности жена у ЕУ и у Републици Србији. Након аргументације оправданости и значаја истраживачке теме, биће приказана анализа основних детерминанти избора предузетничке активности. Ова анализа је конципирана тако да подразумева најпре анализу генералног утицаја изабраних детерминанти, а затим и

испитивање разлика између мушкараца и жена у вредности анализираних варијабли и идентификовање евентуалних разлика у смеру и интензитету утицаја испитиваних фактора на избор предузетничке активности од стране жена и од стране мушкараца. Утицај хуманог капитала појединца на његов избор опције запослености биће сагледан кроз призму утицаја образовања, искуства и година старости субјекта избора. Део анализе биће усмерен и на питања родне сегрегације у домену образовања и искуства, као и на питање родних разлика у аутоперцепцији компоненти хуманог капитала. Уз препознавање значаја социјалног капитала субјекта избора, ова детерминанта предузетничке активности биће анализирана и у контексту разлика у величини и структури друштвених мрежа мушкараца и жена. Уз претходна два вида, као значајна детерминанта избора предузетничке активности биће анализиран и финансијски капитал – првенствено у смислу његове доступности и структуре. Четврта група анализираних детерминанти избора предузетничке активности односи се на сет тзв. породичних варијабли. Ове детерминанте, и у првом реду брачно стање, родитељство и тзв. *породица-посао конфликт*, неизоставна су компонента истраживања предузетничке активности жена. Значај ових варијабли за избор предузетничке активности од стране жена може бити толики да потврди често испитивану хипотезу флексибилности времена као основног мотива за предузетничку активност жена. Како је однос према ризику у центру истраживања предузетништва, испитивање родних разлика у овом домену може бити значајно поље идентификовања разлога слабије изражене предузетничке активности жена. Коначно, имајући у виду да се предузетничка активност одвија у амбијенту одређеног екстерног окружења, биће анализиран и утицај фактора општег окружења на избор предузетништва од стране жена и од стране мушкараца. У склопу истраживања основних карактеристика предузетничке активности жена, биће анализирани и основне демографске карактеристике предузећа у њиховом власништву, и то: величина, старост и доминантна делатност предузећа у њиховом власништву. Као и претходни елементи анализе, и ова ће бити приказана компаративно према демографским карактеристикама предузећа у власништву мушкараца.

Треће поглавље под називом *Перформансе и детерминанте раста и развоја предузећа у власништву жена* представља наставак анализе посебног аспекта предузетничке активности, у овом случају са фокусом на питања перформанси, раста и развоја предузећа у власништву жена. Увод у анализу перформанси, раста и развоја предузећа представљаће статичко и динамичко сагледања односа перформанси

предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца. Овај однос ће бити анализиран кроз однос перформанси мерених ширим спектром индикатора, као што су: број запослених, величина имовине, пословни приход, профит, географски обухват тржишта, стопа морталитета. Уз пословну, биће анализиран и однос личне зараде предузетница и предузетника. Садржај овог поглавља чиниће и анализа одређених општих и родно специфичних методолошких аспеката у вези са мерењем раста предузетничке активности. Општа методолошка питања квантификације перформанси и раста малих и средњих предузећа биће сагледана у контексту најчешће коришћених мерила и временске димензије мерења, као и са аспекта кључних проблема који се јављају у поступку обезбеђења валидних података потребних за квантификацију. Прихватајући став да ће резултати компаративне анализе перформанси и раста предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца зависити од изабраног индикатора перформанси, у овом делу рада ће бити дат и осврт на поједине методолошке специфичности емпиријских истраживања. У том смислу ће разматрати разлози и ефекти чињенице да је највећи број истраживачких студија ове проблематике методолошки постављен тако да се упоређују само перформансе аутпута користећи при томе доминантно економска и финансијска мерила. Након идентификовања родног гена по питању већине анализираних индикатора у корист предузећа у власништву мушкараца, биће анализирани фактори који се у емпиријским студијама најчешће дефинишу као детерминанте родног гена у перформансама и оријентацији ка расту. Полазећи од најчешће цитираног оквира за систематизацију фактора раста и развоја малих и средњих предузећа аутора *Storey*-а, и уз прихватање модификације овог оквира коју предлажу *Smallbone* и *Wyer*, биће извршена категоризација испитиваних детерминанти у четири категорије – карактеристике предузетника, карактеристике предузећа, менаџмент пракса и стратегија предузећа и опште окружење. Наведени фактори биће анализирани у контексту модерационог и/или медијационог утицаја на перформансе и раст предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца. Имајући у виду посебан значај карактеристика власника за пословање и раст малих и средњих предузећа, анализа детерминанти родног гена започеће идентификовањем кључних варијабли из ове категорије фактора, као и анализом смера и интензитета њиховог утицаја. У том смислу ће бити приказана анализа утицаја хуманог и социјалног капитала предузетница и предузетника, њиховог односа према ризику, као и породичног стања на пословање и раст предузећа у њиховом власништву. Након тога, у раду ће бити изложена анализа утицаја структурних карактеристика на

мезо нивоу, као што су изабрана делатност пословања, величина и старост предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца на њихове перформансе, раст и развој. Како пословне одлуке и активности које власник предузима након оснивања предузећа опредељују перформансе, правац, начин и темпо раста предузећа, посебно ће бити анализиран и утицај фактора из групе менаџмент праксе и стратегије предузећа, као што су карактер пословних циљева, карактеристике менаџмент праксе и поједине специфичности стратегијских избора. Коначно, анализа условљености родног гена биће заокружена анализом утицаја фактора лоцираних у општем окружењу предузећа, уз издвајање посебно истраживаних области – условљеност родног гена у перформансама и расту утицајем фактора правно-политичке и фактора социо-културолошке природе. Након анализе фактора родног гена у перформансама и расту, у овом поглављу ће бити приказане и анализирани одређене мере подршке унапређењу конкурентности и развоју предузећа у власништву жена. Мере подршке које се дефинишу на нивоу друштва биће категоризоване у групу мера са првенствено финансијским аспектом подршке, и у групу осталих, односно у групу нефинансијских мера.

Емпиријски приступ истраживачкој теми садржај је четвртог дела рада и подразумева две логички следствене целине. Дефинисане хипотезе и методологија истраживања, као оквир за прикупљање и анализу података, биће предмет разматрања прве целине овог дела рада. У овој целини биће детаљно описан истраживачки оквир, односно коришћена мерила, извори података, узорковање као и изабране математичко-статистичке методе за њихову обраду и анализу. У том смислу ће садржај прве целине овог дела рада чинити дефинисање субјеката, зависних и независних варијабли, као и изабрани приступ њихове операционализације за потребе емпиријског истраживања. Методолошки аспект спроведеног истраживања биће обрађен и на бази приказа и анализе коришћених извора података, дефинисања циљне популације за истраживање, анализе основних питања узорковања субјеката истраживања, анализе карактеристика анкете и онлајн упитника као инструмента и технике за испитивање узорачких јединица, као и на бази приказа изабраних статистичких метода обраде и анализе података. Уз дескрипцију наведених питања, у овом делу рада биће аргументован избор конкретних решења за практичну реализацију истраживања. У другој целини четвртог поглавља рада биће приказани резултати истраживања структурирани у складу са постављеним хипотезама, након чега ће резултати бити дискутовани у контексту изложених теоријских разматрања. Дискусијом резултата, и пре свега

издвајањем оних који имају ниво статистичке значајности, биће извршена емпиријска провера дефинисаних хипотеза, чиме ће се допринети корпусу знања у области предузетничке активности жена. Ограничења спроведене студије биће истакнута у завршном делу рада. Уз то, у овом делу рада биће изложене и одређене импликације и препоруке за унапређење положаја предузећа у власништву жена у Републици Србији. Коначно, рад ће бити заокружен сумирањем закључака теоријског и емпиријског сагледавања дефинисаног предмета докторске дисертације.

ПОГЛАВЉЕ I

ТЕОРИЈСКИ И ЕМПИРИЈСКИ ПРИСТУП ИСТРАЖИВАЊУ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ АКТИВНОСТИ

Анализа предмета докторске дисертације започеће разматрањем одређених теоријских концепција субјеката, садржаја и значаја генералне предузетничке активности. Прелазак са теоријског на емпиријски ниво анализе захтева операционализацију теоријских конструкција, стога ће предмет разматрања у овом делу бити могући, односно најчешће коришћени мерљиви индикатори предузетништва. Уз анализу теоријских схватања и приказа могућих начина операционализације предузетничке активности, садржај овог дела рада чини и анализа динамике феномена предузетништва – сагледана кроз призму компаративног приказа развоја предузетништва у различитим привредним системима, као и са аспекта макроекономског значаја ове динамике.

1. Предузетничка активност, предузетник и индикатори предузетништва

Садржај овог дела рада чини полазну тачку за креирање теоријско-емпиријског оквира анализе предмета докторске дисертације – предузетничке активности жена. Теоријски третман предузетничке активности биће приказан путем анализе класичних и савремених теорија предузетништва. Након тога, биће анализирани појавни облици предузетничке активности, и то: мала и средња предузећа и samozapošljavanje као мерљиви индикатори предузетничке активности.

1.1. Теорије предузетништва

Природа, порекло, функције, значај и друга битна питања у вези са феноменом предузетника и предузетништва предмет су анализе значајног броја теоретичара. Имајући у виду разлике у аспектима предузетништва које поједине теорије апострофирају, *Parker* (2004; 2009) сврстава теорије предузетништва у групу раних, или класичних теорија, и у групу савремених теорија предузетништва. Хронолошки смештајући теорије из прве групе у период пре 1975. године, *Parker* истиче да се ове теорије првенствено баве идентификовањем функција и општих карактеристика

иманентних предузетницима. Са друге стране, савремене теорије сагледавају предузетништво кроз призму оптимизације избора појединца између две опције запошљавања: између опције samozапослености и опције плаћене запослености. Ове теорије се у мањој мери баве питањем дефинисања предузетништва, узимајући да предузетништво подразумева рад у своје име и за свој рачун уз балансирање ризика и зараде.

Полазећи од *Parker*-овог (2004; 2009) концепта категоризације теорија предузетништва, у наставку рада биће анализирана схватања предузетника и предузетништва аутора *Cantillon*-а, *Knight*-а, *Say*-а, *Kirzner*-а и *Schumpeter*-а као често анализираних представника прве групе теоретичара (видети у: Barreto, 1989; Casson, 2003; de Wit, 1993; Parker, 2004, 2009; Praag, 1999; Ricketts, 2006). Анализа савременог приступа теорији предузетништва обухватиће анализу модела избора занимања од стране хомогених субјеката и модела избора занимања од стране хетерогених субјеката.

1.1.1. Класичне (ране) теорије предузетништва

Слично као што чине *Barreto* (1989) и *Parker* (2004, 2009), анализа ставова представника класичних теорија предузетништва биће спроведена према предметном критеријуму, а не према хронологији њиховог настанка. У том смислу ће се у наставку рада анализирати схватање предузетника као тржишног учесника који сноси неизвесност остваривања зараде, као координатора фактора производње и апликатора знања ради генерисања вредности, биће анализирана и арбитражна теорија предузетништва, као и схватање предузетника као реализатора „нових комбинација”. Упоредни приказ анализираних ставова по кључним питањима класичних теорија предузетништва биће приказан на крају овог дела рада.

1.1.1.1. Предузетник као тржишни учесник који сноси неизвесност остваривања зараде

Иако је термин предузетник коришћен и пре њега, француски економиста *Cantillon* (1680-1734) се сматра првим аутором који је термину дао јасно економско значење и користио га у контексту економске анализе (Casson, 2003; Koolman, 1971; Praag, 1999; Ricketts, 2006; Stevenson & Jarillo, 1990). *Cantillon*-ов предузетник је кључни учесник тржишних процеса будући да је одговоран за реализацију ефикаснијег процеса размене и за циркулацију економских токова, чиме доприноси уравнотежењу

система (Cantillon, 1959, стр. 11-13, 57). Предузетник је према *Cantillon*-у субјекат привредног система који, мотивисан остваривањем профита, повезује понуду и тражњу. Профит предузетника је резидуална величина и представља разлику између реализоване вредности и свих обавеза преузетих ради реализације те вредности. Остваривање профита *Cantillon* смешта у контекст неизвесног окружења. Наиме, према овом аутору, изузев владара и земљопоседника, сви грађани једног друштва су или предузетници, или најамни радници (Cantillon, 1959, стр. 55). Оно што предузетнике разликује од осталих носилаца економских токова јесте неизвесност зараде (ibid.). Зарада предузетника није одређена уговором како је то случај код радника (плата), или код земљопоседника (рента). Своју посредничку улогу предузетници обављају купујући по једној, у тренутку откупа познатој, и продајући по другој, у тренутку откупа непознатој цени, остварујући профит на разлици. Сем посредника у размени, предузетницима се према *Cantillon*-у могу сматрати сви они чија је зарада неизвесна (Parker, 2009; Praag, 1999; Shumpeter, 1975). Тако, на пример, *Cantillon* фармере сматра предузетницима будући да они своје пословање обављају у условима неизвесности (Cantillon, 1959, стр. 49). Фармер ангажује рад и остале ресурсе, организује производњу и преузима низ уговорних обавеза у тренутку када му продајна цена која је основ његове зараде није, и не може му бити, позната. *Cantillon*-ов предузетник не мора бити иноватор, нити финансијер свог посла, основна карактеристика његовог пословања јесте неизвесност остваривања профита (Parker, 2009; Praag, 1999).

Значај компоненте неизвесности у економској функцији предузетника даље разрађује *Knight* (1964). Ангажовање фактора производње ради генерисања вредности, гарантовање приноса власницима производних фактора и прихватање неизвесности у остваривању профита као личне накнаде је, према *Knight*-у, основна економска функција предузетника. Профит предузетника није награда за преузимање ризика, већ награда за прихватање неизвесности (Casson, 2003; Ricketts, 2006). *Knight* је први аутор који прави дистинкцију између неизвесности и ризика (Praag, 1999). Често коришћени као синоними, према *Knight*-у, термини ризик и неизвесност означавају битно различите феномене (Knight, 1964, стр. 84). Најзначајнија разлика између неизвесности и ризика је у могућности мерења вероватноће дешавања одређеног догађаја. Мерљива неизвесност јесте ризик, док је права неизвесност она немерљива. Стога је у основи теорије профита права неизвесност, а не ризик (ibid., стр. 85). Предузетник преузима неизвесност тиме што уговорним странама – свим онима са којима ступа у уговорни однос ради реализације предузетничке активности – исплаћује уговорене накнаде

(тима су оне на неки начин извесне) и, тек након тога, остварује своју предузетничку накнаду (ibid., стр. 344, 345). На тај начин се неизвесност остваривања накнаде трансферише ка предузетнику. Значај предузетничке улоге која се односи на преузимање неизвесности произлази из чињенице да свакодневно животно и пословно окружење карактеришу промене и неизвесност (ibid., стр. 264). У оваквом окружењу понашање учесника у економском животу је детерминисано њиховим сагледавањем будућности (ibid., стр. 338). У том смислу ће понуђачи рада (или неког другог фактора производње, прим. аут.) прихватити понуду одређеног предузетника за ангажовање свог рада (или другог фактора производње) уколико ни један други предузетник не нуди боље услове, или уколико сами, поставши предузетници, не могу да обезбеде бољу зараду. Слично томе, предузетник нуди понуђачу рада цену рада за коју сматра да је са аспекта могућности остваривања предузетничке зараде економски оправдана, размишљајући у исто време и о алтернативи да сам постане плаћени радник. Све ове одлуке се доносе имајући у виду дешавања у будућности, док садашњост и прошлост представљају базу за антиципирање будућности. У неизвесном окружењу је антиципирање будућности, као основ одлучивања, подложно грешци. Стога прихватање одговорности за исправност антиципирања постаје предуслов спремности осталих учесника, тј. власника фактора производње да одређеном економском актеру повере ангажовање фактора производње. На тај начин се у амбијенту који карактерише неизвесност, према *Knight*-у (1964, стр. 341, 342), улога менаџера фундаментално мења – менаџер усмерава ангажовање других и преузима одговорност за успех њиховог заједничког ангажовања. Овако менаџер постаје предузетник. Предузетник може, и у највећем броју случајева и хоће, наставити да обавља рутинске послове менаџера за шта ће добијати уобичајену зараду. Али, будући да има нову, садржајем обogaћену улогу – улогу доношења одлука за које сноси одговорност, његова укупна примања ће бити увећана за резидуални део, тј. за износ профита. Профит је разлика између тржишне цене производних фактора (цена коју под притиском конкуренције предузетник мора да понуди власницима фактора производње како би их они ангажовали) и вредности коју предузетник реализује на тржишту производа и услуга.

Што се тиче односа између улоге власника и улоге предузетника, *Knight* указује на тзв. предузетништво у чистом виду – под којим подразумева обављање предузетничке активности без власништва над неким ресурсом ангажованим у посматраној активности. Према *Knight*-у (ibid., стр. 364), предузетништво у чистом облику је тешко замислити. Оно је мало вероватно и постоји изузетно у ситуацијама у

којим предузетник, сем својом одговорношћу за остварење резултата, подухвату не доприноси ничим више и није власник нити дела ангажованих фактора производње. Чак и особа, тј. предузетник који посао у потпуности финансира позајмљеним средствима и ангажује туђи рад, једним делом обавља менаџерске активности, чиме се може означити као власник дела рада и интелектуалних способности ангажованих у предузетничком подухвату. Најближе предузетнику у чистом виду би био појединац из претходне ситуације који ангажује другог појединца за обављање менаџерских активности (ibid., стр. 365). Уколико се прихвати став да се ресурси које предузетник као своје власништво уноси у посао могу односити и на репутацију, социјални капитал и слично, *Knight* закључује да заиста готово да не постоје случајеви у којима предузетник није у исто време и власник дела ресурса ангажованих у предузетничком подухвату (ibid., стр. 372).

1.1.1.2. Предузетник као координатор фактора производње и апликатор знања

Вредност у економском систему се, према *Say*-у (2011, стр. 43, 44), генерише у области пољопривреде, производње и трговине. Стварање вредности у свакој од ових делатности подразумева остваривање активности креирања знања, примене знања, као и активности непосредног извршења (ibid., стр. 57). При томе је предузетничка активност из домена друге групе активности, односно односи се на апликацију теоријског знања у функцији производње добара ради задовољења људских потреба (ibid., стр. 57). Овако схваћена, предузетничка активност постоји у свим наведеним гранама делатности – у пољопривреди, у производњи и у трговини. Према *Say*-у предузетник обавља улогу координатора који ангажује и комбинује ограничене ресурсе, и радећи то он не мора стварати ново знање, али мора бити способан да примени постојеће (Parker, 2009; Praag, 1999).

Предузетник који ангажује и комбинује, координира и надгледа употребу ресурса је, према *Say*-у, поред власника фактора производње, четврти битан учесник привредних токова (Barreto, 1989, стр. 6; Koolman, 1971). Креирање новог знања, као и извршење јесу активности неопходне у процесу генерисања вредности. Али, активности примене знања *Say* види као кључну компоненту развоја економског система. Наиме, захваљујући ефекту преливања (енгл. *spillover*), односно дифузије знања, привреда једног друштва може бити развијена и онда када научно-истраживачка активност у посматраном друштву није на високом нивоу. Са друге стране, способност апликације знања, као и способност извршења су неодвојиве од власника ових

способности. Због тога су, према овом аутору, нације које имају интелигентне предузетнике, као и компетентне извршиоце, богатије од оних које примарно развијају теоријску науку и уметност. Као доказ овога *Say* наводи својевремени пример Италије у којој је центар науке у Болоњи, али је богатство у Фиренци, Ђенови и Венецији (*Say*, 2011, стр. 59). Ипак, како према *Say*-у физички рад – извршење – може пружити сваки појединац који је жив и здрав, улога предузетника је најзначајнија, будући да је он агент који примењује теорију и усмерава извршење (*Barreto*, 1989, стр. 10). Видећи у улози предузетника кључни допринос стварању вредности, *Say* је власника капитала изместио из централне позиције у капиталистичком систему и поставио га на адекватнију позицију – међу власницима осталих фактора производње (*ibid.*).

Say је направио јасну разлику између капиталисте (власника средстава) и предузетника (координатора) (*Barreto*, 1989, стр. 13; *Koolman*, 1971). У односу на своје претходнике, али и у односу на енглеске савременике који изједначавају предузетника са капиталистом, у анализу предузетништва *Say* уводи нови аспект, истичући дистинкцију између капиталисте и предузетника (*Koolman*, 1971, стр. 281). Иако једна особа може бити персонификација за предузетничку и за неку другу функцију у економском животу, *Say* сматра да се теоријски ове функције, као и накнаде за њихово обављање, могу раздвојити (*Barreto*, 1989, стр. 13). Већина предузетника јесу бар делимично капиталисти („*активни капиталисти*”), али не мора сваки капиталиста бити предузетник („*пасивни капиталисти*”). У случају када предузетник финансира свој подухват, он добија накнаду – камату – за ангажована финансијска средства, али ову накнаду он не добија као предузетник, већ као власник финансијских средстава. Зарада предузетника је резидуална величина. Накнада за рад предузетника је онај део укупне реализоване вредности који остане након што се издвоји накнада за ангажовање осталих фактора производње. Наиме, предузетник је агент који удружује три фактора производње, и који из реализоване вредности производа исплаћује накнаду њиховим власницима – ренту, плату и камату – и остварује профит за себе (*Say*, 1817, стр. 36, 37). Оваквим схватањем, *Say* предузетника позиционира не само у центар координације материјалних и информационих токова, већи и у средиште расподеле реализоване вредности (*Barreto*, 1989, стр. 12, 13).

Према *Say*-у накнаде власницима за ангажовање фактора производње, као и накнада за предузетничку улогу јесу одређене односом понуде и тражње. Као и код фактора производње, тражња за предузетничком улогом је изведена из тражње за готовим производима. Са друге стране, понуда предузетника је ограничена баријерама

уласка у ову област (пре свега финансијским) – предузетник не мора финансирати свој подухват сопственим средствима, али мора бити способан да обезбеди финансирање својих активности (Say, 2011, стр. 252). Способност ангажовања туђих средстава је детерминисана одређеним карактеристикама предузетника као што су репутација, интелигенција, разборитост и слично. Ограниченост понуде предузетника произлази из чињенице да ове особине нису широко распрострањене у једном друштву (ibid.). Такође, како би успео, предузетник мора бити истрајан, мора бити способан да оцени значај одређеног посла, као и очекивани ниво тражње, он мора ангажовати ресурсе, пронаћи потрошаче. Радећи све ово, предузетник се суочава са разним препрекама. Они који немају особине потребне за њихово савладавање престају са пословањем. Коначно, једним делом на успех предузетника утиче и чиста срећа. Претходне детерминанте ограничавају понуду предузетника, што цену за „супериорни” рад ове класе држи на високом нивоу (ibid., стр. 252). Накнаду за рад предузетника чини плата за административне послове координације и доношења одлука, део за покриће трошкова финансирања и премија за подношење ризика. Видећи га првенствено као координатора (Barreto, 1989; Parker, 2009; Praag, 1999), Say у предузетнику препознаје носиоца супериорне форме рада (Say, 2011). Будући да су, према Say-у, активности координације кључне предузетничке активности, највећи значај у структури накнаде предузетника има накнада за обављање ових послова (Barreto, 1989, стр. 11, 12; Koolman, 1971).

1.1.1.3. Арбитражна теорија предузетништва

Увођење предузетништва као битне компоненте тржишне структуре и динамике је, према Kirzner-у (1973, стр. 31), неопходно ради разумевања понашања појединацаи тржишних процеса. Предузетник је, према овом аутору, тржишни актер који је стално на опрезу за опажање неискоришћених профитабилних прилика и покретачка сила система која систем води ка стању равнотеже (ibid.). Разумевање Kirzner-овог схватања предузетника захтева познавање ауторове теоријске позадине, односно порука аустријске школе (Barreto, 1989, стр. 13).

Своје виђење предузетника као тржишног актера којем приписује способност идентификовања неискоришћених профитабилних шанси Kirzner развија првенствено се наслањајући на Mises-ов модел „људске акције” (Barreto, 1989; Meyer, Heidi, & Meks, 2002). Наиме, *предузетничка спознаја* је у концептуалном оквиру аустријске школе један од битних момената у схватању тржишних процеса (Mises, 1998). Увођењем

динамичког аспекта анализе процеса одлучивања, концептуални оквир аустријске школе се развија као критички осврт на неокласично сагледавање окружења статичке равнотеже у коме нема погрешних одлука, будући да је свака резултат математичке оптимизације у датом систему ограничења. Овај неокласични оквир одлучивања подразумева економисање појединца у одлучивању о алокацији постојећих ресурса на дате опције за максимирање дефинисаних циљева (Kirzner, 1973, стр. 32). Будући да претпоставља одлучивање појединца у оквиру „познати циљеви – познати начини”, овај модел подразумева пасивну и механицистичку улогу појединца који одлучује (ibid., стр. 35). Критикујући овај приступ, *Mises* употпуњава модел људског понашања. Наиме, поред понашања које је усмерено на задовољење дефинисаних циљева користећи идентификоване начине и ресурсе, понашање појединаца подразумева и стално осматрање прилика за дефинисање нових циљева и нових начина за њихово задовољење. Тако понашање појединца није само реакција на дате информације са тржишта већ подразумева и активно трагање, тј. отвореност за нове информације и прилике (ibid., стр. 39). За разлику од модела економисања и максимирања који се не бави идентификовањем циљева и начина за њихову реализацију, у *Mises*-овм моделу „људске акције” су уз реализацију, и дефинисање циљева и начина реализације нераздвојне компоненте људског понашања. Овим људско понашање добија активну и креативну компоненту (ibid., стр. 34, 35). У неокласичном моделу одлучивања исправне одлуке појединаца ће се понављати све док важи оквир ограничења у коме су оне иницијално донете као оптимално решење (Baumol, 1968; Kirzner, 1997). Према томе, одлуке појединаца ће се променити једино уколико се промени егзогени оквир за њихово доношење (Kirzner, 1973, стр. 36, 70; 1997). У оваквом моделу у коме се пасивно реагује на егзогена дешавања, на које се не може утицати, нема места за предузетничку иницијативу (Baumol, 1968). Са друге стране, *Mises*-ов модел људског понашања је модел динамичког процеса одлучивања у коме постоји континуитет између логички повезаних сукцесивних одлука – промена одлука је резултат искуства и учења субјекта који опажа нове информације и прилике (Kirzner, 1973, стр. 36, 71).

Предузетничка компонента људског понашања подразумева стални опрез за идентификовање нових циљева и расположивих начина за њихово остваривање (Kirzner, 1973). У неокласичном окружењу потпуне информисаности и знања појединаца који одлучују нема места за предузетничку компоненту понашања, будући да због потпуне и савршене информисаности појединаца нема неуочених прилика, тј. адекватних циљева и начина за њихово остварење (Kirzner, 1973). Са друге стране,

према оквиру савремене аустријске школе – на тржишту увек постоје прилике за остваривање чистог предузетничког профита (Kirzner, 1997). Ове шансе су одраз ранијих погрешних процена предузетника које резултирају вишковима, мањковима и лошом алокацијом ресурса. Опажањем ових профитабилних прилика, генерисаних ранијим предузетничким грешкама, предузетници предузимају активности ради њихове експлоатације. Ове предузетничке активности ће водити исправљању грешака и читав систем ће усмеравати ка стању равнотеже, тј. ка изједначавању понуде и тражње у контексту количина и цена.

Сем идеје о активном трагању за профитабилним приликама, Kirzner-ово схватање предузетника се у значајној мери ослања на Mises-ову анализу тржишног процеса и у погледу схватања самог процеса трагања и његових резултата. Своју и Mises-ову теорију Kirzner (1973, стр. 86) назива *арбитражном теоријом профита*. Тражећи неискоришћене профитабилне прилике, предузетници, према Mises-у (1998), повезују власнике фактора производње и потрошаче. Њихова зарада је разлика између цене ангажовања фактора производње и цене производа добијених ангажовањем посматраних фактора. Ангажујући факторе производње онда када процењују да ће будућа цена готових производа бити већа од цене ангажовања односних фактора, предузетници постају тржишни шпекуланти (ibid., стр. 288, 326). Тако је једини извор предузетничког профита способност предузетника да тачније антиципира будућу тражњу, односно однос цена ангажованих фактора и цена производа добијених експлоатацијом ангажованих фактора.

Слично овоме, Kirzner истиче да су лоша координација трансакција на набавном и продајном тржишту, односно грешке у одлучивању о употреби/алокацији ресурса и куповини производа извор значајног броја профитабилних прилика (Kirzner, 1973). Kirzner сматра да предузетник уочава профитабилну прилику и доноси одлуку да купи нешто што ће касније продати (ibid.). У анализи Kirzner користи појам „*предузетника у чистом виду*”¹ (ibid., стр. 39) под којим подразумева појединца који није власник ресурса а који уочава неискоришћене профитабилне прилике и повезује две стране од којих је једна купац која је спремна да плати више него што друга страна, продавац, тражи. Разлика у овим ценама јесте чист предузетнички профит. У основи „*чистог предузетничтва*” јесте опрез за уочавање профитабилних прилика, или према Kirzner-у (ibid., стр. 47): „*Предузетничко понашање није узимање 10 долара из нечијих руку за*

¹ Слично као и Knight (1964).

које је познато да постоје, већ уочавање прилике да се 10 долара налази у нечијим рукама и да се могу узети. ” Предузетнички профит настаје као резултат реализације чисте предузетничке одлуке да се искористи профитабилна прилика. Један од ефеката чисте предузетничке одлуке може бити власништво над ресурсима. Истичући да треба правити разлику између власништва над ресурсима и предузетништва, *Kirzner* сматра да једна особа може бити и предузетник, и власник ресурса, односно предузећа. Фирма настаје након, односно као резултат чисте предузетничке одлуке да се искористи профитабилна прилика, а њен власник постаје власник ресурса. Профит власника предузећа није чист предузетнички профит већ „квази рента” за ресурсе који су у његовом власништву. Ипак, у основи остваривања ове квази ренте је иницијална одлука власника да купи ресурсе, а то је чиста предузетничка одлука. Такође, власник у току пословања предузећа може доносити чисте предузетничке одлуке – идентификовати нове прилике за остваривање профита и „куповати” ресурсе фирме (трошкови пословања) за њихово искоришћење. Имајући ово у виду, *Kirzner* закључује да је предузетништво у основи теорије фирме (*ibid.*, стр. 54) .

Значајан аспект анализе предузетничке улоге у *Kirzner*-овом делу јесте и схватање врсте знања коју предузетник поседује. Према *Kirzner*-у (*ibid.*, стр. 65-69), предузетник има супериорно знање – знање о неискоришћеним профитабилним приликама. У стању савршене конкуренције таквог знања нема јер постоји потпуна информисаност свих тржишних учесника. Чист предузетнички профит је резултат искоришћавања чињенице да остали тржишни учесници не поседују информације о профитабилним приликама. Међутим, предузетништво се не своди на знање као такво (то би онда био фактор производње), већ на знање о томе где тражити знање, односно информације. Како предузетник ангажује услуге фактора производње, тако он може ангажовати оне који поседују информације, односно знање о профитабилним тржишним приликама. Предузетничко знање – знање о томе где тражити знање – је знање највишег реда (*ibid.*, стр. 68).

1.1.1.4. Предузетник као реализатор „нових комбинација”

И поред става да предузетник није носилац ризика и претпоставке, за коју се оцењује да је погрешна, о одумирању предузетништва, *Schumpeter* је најцитиранији рани теоретичар предузетништва (*Parker*, 2009, стр. 35). *Schumpeter*-ов предузетник обавља функцију која је основни интерни фактор развоја економског система и, као такав, он се види као основни покретач система (*Casson*, 2003; *Praag*, 1999). Наиме,

систем капиталистичке привреде је, према *Schumpeter*-у, по својој природи нужно динамичан, при чему ова динамика подразумева раст и развој система (*Schumpeter*, 2003; Шумпетер, 2012). Правећи разлику између два модалитета привредне динамике, *Schumpeter* истиче да раст не резултира квалитативно новом појавом (Шумпетер, 2012). Раст представља резултат прилагођавања система екстерним променама. Са друге стране, развој система је интерно инициран и остварује се дисконтинуалним променама које мењају равнотежну тачку система. Дисконтинуалне промене које воде ка развоју система *Schumpeter* назива „новим комбинацијама” (*ibid.*, стр. 76). Новом комбинацијом аутор сматра: 1) увођење за потрошача новог производа, или производа новог квалитета; 2) увођење новог, у пракси неиспробаног, начина производње, при чему се нови начин производње не мора базирати на научном открићу; 3) излазак на, за произвођача, нова тржишта, без обзира на то да ли су та тржишта већ постојала; 4) освајање нових извора сировина, без обзира да ли они постоје, или их најпре треба створити; 5) имплементацију нове организационе форме. Ове новине мењају систем стално рушећи стару и креирајући нову структуру, чиме овај процес, процес „креативне деструкције”, постаје основ напретка капиталистичког система (*Schumpeter*, 2003, стр. 83). Кључни носилац ових промена јесте предузетник. Спроводећи нове комбинације предузетник руши старе и ствара нове традиције што има значајних економских, моралних, културолошких и друштвених последица (Шумпетер, 2012).

Реализацију нових комбинација *Schumpeter* (2012) назива предузетништвом, а појединце који их реализују предузетницима. Дефинишући носиоце предузетничке функције, аутор истиче да је његово схватање предузетника у исто време и уже, и шире. Наиме, према *Schumpeter*-у предузетници могу постојати у компанијама као запослени – у том смислу он термину предузетник даје шире значење. У исто време, *Schumpeter*-ов предузетник је схваћен и у ужем смислу будући да се предузетницима схватају само појединци који заиста обављају предузетничку функцију, без обзира на којој се позицији формално налазе, а не и власници предузећа који су само власници предузећа који не реализују нове комбинације и, тиме, не спроводе предузетничку функцију (*ibid.*, стр. 85). За спровођење нових комбинација се, по правилу, оснивају нова предузећа, а нова предузећа оснивају нови људи (*Schumpeter*, 1939; Шумпетер, 2012). Динамика привредног система подразумева да у систем улазе нова предузећа која су настала ради експлоатације одређене иновације. Постојећа предузећа одређено време послују на уобичајен начин, а онда под притиском трошковне конкуренције

иноватора почињу да прихватају иновативно решење. Ова непрестана појава нових и одумирање постојећих предузећа и грана јесте покретач развоја капиталистичког система. Због чињенице да ће и остали учесници временом прихватити нову комбинацију предузетника, предузетничка функција је привремена (Schumpeter, 1947; Шумпетер, 2012). Она постоји само док предузетник реализује нове комбинације. Како нове комбинације попримају карактер уобичајених и широко прихваћених, предузетничка функција престаје да постоји, као и профит који је оствариван по том основу.

Предузетничко понашање које се манифестује реализацијом нових комбинација мења равнотежну позицију система преводeћи систем из постојећег у ново стање равнотеже (ibid.) Сличност између *Schumpeter*-овог и *Kirzner*-овог схватања предузетника је у томе што се према обојици аутора предузетничко понашање означава основним покретачем промена (Kirzner, 1973, стр. 73). Разлика је у схватању исходишта овог понашања. Наиме, према *Schumpeter*-у предузетничко понашање изводи систем из постојећег стања равнотеже. Са друге стране, предузетничке одлуке, односно предузетничко понашање, према *Kirzner*-у, представља покушај исправљања раније донетих погрешних одлука, и као такво оно води систем ка равнотежном стању.

Будући да претпоставља реализацију неке форме нове комбинације, предузетничка функција се не може обављати рутински. Нерутинско понашање предузетника захтева одређене личне особине које нису широко распрострањене у популацији (Schumpeter, 2003; Шумпетер, 2012). Ове особине су предузетнику неопходне како би успео да савлада препреке на путу спровођења нових комбинација. Наиме, спровођење нових комбинација је теже од рутинског извршења посла из више разлога (Schumpeter, 1939, стр. 97; 2003, стр. 132; Шумпетер, 2012, стр. 96-99). Најпре, за потребе реализације нове комбинације се не располаже свим информацијама неопходним за одлучивање, док су ефекти реализације у великој мери неизвесни. Успех у оваквим подухватима је одређен интуицијом, способношћу тачног прогнозирања, издвајања битних од небитних ствари и слично. Затим, људи су психолошки склони познатим стварима. Навика је јача од воље да се иновације прихвате. Ово зато што навика, односно рутинско понашање штеди време, резултати се остварују готово аутоматски, реагује се подсвесно, нема критика околине. Коначно, на новине друштво реагује отпором. Савладавајући ове препреке предузетник је у одређеном смислу вођа. Он *води*, тј. ангажује факторе производње на нов начин и утиче на понашање осталих произвођача (Шумпетер, 2012, стр. 101). При томе,

предузетник као вођа не проналази нове могућности. Нове могућности, често, види већина. Међутим, док их већина само идентификује, вођа користи нове могућности. Зато он своју функцију више обавља захваљујући својој вољи да искористи нове могућности, него свом интелекту да их препозна (ibid.). У том смислу *Schumpeter* разликује инвенцију од вођства. Прва је економски безначајна док се не реализује. Предузетници могу, али и не морају бити проналазачи, а иновације које спроводе не морају бити научни проналасци (Schumpeter, 1947; Шумпетер, 2012). Такође, предузетници не морају, мада могу, бити власници капитала (Schumpeter, 1939; 1947; Шумпетер, 2012). Раздвајајући ове две функције, *Schumpeter* указује на то да појединац у улози предузетника не сноси ризик (Schumpeter, 1939; Шумпетер, 2012). Ризик сноси власник капитала и финансијер. Уколико сам предузетник финансира свој подухват, он сноси ризик, али га сноси зато што је он у овом случају капиталиста. Критикујући овај став *Schumpeter*-а, *Ricketts* (2006, стр. 42) поставља питање да ли је капиталиста само власник новчаног капитала. Предузетник који успе да обезбеди средства за финансирање свог подухвата успева да својим људским капиталом убеди финансијера да своја финансијска средства уступи по одређеној цени. Предузетник у овом случају не ризикује новчане губитке, али у случају неуспеха ризикује могућност да у будућности обезбеди средства за финансирање других подухвата. Треба, ипак, истаћи да *Schumpeter* дозвољава могућност да предузетник ризикује своју репутацију, али ово не сматра видом економске одговорности предузетника (Шумпетер, 2012, стр. 150).

Идентификујући разлоге за отежану имплементацију нових комбинација, *Schumpeter* у исто време идентификује и област чија динамика може умањити значај предузетничке функције. Наиме, *Schumpeter* сматра да слабљење препрека иновирању доводи до тога да процес иновирања постаје све више деперсонализован и аутоматски (Schumpeter, 1947; 2003; Шумпетер, 2012). Овај процес постаје у великој мери рационалан, а мање резултат интуиције, „просветљења” и слично. При измењеном карактеру процеса, тимови специјализованих појединаца постају носиоци технолошког прогреса. Такође, у окружењу навикнутом на динамику, све је мање отпора према иновацијама само зато што представљају нешто ново. *Schumpeter* закључује да ово води опадању значаја друштвене улоге предузетника што, наравно, угрожава њихову позицију.

1.1.1.5. *Компаративни приказ ставова представника класичних теорија предузетништва*

Полазећи од упоредне анализе класичних схватања предузетника и предузетништва ауторке *Praag* (1999), у Табели 1.1. је дат модификован приказ претходно анализираних ставова о предузетништву по издвојеним питањима битним за овај феномен и његово сагледавање у класичним теоријама предузетништва.

Упоредна анализа ставова представника класичних теорија предузетништва указује на то да за ове теоретичаре предузетничка активност није ограничена оквирима одређене привредне делатности, те да се предузетником може сматрати појединац који реализује одређену функцију, без обзира на делатност у којој то чини. Већина аутора ово јасно истиче, док остали теоретичари нити једној делатности експлицитно не одричу могућност да у оквиру ње постоје предузетници.

Сви аутори чији су ставови анализирани наглашавају значај предузетничке улоге у економском систему. Разлике које постоје односе се на аспект доприноса предузетничке активности који се наглашава – уравнотежење система, унапређење ефикасности, исправљање погрешних одлука, развој система.

Табела 1.1. Компаративни приказ ставова представника класичних теорија предузетништва

	<i>Cantillon</i>	<i>Knight</i>	<i>Say</i>	<i>Kirzner</i>	<i>Schumpeter</i>
Ко се може сматрати предузетником?	Сваки учесник економског живота чија је зарада неизвесна.	Онај ко ангажује факторе производње ради генерисања вредности, гарантује принос власницима фактора производње и прихвата неизвесност у остваривању личне зараде, тј. профита.	Онај ко примењује знање и усмерава извршење у функцији производње добара ради задовољења људских потреба. Ова активност се може идентификовати у свим гранама делатности – у пољопривреди, производњи, трговини.	Тржишни актер који идентификује неискоришћене профитабилне прилике (први уочава ценовну дискрепанцу између тржишта набавке фактора производње и тржишта продаје готових производа).	Појединац који реализује <i>нове комбинације</i> .
Улога предузетника у економском систему	Уравнотежење система и унапређење ефикасности процеса размене повезивањем понуде и тражње.	Омогућава функционисање привредног система, који је по природи неизвесан, тиме што власницима фактора производње гарантује принос и тиме подстиче ангажовање фактора производње који су у њиховом власништву.	Координатор, кључни актер економског живота који ангажује, комбинује, координира и надгледа употребу ограничених ресурса.	Идентификовањем и експлоатацијом неискоришћених профитабилних прилика исправљају се раније донете погрешне одлуке од стране тржишних учесника што доводи до уравнотежења система.	Реализацијом <i>нових комбинација</i> предузетник избацује систем из равнотеже чиме започиње кретање система ка новом равнотежном стању на вишем нивоу. <i>Нове комбинације</i> су у основи развоја привредног система.
Ризик/неизвесност	Купујући по познатој ради касније продаје по непознатој цени преузима ризик у остваривању личне зараде.	Преузима одговорност за успех ангажовања фактора производње и неизвесност остваривања личног приноса, тј. профита.	Сноси ризик обављања пословне активности, тј. ризик финансијских губитака и губитка репутације.	Не негира, али не наглашава преузимање ризика. Предузетник одлучује у условима неизвесности, али прихватање неизвесности и ризика није искључиво у вези са активностима предузетника.	Носилац ризика није предузетник <i>per se</i> већ капиталиста и финансијер предузетничке активности.
Мотив предузетника	Профит	Профит, престиж, задовољство послом, самосталност.	Профит	Профит	Друштвена амбиција, тј. жеља за друштвеним успехом и стварање „ <i>приватног краљевства</i> ”, импулс за борбом, доказивање супериорности, жеља за успехом ради самог успеха, задовољство при превазилажењу тешкоћа, мењању окружења.
Особине предузетника	Способност тачног предвиђања.	Самопоузданост, интелигенција, способност тачног предвиђања.	Интелигенција, репутација, разборитост, истрајност, способност процене значајности посла, нивоа тражње, стручно знање.	Опрез за опажање неискоришћених профитабилних шанси, креативност, лидерство.	Интуиција, способност исправног прогнозирања, аналитичке способности, воља да се искористе нове могућности.
Финансирање, власништво над ангажованим факторима	Може бити финансијер своје предузетничке активности, али и не мора.	<i>Предузетник у чистом виду</i> као предузетник који није власник нити једног ангажованог ресурса. Постоји изузетно.	Може бити персонификација за више економских улога. Може, али и не мора бити финансијер своје активности.	<i>Предузетник у чистом виду</i> као појединац који није власник ресурса. Власништво и предузетништво могу, а и не морају бити персонификовани у једној особи.	Предузетник може, али и не мора бити власник и/или финансијер реализације нове комбинације.

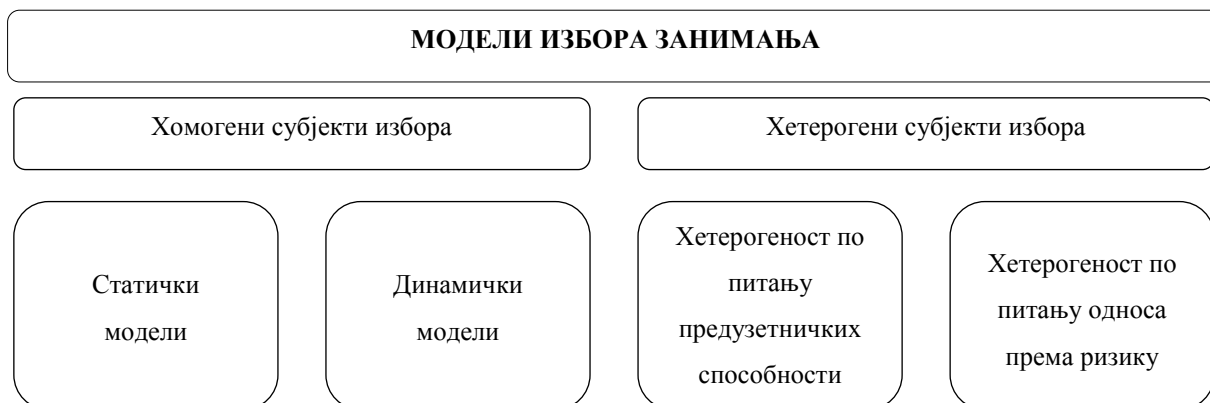
Изузев *Schumpeter*-а који сматра да појединац у улози предузетника није, и не може бити носилац ризика губитка, остали аутори у предузетнику виде актера који на себе преузима овај ризик, односно доноси одлуке у условима неизвесности. Ипак, разматрајући питање реализације „нових комбинација”, *Schumpeter* истиче да њих, између осталог, карактерише и неизвесност успеха. Имајући у виду да као носиоце реализације нових комбинација *Schumpeter* види предузетнике, не може се у потпуности искључити суочавање предузетника са одређеном неизвесношћу. Говорећи о немогућности да предузетник преузима ризик, овај аутор у првом реду мисли на ризик финансијских губитака (будући да предузетник није власник ресурса ангажованих у предузетничкој активности). Сви анализирани аутори препознају могућност да једна особа буде персонификација више економских улога – нпр. предузетник и власник ресурса ангажованих за реализацију предузетничке активности.

Имајући у виду да се ради о представницима класичних теорија предузетништва, у делима анализираних теоретичара указује се на личне особине које карактеришу предузетнике. Остваривање профита, односно личног богатства, сви аутори виде као мотив за обављање предузетничке активности, док један број аутора овом мотиву додаје и друге мотиве социо-психолошке природе.

1.1.2. Савремене теорије предузетништва

За разлику од класичних теорија, савремене теорије предузетништва се у мањој мери баве питањем дефинисања предузетништва (Parker, 2004; 2009). Полазећи од тога је предузетник појединац који обавља своје занимање за свој рачун, уз балансирање ризика и зараде (de Wit, 1993; Parker, 2004), савремене теорије сагледавају предузетништво у контексту избора опције запослености појединца (Parker, 2005). Уз прихватање става да запослени појединци не морају бити предузетници, ове теорије виде предузетништво као једну од опција запослености која ће бити изабрана када за појединца који врши избор максимира функцију личне корисности (Parker, 2004; 2009). Као опција запослености, предузетништво се најчешће оцењује релативно према опцији плаћене запослености. Савремене теорије се базирају на претпоставкама о тржишту савршене конкуренције, датој технологији и цени на коју предузетници и запослени не могу да утичу. У највећем броју случајева ове претпоставке су у функцији симплификације анализе и не утичу на резултате, односно на поруке теоријских модела (ibid.). Имајући у виду концепцијску поставку предмета разматрања, ове теорије се често називају моделима избора занимања. У наставку ће савремене

теорије предузетништва бити сагледане кроз оквир анализе који је сугерисан од стране *de Wit*-а (1993) и *Parker*-а (2004; 2009) – Слика 1.1.



Слика 1.1: Савремене теорије предузетништва – групе модела избора занимања (полазећи од *de Wit*, 1993; *Parker*, 2004; 2009)

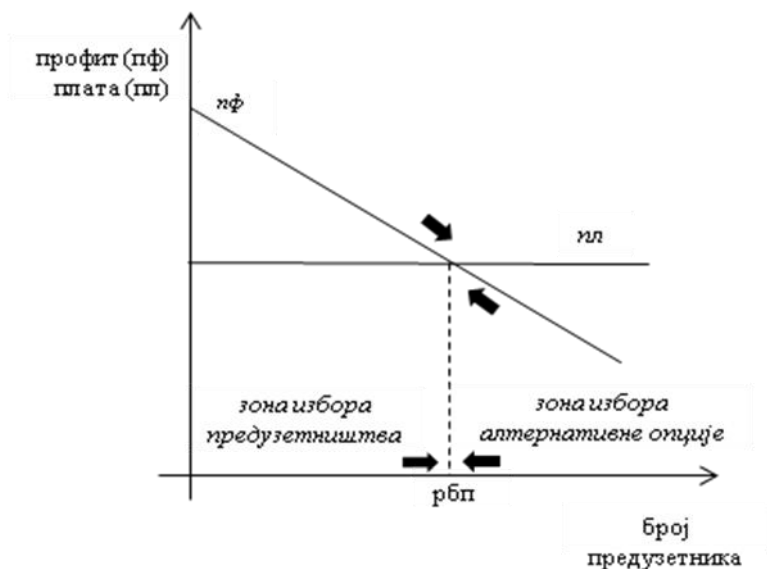
1.1.2.1. Модели избора занимања са хомогеним субјектима избора

У овим моделима избора занимања појединци који бирају између различитих опција запослености се међусобно не разликују. Према схватању могућности, односно лакоће промене једном изабране опције запослености, модели из ове групе се даље могу категоризовати као статички и као динамички модели.

Статички модели избора занимања са хомогеним субјектима избора

У најједноставнијим моделима ове групе хомогени појединци бирају између две опције запослености, од којих је једна предузетништво, при чему се избор врши у окружењу које не карактеришу неизвесност и ризик. Једном изабрано занимање се може променити и могућност ове промене је велика, будући да нема трошкова преласка из једног у друго занимање. Основни критеријум за избор једне од опција запослености у базичном статичком моделу избора занимања је однос између приноса који се могу остварити у алтернативним опцијама избора (*de Wit*, 1993). При томе је принос за појединца који изабере опцију предузетништва профит, док у случају избора друге опције, појединац добија дати износ плате². Однос између висине ових приноса и броја предузетника приказан је на Слици 1.2.

² Принос друге опције запослености, тј. плата је у овом базичном моделу дата величина која није детерминисана бројем предузетника.

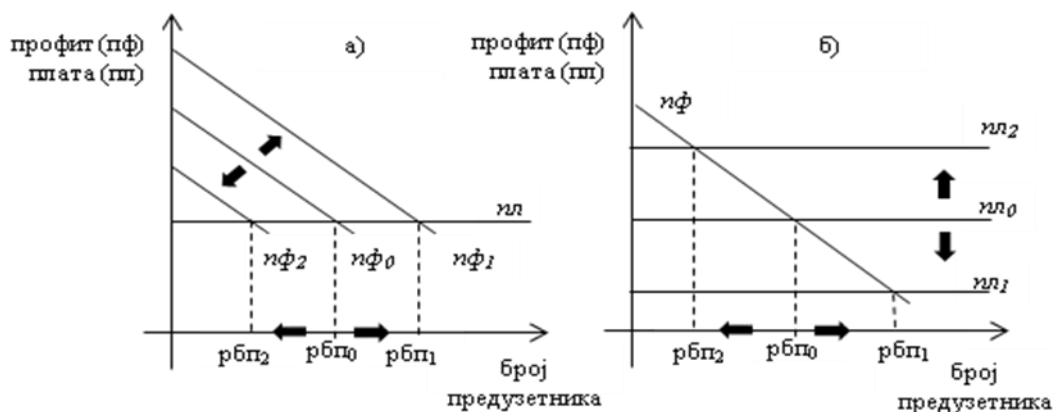


Слика 1.2: Равнотежа у базичном моделу избора занимања (модификовано према de Wit, 1993, стр. 370)

У овом моделу се оптимални број предузетника, односно равнотежа успоставља у тачки изједначавања приноса алтернативних опција запослености. Све док је профит већи од плате која се може остварити ангажовањем у другој опцији запослености, појединци ће бирати опцију предузетништва. Повећање броја предузетника и, тиме, понуде њиховог производа, обара цену производа и профит предузетника приближава износу приноса у другој опцији запослености. У тачки изједначавања ових приноса, остварује се равнотежни број предузетника (*рбп*). У супротном, уколико је профит мањи од плате, више појединаца ће бирати опцију која је алтернатива опцији предузетништва. Овакав избор већине ће утицати на смањење понуде предузетника, и тиме на повећање цене њихових производа. Већа цена производа предузетника ће утицати на раст профита што ће привући нове предузетнике, односно повећати број предузетника до тачке остваривања равнотежног броја предузетника.

Уколико дође до егзогено изазваних промена величине профита и/или плата³, биће успостављен нови равнотежни број предузетника, на вишем или на nižем нивоу, у зависности од смера промена (Слика 1.3).

³ Промене које иницијално нису изазване променом броја предузетника, прим. аут.



Слика 1.3: Промена равнотежног броја предузетника под утицајем промене профита (а) и под утицајем промене плате (б)

У случају раста тражње за производима предузетника, доћи ће до повећања цене ових производа што ће утицати на раст профита и померање криве профита навише (Слика 1.3. а) $пф_0 \rightarrow пф_1$). При непромењеној величини плате, оваква динамика приноса у сектору предузетништва ће за последицу имати успостављање нове равнотежне тачке, на вишем нивоу димензије броја предузетника (Слика 1.3. а) $рбп_1$). Услед деловања егзогених фактора – нпр. технолошког прогреса, може доћи до повећања нивоа плате (Parker, 2009, стр. 38) и до померања криве плате навише (Слика 1.3. б) $пл_0 \rightarrow пл_2$). Већи износ плате ће утицати на то да појединци напусте опцију предузетништва све док се под утицајем односа понуде и тражње величине плате и профита не изједначе, сада на нижем нивоу броја предузетника (Слика 1.3. б) $рбп_2$).

Сложенији модели из ове групе у анализу укључују постојање неизвесности и ризика. За разлику од базичног модела, у овим моделима је опција плаћене запослености експлицитно дефинисана као алтернатива предузетништву, односно самозапошљавању. Највећи број модела из ове групе полази од претпоставке да су у остваривању профита предузетници суочени са ризиком и неизвесношћу, док запослени имају сигурну зараду (Kanbur, 1979; Parker, 1996; 2009). Према Kihlstrom-у и Laffont-у (1983), у окружењу у коме радници прихватају унапред договорену зараду, предузетници сnose читав ризик. Стога ће они појединци који имају виши ниво аверзије према ризику бирати опцију плаћене запослености, док ће они са мањом аверзијом према ризику бирати да буду послодавци, односно предузетници. Извор неизвесности у остваривању предузетничког профита могу бити неизвесност тражње за производом предузетника, неизвесност трошкова његове производње, неизвесност по питању стварних и перципираних предузетничких способности субјеката избора опције запослености (Kanbur, 1979; Parker, 2009; Sheshinski & Drèze, 1976).

Битна компонента ових сложенијих модела јесте неизвесност. Међутим, што се тиче утицаја неизвесности на број предузетника, схватања ове релације нису јединствена. У моделу неизвесности тражње који развијају *Sheshinski* и *Drèze* (1976), тражња за производом предузетника је функција цене овог производа и одређене стохастичке детерминанте. Одлуку о samozapoшљавању појединци доносе пре него што стохастичка детерминанта тражње постане позната – у супротном, не би било неизвесности. Према моделу који конципирају цитирани аутори, повећање неизвесности тражње повећава број samozapoшлених, односно број предузетника будући да са повећањем неизвесности тражње расте очекивани профит. Са друге стране, према моделу *Appelbaum*-а и *Katz*-а (1986), моделу који објашњава понашање појединаца који имају аверзију према ризику, неизвесност нема једнозначан утицај на број предузетника. Због могућег двосмерног ефекта на очекивану корисност профита, може се десити да повећана неизвесност цена не утиче на број предузетника. Наиме, са једне стране, повећана неизвесност цена смањује очекивану корисност профита. Са друге стране, повећана неизвесност цена смањује ниво аупута појединачних предузетника. Ово смањење понуде утиче на раст равнотежне цене и, тиме, на повећање очекиване корисности профита.

Разматрајући избор занимања као одлуку појединца о томе како да изврши алокацију свог укупног фонда радног времена на део времена који ће усмерити као опцији плаћене запослености, и на део радног времена које ће провести као samozapoшлен, *Parker*-ов (1997) модел сугерише да ће појединац више времена провести у сектору samozapoшлености што је виши релативни принос у овом сектору и што је његова аверзија према ризику мања. За разлику од претходних модела из ове групе, овај модел је постављен тако да уважава претпоставку да ризик није сконцентрисан само у сектору samozapoшлености, те да неизвесност карактерише и остваривање приноса у сектору плаћене запослености.

Динамички модели избора занимања са хомогеним субјектима избора

За разлику од статичких модела који се базирају на претпоставци да приликом преласка из једног у други статус на тржишту рада појединци нису суочени ни са каквим трошковима, динамички модели претпостављају постојање ових трошкова (*Parker*, 2004; 2009). Трошкови преласка представљају одређену баријеру уласка, односно изласка из одређеног занимања и по својој природи могу бити финансијски и нефинансијски (*Dixit & Rob*, 1994; *Parker*, 2004; 2009). Финансијски трошкови промене

занимања се могу односити на трошкове обезбеђења почетног капитала у случају да се прелази у статус samozапослених, на трошкове обуке за ново занимање, на изгубљене приносе у току периода транзиције из једног у друго занимање и слично (Dixit & Rob, 1994; Parker, 2004; 2009). Нефинансијски трошкови у вези са преласком из једног у друго занимање се односе на могући осећај неуспеха, на промене животног стила, на трошкове губитка специфичног искуства и слично (Parker, 2004; 2009).

Један од модела из ове групе јесте модел избора опције запослености који конципира Kanbur (1979). У овом моделу се уважава чињеница да прелазак из једног у друго занимање подразумева одређене трошкове, али се претпоставља да су ови трошкови тако велики да доводе до тога да једном изабрано занимање појединац не мења, чак и када постане јасно да оно обезбеђује нижи ниво корисности. Једна од порука овог теоријског модела јесте то да генерална склоност, односно аверзија према ризику у једном друштву детерминише износ приноса у алтернативним занимањима, избор занимања од стране чланова друштва, као и равнотежни број појединаца у једном и у другом статусу на тржишту рада (Kanbur, 1979, стр. 776, 777). Наиме, што је ниво аверзије према ризику у једном друштву виши, то ће већи број чланова тог друштва бирати мање ризичну опцију радног ангажовања, то јест опцију плаћене запослености. Овакво понашање већине чланова друштва утицаће на смањење висине зараде у сектору плаћене запослености, односно на повећање профита у сектору предузетништва (због мање понуде предузетника). Са друге стране, оваква реперкусија преференције опције запослености на опште равнотежно стање резултира тиме да је накнада за рад у у предузетништву као ризичнијем занимању, мања у друштвима у којима постоји висок ниво склоности ка ризику.

Постојање трошкова промене занимања уважава се и у моделу реалокације рада у двосекторском систему који развијају Dixit и Rob (1994). Аутори моделом показују да појединац може остати у свом постојећем занимању чак и када су приноси у њему мањи у односу на оне који карактеришу друго занимање. Овакво понашање субјеката избора се може испољити не само због постојања трошкова преласка, већ и због могућности да је овакво стање привременог карактера. Увођењем опције чекања пре доношења одлуке о промени занимања, модел сугерише то да на промену занимања не утиче однос између приноса различитих занимања посматран у статичком контексту. Да би појединац изабрао да уђе у одређени сектор, потребно је да принос у овом сектору буде на тзв. горњој граници приноса. Излазак из сектора ће се десити када је принос у њему на тзв. доњој граници приноса. Све док је принос у одређеном сектору

између ове две границе, појединац ће, због трошкова преласка, остати у постојећем сектору (Dixit & Rob, 1994). Смањење аверзије према ризику приближава ове две границе приноса и промену занимања чини вероватнијом, док повећање трошкова преласка утиче на удаљавање граница приноса чиме се смањује вероватноћа промене занимања (Parker, 2004).

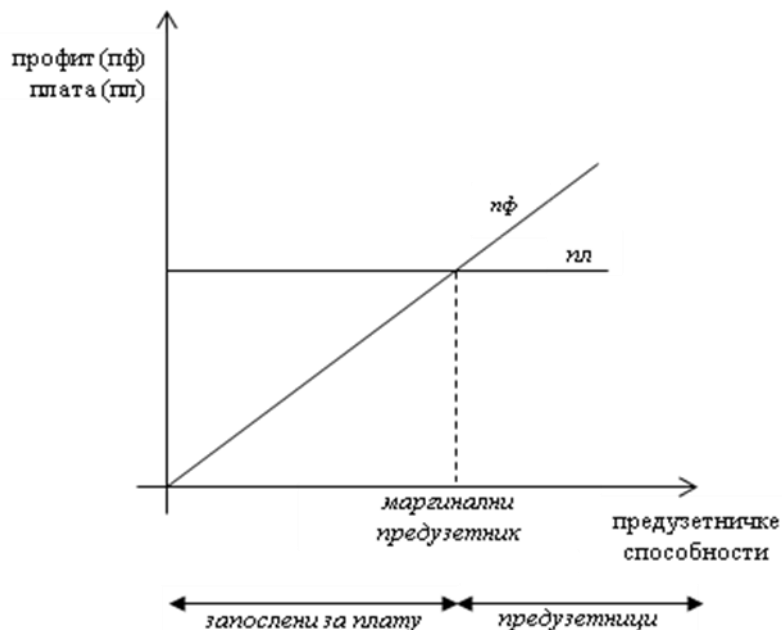
1.1.2.2. Модели избора занимања са хетерогеним субјектима избора

За разлику од модела из претходне групе, једна од основних претпоставки у моделима ове групе јесте она која се односи на схватање субјеката избора опције запослености као међусобно различитих. У зависности од тога шта се узима као критеријум разликовања, модели избора занимања из ове групе могу бити модели у којима хетерогеност субјеката избора постоји по питању њихових предузетничких способности или по питању њихове склоности ка ризику.

Модели избора занимања са хетерогеним субјектима избора – хетерогеност по питању предузетничких способности

Анализирајући процес одлучивања о избору опције запослености, ови модели полазе од претпоставке да се појединци који бирају међусобно разликују према поседовању способности за успех у сектору предузетништва. Проблем алокације ресурса у једном друштву, према *Lucas*-у (1978, стр. 510), подразумева проблем избора чланова друштва између сектора плаћене запослености и сектора самозапослености (предузетништва), као и проблем алокације фактора производње између различитих предузећа, односно предузетника. *Lucas*-ов модел избора занимања, формулисан на претпоставкама о затвореној економији, датом нивоу расположивог капитала, појединцима који се међусобно не разликују према нивоу продуктивности, али се разликују у погледу поседовања предузетничких способности, сугерише то да способнији чланови друштва бирају опцију предузетништва. Предузетничке способности као детерминанта избора занимања утичу на трошкове пословања (већа способност – мањи трошкови) и на аутпут предузетника (већа способност – већи аутпут). Дефинишући категорију *маргиналног предузетника* као појединца чији је ниво предузетничких способности такав да би он остварио исти ниво приноса у оба сектора запослености (Слика 1.4), у овом моделу се истиче да сви они појединци који имају виши ниво способности од маргиналног предузетника бирају да постану предузетници, док ће они са нижим нивоом способности постати запослени (Parker, 2004, стр. 55).

Такође, способнији предузетници испољавају већу тражњу за радом и капиталом, а то значи да су њихова предузећа већа (било да се величина предузећа мери бројем запослених, или величином имовине).



Слика 1.4: Избор занимања при различитом нивоу предузетничких способности (Parker, 2009, стр. 42)

Динамизирајући овај модел, аутор испитује како макроекономски раст и развој, мерен повећањем расположивог фонда капитала, утиче на број предузетника. Уз претпоставку о важењу *Gibre*-овог закона, *Lucas* показује да смер и интензитет овог утицаја зависи од техничке еластичности супституције капитала и рада (σ) – Табела 1.2. (Parker, 2004, стр. 55; 2009, стр. 42).

Табела 1.2: Утицај економског раста и развоја на број предузетника и величину предузећа

↑ фонда капитала	$\sigma < 1$	↓ број предузетника, ↑ просечна величина предузећа
	$\sigma > 1$	↑ број предузетника, ↓ просечна величина предузећа
	$\sigma = 1$	нема утицаја

Повећање фонда капитала (понуде капитала) утиче на: а) повећање продуктивности рада и на б) смањење цене капитала релативно према цени рада. Како се ово одражава на тражњу за радом? Први ефекат (а) повећава тражњу за радом, док је други ефекат (б) смањује. Ако је $\sigma < 1$, онда је други ефекат (б) мање изражен у односу

на први ефекат (a)⁴, па ће нето ефекат раста фонда капитала на тражњу за радом бити позитиван. Раст тражње за радом утиче на повећање цене рада што мотивише маргиналног предузетника да промени статус и постане запослен за плату. Коначан ефекат је смањење броја предузетника и повећање просечне величине предузећа. Супротни ефекат ће преовладати у случају када је $\sigma > 1$, док повећање фонда капитала неће утицати на број предузетника и просечну величину предузећа у условима када је $\sigma = 1$. Будући да пракса показује да је $\sigma < 1$, предикција *Lucas*-овог модела је да ће са развојем националних привреда доћи до смањења броја предузетника и до повећања просечне величине предузећа. Наслањајући се на *Lucas*-ов рад, *Brock* и *Evans* у свом моделу потврђују да појединци са предузетничким способностима већим од оних које поседује маргинални предузетник бирају предузетништво као опцију своје запослености (према de Wit, 1993). Такође, и према овом моделу способнији предузетници имају ниже трошкове пословања (просечне и маргиналне) и воде већа предузећа.

За разлику од *Lucas*-овог модела у коме појединци бирају занимање у условима извесности (Parker, 2005), у моделу који формулише *Parker* (1997) појединци, који се међусобно разликују по питању предузетничких способности којима располажу, имају аверзију према ризику и бирају између два сектора запослености, суочавајући се и у једном и у другом са ризиком од кога не могу да се осигурају. У случају када појединац доноси одлуку о томе који ће део свог фонда радног времена усмерити ка једном, а који ка другом сектору, повећање ризика у сектору самозапослености не мора водити смањењу атрактивности овог сектора. Напротив, одлуком да већи део радног времена проведу у ризичнијем статусу самозапослености појединци који имају аверзију према ризику могу смањити укупан ризик (под претпоставком да је функција укупног ризика конвексна функција ризика у посматраним секторима). Према другој верзији овог модела, када се појединци одлучују за ангажовање само у једном сектору, повећање ризика остваривања приноса у сектору самозапослености смањује вероватноћу избора овог сектора. Према другом моделу овог аутора (Parker, 1996), максимирање дисконтоване вредности корисности која ће бити остварена током читавог животног века субјекта избора је основни критеријум избора опције запослености док је ризик од кога се појединац не може осигурати сконцентрисан у сектору самозапослености. У

⁴ Будући да релативна употреба фактора производње не зависи значајно од односа њихових релативних цена.

оквирима овог модела већа разлика у приносима између сектора samozапослености и сектора плаћене запослености у корист првог, мањи ниво ризика и мањи ниво аверзије према ризику појединаца утицаће на то да већи број појединаца бира samozапосленост (ibid., стр. 465).

Модели избора занимања са хетерогеним субјектима избора – хетерогеност по питању склоности ка ризику

Када се избор занимања дешава у окружењу које карактерише неизвесност и ризик, однос према ризику постаје битна карактеристика субјеката избора. Склоност према ризику је у моделу *Kihlstrom*-а и *Laffont*-а (1979) кључна детерминанта која опредељује избор појединца који доноси одлуку о томе да ли ће бити samozапослен или запослен за плату. Препознајући да и друге варијабле могу утицати на избор опције запослености – нпр. предузетничка способност, приступ капиталу за оснивање предузећа, вештине за обављање посла у сектору плаћене запослености – аутори, ипак, модел конципирају тако да се анализира једино утицај разлика између појединаца по питању односа према ризику. Полазећи од става *Knight*-а (1964, стр. 339) да запослени појединци не морају бити предузетници, модел је развијен за специфичан случај када се појединци не разликују међусобно по својим предузетничким, или способностима потребним за сектор запослених. У овом моделу појединци са различитим односом према ризику бирају између сигурне плате у сектору плаћене запослености или неизвесног профита у сектору предузетништва. Дакле, и овај модел, као и већина других, постојање ризика остваривања приноса у потпуности везује за сектор предузетништва.

Слично *Lucas*-у (1978), и у овом моделу је дефинисан појам маргиналног предузетника као референтна тачка у односу на коју се одређује да ли ће појединац изабрати опцију плаћене запослености или опцију samozапосљавања. За разлику од *Lucas*-а (1978), маргинални предузетник је у овом моделу дефинисан у контексту склоности ка ризику. Појединци који, у односу на маргиналног предузетника, имају нижи ниво аверзије према ризику ће постати предузетници, док ће они са вишим нивоом аверзије према ризику изабрати статус запослених за плату (*Kihlstrom & Laffont*, 1979, стр. 725-730). Такође, индивидуална склоност предузетника ка ризику ће утицати на величину његовог предузећа, док ће генерална склоност ка ризику на нивоу друштва утицати на висину зараде у сектору плаћене запослености. Предузетници који нису склони ризику воде мања предузећа, односно ангажују мање рада. Повећање

генералног нивоа аверзије према ризику смањује плату у сектору плаћене запослености. Наиме, са повећањем аверзије према ризику смањује се тражња за радом од стране предузетника, док се са друге стране повећава број појединаца који бирају опцију плаћене запослености (повећава се понуда рада). При оваквој динамици понуде и тражње за радом, долази до смањења цене рада, то јест плате.

Овој групи модела избора опције запослености припада и проширена верзија модела аутора *Kanbur*-а (1979). Најпре моделирајући избор хомогених појединаца, *Kanbur* (1979) шири свој модел тако да више одговара реалности и уводи претпоставку да се појединци међусобно разликују по питању односа према ризику. Према овом моделу повећање нивоа аверзије према ризику утиче на смањење броја предузетника.

1.1.2.3. Компаративни приказ модела избора занимања

Компаративни приказ основних идеја анализираних модела избора занимања (Табела 1.3) треба схватити уз уважавање чињенице да између представљених модела постоје концептуалне разлике које једним делом одређују и разлике у порукама модела. Већина анализираних теоријских модела предузетништва се бави анализом избора опције запослености, и предузетништво (или самозапошљавање) види као алтернативу опцији плаћене запослености. Дакле, избор појединца је избор типа „или/или”. Према претпоставкама већине модела који уважавају постојање ризика и неизвесности, исти су сконцентрисани у сектору предузетништва. Према моделу *Parker*-а (1997) остваривање приноса је ризично и у једном и у другом сектору, а две верзије модела овог аутора препознају могућност да појединац своје укупно радно време може поделити на време проведено у опцији плаћене запослености и на време проведено у статусу самозапослености.

Према теоријским моделима избора опције запослености, функција критеријума која детерминише избор јесте максимирање функције корисности за субјекта избора. Сличност анализираних модела јесте и у чињеници да је највећи број њих постављен тако да се приноси, профит у сектору предузетништва и плата у сектору плаћене запослености, виде као величине које дефинишу корисност за појединца који бира. Без обзира на то да ли се види као једина, или као детерминанта посредством које се ефектуира утицај нивоа ризика и склоности ка ризику, или предузетничке способности појединца – однос између приноса у алтернативним опцијама је кључна детерминанта избора. Поред директног утицаја релативног односа приноса на избор опције запослености, један број модела овај избор види као одлуку која је детерминисана

постојећим нивоом ризика и неизвесности и односом појединаца према ризику. Генерално посматрано, порука модела избора занимања јесте да ће предузетништво бити изабрано онда када ова опција, у односу на своју алтернативу, обезбеђује виши ниво приноса, када су предузетничке способности појединца који бира на вишем нивоу и када субјекат избора има мању аверзију према ризику.

Табела 1.3: Компаративни приказ модела избора занимања

Модел избора занимања			
Хомогени субјекти избора – појединци који бирају се међусобно не разликују		Хетерогени субјекти избора – појединци који бирају се међусобно разликују	
Статички модели – нема трошкова промене занимања	Динамички модели – постоје финансијски и нефинансијски трошкови промене занимања	Субјекти избора су различити по питању поседовања предузетничких способности	Субјекти избора су различити по питању односа према ризик у
<p>Базични модел – избор се дешава у извесном окружењу.</p> <p><i>de Wit, 1993</i> – критеријум избора јесте релативни однос приноса у алтернативним опцијама занимања.</p> <p>Сложенији модели – окружење у коме се дешава избор је неизвесно:</p> <p><i>Kihlstrom & Laffont, 1983</i> – однос према ризику као кључна детерминанта избора.</p> <p><i>Sheshinski & Drèze, 1976</i> – ниво неизвесности и ризика посредно преко висине приноса одређује избор занимања.</p> <p><i>Appelbaum & Katz, 1986</i> – због двосмерног утицаја на приносе, нема једнозначног утицаја неизвесности на избор.</p> <p><i>Parker, 1997</i> – релативни однос приноса у опцијама запослености и однос према ризику као фактори поделе радног времена појединца на време проведено у сектору запослених за плате и у сектору samozапослених.</p>	<p><i>Kanbur, 1979</i> – склоност ка ризику повећава вероватноћу избора ризичније опције предузетништва.</p> <p><i>Dixit & Rob, 1994</i> – однос према ризику и висина трошкова промене занимања, посредно преко утицаја на граничне вредности приноса које представљају импулс за промену занимања, утичу на вероватноћу промене занимања.</p>	<p><i>Lucas, 1978</i> – поседовање предузетничких способности које утичу на трошкове и аутпут предузетника одређује избор опције запослености. Динамизирано – макорекономски раст и развој смањују број предузетника.</p> <p><i>Parker, 1996</i> – релативни однос приноса и склоност ка ризику одређују избор.</p> <p><i>Parker, 1997</i> – повећање нивоа ризика у сектору предузетништва може подстаћи веће ангажовање у овом сектору од стране појединаца који одлучују о подели свог фонда радног времена. Са друге стране, ако се ради о или/или избору, повећање ризика смањује избор ове опције.</p>	<p><i>Kihlstrom & Laffont, 1979</i> – склоност ка ризику као кључна детерминанта избора опције запослености, али и величине предузећа.</p> <p><i>Kanbur, 1979</i> – аверзија према ризику смањује број предузетника.</p>

1.2. Појавни облици предузетничке активности

Емпиријско сагледавање феномена предузетништва претпоставља прихватање одређене радне дефиниције субјекта и активности предузетништва. Стога у циљу избора оперативне дефиниције треба анализирати основне појавне облике предузетничке активности. Дефинисање феномена и синтеза знања у овој области отежана је чињеницом да се истраживању предузетништва приступа из концептуалних и методолошких оквира различитих научних дисциплина (Low & Macmillan, 1988).

Наиме, предузетништво је комплексна појава, те истраживачи различитих аспеката овог вишедимензионалног феномена различито дефинишу централне концепте (Landström, 2005). Избор оперативне дефиниције предузетништва усмерава ток и карактеристике истраживања, док сваки од појавних облика предузетништва, узети као радна дефиниција за потребе истраживања, има одређених предности и недостатака. Будући да сваки од појавних облика предузетништва апострофира одређени аспект предузетничке активности (Cunningham & Lischeron, 1991; Foreman-Peck, 2005; Low & Macmillan, 1988), ограничење већине истраживања представља чињеница да избором једне дефиниције (што је најчешћи истраживачки приступ) нема потпуног обухвата предузетничке активности.

Непостојање јединствене дефиниције предузетништва чини ову истраживачку област фрагментисаном и отежава акумулацију знања (Landström, 2005). Такође, одсуство јединственог схватања феномена од истраживача захтева опис и аргументацију избора популације коју истражује (Bygrave & Hofer, 1991). Често се дешава да су истраживачи у избору радне дефиниције и имплементацији одређеног схватања предузетништва ограничени карактером расположивих и доступних података (Parker, 2009). Мултидимензионалност феномена и разлике у истраживачким приступима резултирају већим бројем оперативних дефиниција. Најчешће коришћене радне дефиниције којима се операционализују концепт предузетника и предузетништва односе се на оснивање и власништво предузећа, као и на samozapošljavanje (Foreman-Peck, 2005; Parker, 2009; Spencer & Gomez, 2004). У наставку рада биће приказане основне карактеристике ових манифестационих облика предузетничке активности.

1.2.1. Мала и средња предузећа као појавни облик предузетничке активности

Оснивање и власништво предузећа као манифестација предузетничке активности се у првом реду односи на оснивање и власништво малих и средњих предузећа. Власништво или број ових предузећа је традиционално мерило предузетништва, често коришћено и због чињенице да су подаци о овим предузећима доступни у већини система националних статистика (Casson, 2010; Gartner & Shane, 1995; Parker, 2009). Ипак, иако се ово мерило често користи, одређени аутори сматрају да између предузетништва и власништва малих предузећа постоје битне разлике. Тако на пример, *Carland, Hoy, Boulton* и *Carland* (1984) истичу да предузетништво постоји и изван малих предузећа, али и да није сваки власник малог предузећа нужно и предузетник. Наиме, према цитираним ауторима предузетништво и власништво малих

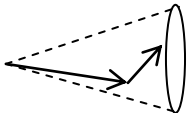
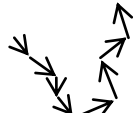
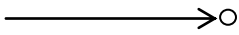
предузећа нису исто, иако се ови концепти у некој мери преклапају. Предузетничке фирме могу бити различите величине, оно што их чини предузетничким јесте иновативност и оријентација на раст. У сличном смеру је и схватање *Morris*-а (1998) да се предузетничко понашање и власништво и управљање малим предузећем не морају увек преклапати. Напротив, сам поступак покретања сопственог посла је, према овом аутору, једини предузетнички потез за већину власника малих предузећа. Пословање највећег броја малих предузећа је статично и не доприноси динамичности система (у *Schumpeter*-овом смислу, прим. аут.), док предузетништво, са друге стране, нужно подразумева иновативност, проактивност и раст (*ibid.*).

У поље дискусије о односу између власништва малих предузећа и предузетништва може се сместити схватање *Lumpkin*-а и *Dess*-а (1996) да треба правити разлику између предузетништва и предузетничке оријентације. И док предузетништво представља форму, предузетничка оријентација јесте њена садржина. Наиме, предузетништво означава отпочињање посла (кроз стартап, куповину постојећег предузећа, интерно предузетништво) – и као такво оно може бити везано како за појединца, тако и за предузеће. Са друге стране, предузетничка оријентација се односи на начин обављања посла, на процесе и праксу доношења одлука (*ibid.*). Предузетничку оријентацију *Covin* и *Slevin* (1989) мере дуж три димензије: иновативност, преузимање ризика и проактивност. Овим димензијама *Lumpkin* и *Dess* (1996) додају и аутономију у одлучивању и *агресивно* конкурентско понашање. Полазни моменат у дефинисању предузетничке оријентације треба тражити у оквиру стратегијског менаџмента и у *Mintzberg*-овом (1973) идентификовању различитих начина стратегијског одлучивања, као и у *Miller*-овом (1983) схватању предузетничке фирме. Наиме, *Mintzberg* (1973) разликује три начина стратегијског одлучивања: предузетнички, адаптивни и плански. У основи предузетничког стратегијског одлучивања је схватање да се на окружење може утицати и да се оно може контролисати. Овај вид стратегијског одлучивања подразумева активно трагање за новим шансама, централизацију моћи, радикалне промене чији је исход неизвестан и раст као кључни циљ. Адаптивни начин доношења одлука је карактеристичан за сложене организационе структуре у којима због постојања различитих интересних група циљ не мора бити *најбоље решење* већ *довољно добро решење* које ће приближити некада супротстављене циљеве различитих група и појединаца. Адаптивно одлучивање је по својој природи реактивно, а промене које могу настати као резултат су углавном инкременталне. Плански приступ одлучивању је приступ

систематске анализе користи и трошкова различитих опција. У овом типу одлучивања велика одговорност је на планеру (аналитичару) који применом техника стратегијског менаџмента припрема и предлаже стратегијске опције. Слично овоме, *Miller* (1983, стр. 771) истиче да је предузетничка фирма она која иновира производни програм, улази на нова тржишта, преузима ризик, која је проактивна и офанзивна у односу према конкурентима. Супротно томе, *непредузетничка фирма је она која мало иновира, која има аверзију према ризику, која пре имитира конкуренцију него што води ка променама.* Садржај различитих схватања предузетништва, власништва малих предузећа и различитих начина стратегијског одлучивања детаљније је приказан у Табели 1.4.

Табела 1.4: Различита схватања предузетништва, власништва малих предузећа и начина стратегијског одлучивања

Разлике између власника малог предузећа и предузетничке фирме и између власника малог предузећа и предузетника (Carland et al., 1984, стр. 358)			
Мало предузеће – предузеће које није доминантно у својој области и које нема иновативну праксу.	Предузетничка фирма – имплементира бар једну од <i>Schumpeter</i> -ових типова иновација, кључни циљ је профит и раст који се остварује иновативним праксама.		
Власник малог предузећа – појединац који оснива и води свој посао вођен личним циљевима. Посао је за власника примарни извор прихода и одузима му највећи део времена и ресурса.	Предузетник – појединац који установљава и води посао ради остваривања профита и раста. Предузетник је иновативан и имплементира праксу стратегијског менаџмента.		
Разлике између малих предузећа и предузетничких фирми (Morris, 1998, стр. 3)			
Карактеристике малих предузећа	Карактеристике предузетничких фирми		
1. Стабилност и <i>status quo</i> оријентација	1. Нестабилност и промене		
2. Недостатак конкурентске агресивности	2. Конкурентска агресивност		
3. Интеракција између личних и професионалних активности	3. Јасна подвојеност личних и професионалних активности		
4. Ангажовање чланова породице	4. Ангажовање професионалаца		
5. Неформалност	5. Већи степен формализације		
6. Тактичка и оријентација на садашњост	6. Стратегијска и оријентација на будућност		
7. Преференција ниско ризичних/ниско приносних активности	7. Преференција високо ризичних/високо приносних активности		
8. Интерна оријентација	8. Екстерна оријентација		
9. Нема раста запослености	9. Повећање броја запослених		
10. Уједначене потребе за ресурсима	10. Повећање потреба за ресурсима		
11. Вођена ресурсима	11. Вођена приликама		
12. У фокусу лични профит	12. У фокусу раст и вредност предузећа		
Карактеристике и услови за примену три модела стратегијског одлучивања (Mintzberg, 1973, стр. 49)			
Карактеристике	Предузетничко	Адаптивно	Планско
Смер	Проактивно	Реактивно	Проактивно и реактивно
Циљеви	Раст	Нема јединственог циља	Ефикасност и раст

	Предузетничко	Адаптивно	Планско
Евалуација опција	На основу процене	На основу процене	Аналитички
Субјекат одлучивања	Предузетник	Преговори различитих интересних група	Менаџмент
Временски хоризонт	Дугорочно	Краткорочно	Дугорочно
Повезаност различитих одлука	Лабаво повезане	Неповезане	Повезане (интегрисане)
Промене	Радикалне	Еволутивне	Глобалне (и радикалне и еволутивне)
Визија	Генерална	Нема је	Специфична
<u>Услови за имплементацију</u>			
Извор моћи	Предузетник	Разни субјекти и групе	Менаџмент
Предузеће	Младо, мало или са израженим лидером	Установљено	Велико
Окружење	Неизвесно (турбулентно)	Извесно (стабилно)	Динамичко
Путање одлучивања			

Прилагођено према: Carland et al., 1984; Mintzberg, 1973; Morris, 1998

Примећује се да су изложена неслагања по питању изједначавања власништва малих предузећа и предузетништва у складу са *Schumpeter*-овим схватањем предузетника и предузетничке активности. Ипак, и поред одређених неслагања, значајан број научних студија предузетништва анализи предузетништва приступа полазећи од власништва и броја малих предузећа као основе за дефинисање и мерење феномена. Такође, ову манифестацију предузетничке активности уважавају и релевантне институције као што су *GEM*, *EIP*, *OECD*, док је значајан број програма подршке предузетништву дефинисан тако да обухвата и власнике малих и средњих предузећа, без обзира на карактер њихове пословне праксе. Избор власника малих и средњих предузећа за субјекте анализе у студијама предузетништва аргументује се ставом да су они као власници мобилисали ресурсе и иницирали експлоатацију пословних шанси (Carland et al., 1984). Овакав истраживачки приступ је у складу са *Casson*-овом (наведено према: Ricketts, 2006, стр. 51) теоријом фирме према којој је кључни субјекат у предузећу управо предузетник као његов оснивач и иницијатор пословних активности.

Како би се за потребе емпиријских студија извршило узорковање власника малих и средњих предузећа, неопходно је најпре одредити шта се под овим предузећима подразумева. При томе се при одређивању појма малих и средњих предузећа може усвојити квалитативни и/или квантитативни приступ. Један од првих покушаја дефинисања ових предузећа јесте *Bolton*-ов извештај из 1971. године у коме се малим предузећима сматрају предузећа једноставне менаџмент структуре, предузећа која су независна, односно нису део већег предузећа и предузећа која имају мало тржишно учешће (наведено према: *Greene & Mole*, 2006, стр. 8). У циљу сагледавања величине и доприноса ових предузећа макроекономским показатељима, као и ради стварања основе за компаративне анализе, уз ову *економску*, *Bolton* даје и *статистичку* дефиницију ових предузећа (наведено према: *Storey*, 2010, стр. 9). За разлику од квалитативног приступа економске дефиниције, статистичко дефинисање подразумева одређивање квантитативних критеријума за одређивање величине предузећа. Карактеристика *Bolton*-ове статистичке дефиниције малих и средњих предузећа јесте секторска специфичност, односно чињеница да се за одређивање величине предузећа у различитим гранама користе различити критеријуми, или различит референтни ниво истих критеријума.

Базе података доступне у систему званичне статистике се често користе као извор података за потребе истраживања малих и средњих предузећа. Стога се у избору радне дефиниције ових предузећа користе њихова квантитативна обележја дефинисана легислативним оквиром одређене земље. Прва дефиниција малих и средњих предузећа на нивоу Европске Уније развијена ради уједначавања критеријума величине, а за потребе усмеравања подстицаја овом сектору, усвојена је 1996. године од стране Европске Комисије. Евалуацијом ове дефиниције 2003. године евидентирана је потреба да се у домену финансијских критеријума изврше одређене корекције ради уважавања раста продуктивности и ефеката инфлације (*Centre for Strategy and Evaluation Service*, 2012). Након спроведених корекција усвојена је нова дефиниција која је ступила на снагу 2005. године. Прихваћене дефиниције малих и средњих предузећа на нивоу ЕУ имају карактер статистичких дефиниција, односно дефиниција са доминантно квантитативним приступом у одређивању ових предузећа. Критеријуми за одређивање величине предузећа на нивоу ЕУ дати су у Табели 1.5. (у заградама су дате граничне вредности према дефиницији из 1996. године).

Табела 1.5: Квантитативни критеријуми за одређивање величине предузећа у ЕУ⁵

	Број запослених	Финансијски критеријуми	
		Приход у милионима евра	Имовина у милионима евра
Средње	< 250	≤ 50 (40)	≤ 43 (27)
Мало	< 50	≤ 10 (7)	≤ 10 (5)
Микро ⁶	< 10	≤ 2	≤ 2

Извор: Centre for Strategy and Evaluation Service, 2012; The European Commission, 2003

Дефинисани критеријуми за одређивање величине предузећа представљају максималне прагове величине које у својим националним решењима земље чланице ЕУ могу применити. Иако на нивоу препоруке, ови критеријуми су уграђени у регулаторни оквир свих земаља чланица ЕУ као основни, или као допунски критеријуми за одређивање величине предузећа (Centre for Strategy and Evaluation Service, 2012). Што се тиче легислативног третмана малих и средњих предузећа у Републици Србији он је примарно дефинисан Законом о рачуноводству (Народна скупштина Републике Србије, 2013). Полазећи од решења на нивоу ЕУ, као мерила величине предузећа у Републици Србији дефинисани су просечан број запослених, просечна вредност пословног прихода и просечна вредност пословне имовине (ibid., члан 6) – Табела 1.6.

Табела 1.6: Квантитативни критеријуми за одређивање величине предузећа у Републици Србији ⁷

	Број запослених	Приход у милионима евра	Имовина у милионима евра
Средње	≤ 250	≤ 35	≤ 17,5
Мало	≤ 50	≤ 8,8	≤ 4,4
Микро ⁸	≤ 10	≤ 0,7	≤ 0,35

Извор: Народна скупштина Републике Србије, 2013

⁵ Да би се могла сматрати малим или средњим, предузећа морају задовољити захтеве критеријума који се тиче броја запослених и захтеве бар једног од финансијских критеријума.

⁶ Категорија микро предузећа није постојала према дефиницији из 1996. године (Centre for Strategy and Evaluation Service, 2012).

⁷ У одговарајућу групу предузећа се сврставају уколико не прелазе два од три дефинисана критеријума за одређену категорију (Народна скупштина Републике Србије, 2013).

⁸ Категорија микро предузећа је уведена Законом из 2013. године.

Упоредним сагледавањем дефиниције на нивоу ЕУ и оне усвојене у Републици Србији примећује се да су финансијски критеријуми величине предузећа у Србији дефинисани на nižем нивоу, што је разумљиво имајући у виду стање привредног система Србије релативно према просечном стању на нивоу ЕУ.

За разлику од секторски неспецифичног приступа одређивању величине предузећа карактеристичног за ЕУ, у Сједињеним Америчким Државама се величина предузећа одређује према критеријуму просечног броја запослених у последњих 12 месеци за производне делатности и према просечном бруто приходу у последње три године за услужне делатности (United States Government – US Small Business Administration, 2013а). Граничне вредности ових критеријума зависе од делатности пословања⁹. У највећем броју производних делатности малим предузећем се сматра оно које запошљава до 500 радника, док је за највећи број трговинских и услужних делатности граница дефинисана на нивоу од 7 милиона долара бруто прихода (United States Government – US Small Business Administration, 2013в). Секторски специфичан приступ дефинисању малих и средњих предузећа постоји и у Јапану¹⁰ (Small and Medium Enterprise Agency, 1999), и у Кини¹¹ (SME Department of National Development and Reform Commission (NDRC) of P.R. China, 2003). Са друге стране, слично ЕУ, уз разлике у нивоу граничних вредности, у Русији се критеријуми за одређивање величине дефинишу генерално за све привредне субјекте¹² (State Duma of the Russian Federation, 2007).

Уз ове статистичке дефиниције малих и средњих предузећа које представљају корисно средство операционализације феномена и добру апроксимацију концепта величине предузећа, постоје и тзв. „утемељене”, или прилагођене дефиниције малих и средњих предузећа (Storey, 2010, стр. 14-16). Наиме, у истраживачкој пракси овог

⁹ Детаљније о критеријумима величине по делатностима, важећим од 22.01.2014. године видети у *United States Government – US Small Business Administration* (2013б).

¹⁰ Одређивање припадности сектору малих и средњих предузећа врши се према вредности критеријума: величина имовине и број запослених, посебно у производним, трговинским (трговина на велико и трговина на мало) и у услужним делатностима.

¹¹ Критеријуми за класификацију предузећа према величини у Народној Републици Кини јесу број запослених, годишњи приход и величина имовине. Граничне величине ових критеријума дефинисане су на различитим нивоима у зависности од делатности пословања – индустрија, грађевина, трговина, транспорт, угоститељство и туризам.

¹² Ови критеријуми се односе на број запослених и на годишњи пословни приход.

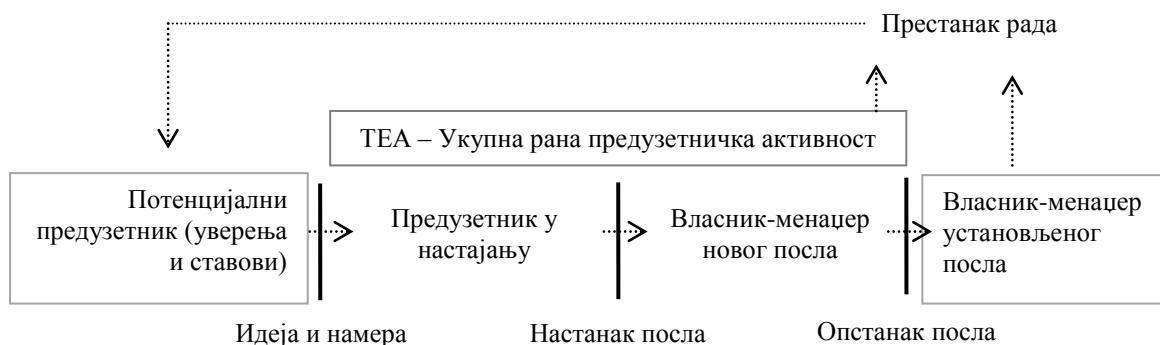
феномена постоји приступ према коме до критеријума за одређивање величине предузећа треба доћи консензусом мишљења релевантних субјеката из одређене делатности – власника, менаџера, консултаната, представника пословних асоцијација и слично. Ипак, како је усаглашавање критеријума тешко остварив, и процес који је временски захтеван, најчешће се дешава да је избор радне дефиниције малих и средњих предузећа одређен истраживачким циљем, или расположивим подацима (ibid.).

Уз број малих и средњих предузећа, индикатором предузетничке активности се може сматрати и број новооснованих предузећа у одређеној временској јединици (Parker, 2009; Shane & Venkataraman, 2000). Тако се основно мерило предузетничке активности које се користи у *GEM*¹³ извештајима – *TEA*, базира на овом индикатору предузетничке активности. *TEA* представља релативно учешће броја предузетника у настајању и власника новооснованих послова¹⁴ у укупном броју одраслих чланова¹⁵ одређеног друштва (Amorós & Bosma, 2014). Наиме, у *GEM* истраживачком оквиру предузетништво се посматра као процес који започиње намером о предузимању предузетничке активности и завршава се власништвом и управљањем установљеним послом, или прекидом обављања предузетничке активности (Слика 1.5). Прва инстанца у овом процесу јесу потенцијални предузетници, односно појединци који имају намеру да постану предузетници јер препознају пословне шансе и верују да имају способности да их искористе (Xavier, Kelley, Kew, Herrington, & Worderwülbecke, 2013, стр. 13). Они потенцијални предузетници који предузму активности ка отпочињању посла и постану власници посла старости до три месеца сматрају се настајућим, односно предузетницима у настајању (енгл. *nascent entrepreneurs*). Један број предузетника у настајању ће прећи у наредну фазу предузетничког процеса и постаће власници новооснованог посла, односно посла старости 3-42 месеца. Власници посла који преживе прве 3,5 године свог постојања сматрају се власницима установљеног посла.

¹³ *GEM* представља највећи текући међународни пројекат редовне годишње оцене и извештавања о предузетничкој активности, аспирацијама и ставовима појединаца.

¹⁴ Будући да се мерењем и истраживањем обухватају и економске активности у неформалном сектору, у терминологији *GEM* извештаја се користи термин *posao*, а не термин *предузеће*.

¹⁵ Одраслим члановима друштва се сматрају појединци старости 18-64 године.



Слика 1.5: Предузетнички процес и GEM оперативне дефиниције (према Amorós & Bosma, 2014, стр. 19; Xavier et al., 2013, стр. 13)

Укључивањем предузетника у настајању у истраживачки оквир феномена предузетништва решава се тзв. методолошки проблем *преживљавања* (Parker, 2009, стр. 8). Наиме, истраживање предузетништва само на бази анализе формираних и установљених предузећа из феномена предузетништва искључује све оне појединце који су имали предузетничких намера, и/или се налазе у процесу оснивања предузећа. Према Davidsson-у (2006, стр. 3) овакав приступ би сликовито одговарао приступу истраживања коцкара само на бази интервјуисања оних који добијају. Такође, испитивањем појединаца у току самог процеса оснивања предузећа смањује се ризик добијања нетачних података (Parker, 2009). Наиме, испитивање власника установљених предузећа је подложно ризику да се ови појединци не сећају тачно догађаја у току процеса оснивања предузећа – или због заборављања, или због селективне реинтерпретације догађаја.

Слично GEM-у, предузетничку активност у одређеном друштву Светска банка мери бројем новооснованих предузећа на 1.000 одраслих становника¹⁶ (World Bank, 2014в). Ипак, свођење предузетничке активности само на процес оснивања предузећа је у одређеној мери уже у односу на схватање предузетничког процеса у GEM истраживачком оквиру. Ужи приступ дефинисању субјеката и активности процеса предузетништва усваја и Gartner (1988) који истиче да је предузетништво процес оснивања нове организације, док је предузетник један од чинилаца овог процеса кога треба посматрати у контексту активности које предузима како би процес био

¹⁶ Становници старости од 15 до 64 године.

спроведен. Предузетник који је основао организацију у наредним фазама преузима друге улоге – власник малог предузећа, менаџер, иноватор. Предузетништво се, дакле, према овом аутору завршава након што се заврши оснивање организације.

Када су у питању новооснована предузећа, истиче се да се прихватањем оснивања нових предузећа као операционализације феномена предузетништва из корпуса предузетника искључују сви они који наслеђују посао, или купују већ постојећа предузећа (Cunningham & Lischeron, 1991). Такође, уколико се предузетништво схвати као процес експлоатације пословних шанси, оно не мора захтевати формирање нове организације, јер се шансе могу искористити и у оквирима постојећих организација (Shane & Venkataraman, 2000). Свођење предузетништва на оснивање нових предузећа из анализе предузетништва искључује питања раста предузећа – што је према неким ауторима срж предузетништва (Parker, 2009). Такође, динамички посматрано, због паралелног процеса нестајања предузећа, оснивање нових предузећа није адекватан показатељ нивоа предузетничке активности у једном друштву (Gartner & Shane, 1995). У том смислу одређени релативни, или апсолутни број нових предузећа може указивати на високу стопу раста предузетништва, али ће, уз високе излазне стопе, нето ефекат бити мали.

1.2.2. Самозапошљавање као појавни облик предузетничке активности

Уз податке о броју нових предузећа, највећи број база података о предузетницима укључује податке о броју самозапослених (Gartner & Shane, 1995). Имајући у виду расположивост података о самозапосленима на националном, али и на глобалном нивоу, ово је мерило које се често користи у циљу емпиријске операционализације феномена предузетништва (Parker, 2009). Самозапослени јесу појединци који обављају одређену, профитно оријентисану пословну активност у своје име и за сопствени рачун преузимајући највећи део ризика за успех у обављању посла, као и за остваривање личних приноса (Dennis, 1996, стр. 647; Parker, 2009, стр. 11). Коришћење мерила самозапослених задовољава захтев да се предузетником сматра особа која нема послодавца и води свој посао носећи ризик.

Као манифестација предузетништва самозапосленост се најчешће прати као стопа самозапослености. Међутим, један од недостатака овог мерила јесте чињеница да у домену дефинисања овог релативног показатеља и његовог статистичког праћења постоје различити приступи што отежава компаративне анализе резултата истраживања овог феномена (Предић & Стошић, 2012). Један аспект проблема јесте

одређивање имениоца овог релативног показатеља, односно питање да ли стопу samozапослености утврђивати као релативно учешће броја samozапослених у укупном броју радне снаге, у укупном броју запослених или у укупном броју одраслих појединаца (Blanchflower, 2000). Други аспект проблема се односи на разлике у схватању садржаја бројиоца овог релативног показатеља – односно на питање да ли у категорију samozапослених треба укључити пољопривреднике, помажуће чланове домаћинства и власнике предузећа (Blanchflower, 2000; Gartner & Shane, 1995; Parker, 2009). И док се пољопривредници, због специфичних услова пословања, најчешће искључују из категорије samozапослених¹⁷, третман власника предузећа и помажућих чланова домаћинства није увек јасан, нити јединствен. У вези са власницима предузећа, Gartner и Shane (1995, стр. 287) постављају питање да ли су они ипак запослени у свом предузећу у коме примају плату, иако технички раде за себе. Цитирани аутори истичу да се у једном броју студија власници предузећа без запослених сматрају samozапосленим, али не и власници предузећа са запосленима. Ови други се сврставају у категорију запослених. Овакав методолошки приступ има садржајних импликација на истраживање предузетништва. Наиме, ако се предузетницима не сматрају они који запошљавају друге, у случају када samozапослени предузетник без других запослених развије посао и запосли друге, он бива искључен из категорије предузетника. Овакав развој догађаја не значи да је предузетник обуставио активност, већ, напротив, он ју је развио. Ипак, ово неће бити регистровано као раст и развој предузетничке активности (ibid.). Уз разлике у истраживачком приступу, постоје разлике и у обухвату категорије samozапослених у системима националних статистика. Тако се, на пример, у САД и у Великој Британији власници привредних субјеката који су правна лица региструју као запослени, док су у већини европских и у OECD земљама они сматрају samozапосленим (Blanchflower, 2000; Parker, 2009). Обухват дефиниције феномена samozапослених лица се може разликовати и у зависности од тога шта је примарна сврха коришћења односне дефиниције. Тако се, на пример, под појмом samozапослени могу подразумевати појединци у различитим статусима у зависности од тога да ли се овај појам дефинише за пореске, статистичке, правне или

¹⁷ Ово, ипак, није случај у дефинисању samozапослених појединаца у Анкети о радној снази коју редовно спроводи Републички завод за статистику. Наиме, у националној статистици Републике Србије samozапосленим се сматрају особе које „раде самостално у властитом предузећу, установи, приватној радњи или на пољопривредном имању, као и лица која обављају самосталну професионалну делатност или обављају неки други посао за сопствени рачун” (Републички завод за статистику, 2012а).

социолошке потребе (Hughes, 2005, стр. 37). Уз проблем несинхронизованог мерења самозапослености, *Gartner* и *Shane* (1995) доводе у питање и потенцијал овог индикатора да адекватно обухвати феномен предузетништва. За аргументацију своје сумње аутори наводе пример екстремне ситуације у којој у једној години сви грађани САД постају самозапослени и до следеће године сви остају у послу. У оваквој ситуацији, а уз коришћење самозапослености као индикатора предузетништва, поставља се питање да ли је прва година – година у којој су сви постали самозапослени, у већој мери *предузетничка* у односу на другу годину – у којој није било нових самозапослених а у којој су сви раније самозапослени наставили да послују у том статусу (*ibid.*, стр. 285).

Мултидимензионалност феномена предузетништва отежава постизање сагласности у вези са његовим дефинисањем (Meyer et al., 2002). Насупрот ставовима да непостојање јединствене дефиниције ограничава развој истраживачке области (Bygrave & Hofer, 1991; Landström, 2005), *Parker* (2009) истиче да због немогућности да се обухвате сви аспекти ове појаве не треба тежити усвајању јединствене дефиниције или мерила, и да ово не ограничава развој области истраживања. Штавише, овај аутор сматра да различита мерила предузетништва доприносе сагледавању целине овог феномена, будући да носе различите информације. Ипак, у пракси већина истраживача користи једно мерило – или оно о коме су подаци доступни, или оно које одговара њиховом теоријском схватању феномена предузетништва (*ibid.*).

У развоју теорије предузетништва формирана су у основи два приступа одређивању овог феномена – приступ личних особина и бихејвиорални приступ (Carton, Hofer, & Meeks, 1998; Chrisman & Kellermanns, 2005; Gartner, 1988). Први приступ захтева одговор на истраживачко питање: *зашто се неко понаша као предузетник?* (Stevenson & Jarillo, 1990, стр. 18). У овом контексту предузетник је одређени тип личности настао као резултат компилације различитих психолошких особина појединаца (*Gartner*, 1988; Stevenson & Jarillo, 1990). Према томе, прихватајући приступ личних особина, значило би да појединце одређених психолошких карактеристика треба увек сматрати предузетницима. Додатна критика студија из оквира овог приступа јесте и то да се њиховим резултатима често не доказује каузалност, већ у најбољем случају корелација између појединих особина и предузетничког понашања појединаца (Stevenson & Jarillo, 1990). Према томе, на бази резултата спроведених студија може се закључити да нема доказа о постојању тзв. *типичног предузетника* (Carton et al., 1998, стр. 7).

Према бихејвиоралном приступу, централно питање феномена предузетништва није личност предузетника, већ његове активности (Chrisman & Kellermanns, 2005; Gartner, 1988). Уместо индивидуалног нивоа анализе карактеристичног за први приступ, Gartner (1988) истиче потребу да се са психолошког пређе на бихејвиорални приступ којим се пажња фокусира на питање шта предузетник ради, а не ко је предузетник (примери дефиниција из оквира овог приступа дати су у Табели 1.7). Став да предузетништво представља процес идентификовања прилика и креирања организационе форме ради њихове експлоатације у основи је позива за усвајање бихејвиоралног, или процесног приступа (Bygrave & Hofer, 1991). Предузетник је, при томе, носилац, односно субјекат овог процеса. У контексту овог приступа, суштину предузетништва према Stevenson-у и Jarillo-у (1990) чини оно што се налази између узрока за отпочињање предузетничке активности, и резултата ове активности, а то је одређено предузетничко понашање у функцији остваривања дефинисаних циљева. Рефокусирање пажње од субјекта ка процесу предузетништва би унапредило развој истраживане области, као што је реоријентација пажње са функције генералног менаџера на процес стратегијског менаџмента убрзала развој ове научне области (Bygrave & Hofer, 1991).

Табела 1.7: Дефинисање предузетничког процеса

Аутор	Дефиниција
Drucker, 1985	Предузетништво подразумева иновативност, односно ангажовање постојећих ресурса на нов, иновативан начин.
Stevenson, 1985	Предузетништво је процес током кога појединци експлоатишу шансе без обзира на ресурсе којим располажу.
Gartner, 1988	Предузетништво је процес оснивања нове организације.
Venkataraman, 1997	Предузетништво се односи на начин и субјекте идентификовања, креирања и експлоатације шанси за понуду будућих производа и услуга.
Carton, Hofer, & Meeks, 1998	Предузетништво је процес анализе окружења, идентификовања шанси, оцене услова за њихову експлоатацију, као и оснивање и управљање организацијом формираном ради њихове експлоатације.
Bygrave & Hofer, 1991	Предузетнички процес је сет активности и функција на откривању тржишних могућности и формирању организационе форме ради њихове експлоатације.

На основу: Landström, 2005, стр. 11; Meyer et al., 2002, стр. 22

Бихејвиорални и психолошки приступ одређивању феномена предузетника се могу посматрати и као комплементарни, при чему рад у оквирима примарно прихваћеног приступа одређује полазну тачку у анализи феномена. Тако се прихватањем бихејвиоралног приступа у одређивању феномена не мора искључити

истраживање особина и карактеристика предузетника. Наиме, иако поседовање одређених личних особина и карактеристика нужно не мора значити да ће особа бити предузетник, оне свакако утичу на вероватноћу да ће постати, као и на изборе које чини и који за резултат имају одређене перформансе (Carton et al., 1998).

У условима непостојања јединствене дефиниције, истраживачка питања, методологија и ниво истраживања детерминисани су схватањем предузетништва од стране истраживача (Meuer et al., 2002). То значи да сваки истраживач овог феномена мора описати популацију коју је истраживао (Bygrave & Hofer, 1991). Прихватајући став да одређено предузетничко понашање, а не сет особина, појединца квалификује као предузетника (Gartner, 1988), у раду се прихвата бихејвиорални приступ одређивању предузетника. Тако одређивање предузетника *a priori* захтева одређивање предузетничког процеса. Предузетнички процес се може сматрати процесом анализе окружења, идентификовања пословних шанси, оцене изводљивости њихове експлоатације, мобилисања ресурса, формирања и управљања организацијом ради експлоатације уочених прилика (Carton et al., 1998, стр. 5). Предузетник је, следствено, носилац предузетничког процеса. Другим речима, *„предузетником се може сматрати особа која у свом власништву има неки вид организоване пословне активности којом одговара на идентификоване и/или ствара нове шансе у окружењу преузимајући на тај начин одређени ниво ризика за доношење одлука у условима неизвесности”* (Предић & Стошић, 2012, стр. 237). Овакво схватање предузетника би се могло сврстати у групу тзв. функционалних дефиниција предузетника чија логика подразумева да се најпре дефинише функција предузетника, а да се, затим, предузетником значи свако ко обавља ту функцију (Casson, 2003, стр. 19). Насупрот овом приступу, тзв. индикативни приступ дефинише предузетника према његовом правном статусу и уговорним обавезама.

Полазећи од оквира бихејвиоралног одређивања предузетништва и предузетника, рад је утемељен и у приступу стратегијског менаџмента предузетништву. Наиме, у истраживачком оквиру стратегијског менаџмента предузетништво је одређено као процес идентификовања шанси, као и избора стратегија и тактика за њихову експлоатацију (Low & Macmillan, 1988, стр. 142). Аутори ове теоријске парадигме се баве идентификовањем фактора који доприносе успеху и неуспеху предузетничких подухвата. Према томе, пословне перформансе и раст јесу заједничка тачка у истраживачкој агенди предузетништва и стратегијског менаџмента (Meuer et al., 2002, стр. 26, 29). Истражујући поље сусрета између

предузетништва и стратегијског менаџмента, *Meyer et al.* (2002) истичу да је област перформанси, раста и стратегија малих и новонасталих предузећа најмање истраживана област овог интерфејса (Слика 1.6). Традиционално се бавећи перформансама великих предузећа, истраживачи из оквира стратегијског менаџмента изван анализе остављају већину привредних субјеката, будући да је највећи број њих из групе малих и средњих предузећа. Стога се истиче значај актуелизације овог аспекта предметног додира истраживачке праксе предузетништва и стратегијског менаџмента.

		Величина предузећа	
		Мало	Велико
Истраживачки фокус	оснивање	А ¹⁸ . Оснивање нових предузећа, иновације у малим и средњим предузећима.	Б. Корпоративно предузетништво – иновације у великим предузећима.
	перформансе и раст	Ц. Стратегије, перформансе и раст нових и малих предузећа.	Д ¹⁹ . Процес стратегијског менаџмента и садржај стратегије.

Слика 1.6: Однос између предузетништва и стратегијског менаџмента (модификовано према: *Meyer et al.* (2002, стр. 37-38))

Уважавајући чињеницу да су централне димензије предузетничког процеса оснивање предузећа и његове перформансе (*Carton et al.*, 1998), у раду ће се уз традиционални предмет истраживања у области предузетништва (оснивање предузећа, односно избор предузетништва као опције запослености), значајна пажња посветити и перформансама предузећа. Овај аспект предузетничког процеса биће централни моменат емпиријског дела рада. На тај начин биће дат допринос развоју мање истраживане додирне области предузетништва и стратегијског менаџмента.

2. Динамика предузетничке активности

Непостојање јединствене дефиниције субјекта и процеса предузетништва резултира пролиферацијом мерила стања и динамике предузетничке активности. У званичним системима националних статистика, као и у извештајима релевантних

¹⁸ Традиционално поље истраживања у области предузетништва.

¹⁹ Традиционално поље истраживања у области стратегијског менаџмента.

међународних институција ниво предузетничке активности, посматрано у статистици и у динамици времена, обухвата се мерилима као што су стопа предузетништва у настајању, стопа samozапослености, релативни број новооснованих предузећа, стопа власништва предузећа, стопа дисконтинуитета посла итд²⁰.

Упоредивањем података из различитих база креираних да обухвате динамику предузетничке активности често се не могу извести јединствени закључци о заступљености и кретању предузетничке активности на глобалном нивоу. Тако, на пример, подаци о предузетничкој активности из *GEM* базе указују на већи интензитет предузетничке активности у земљама у развоју, док је према подацима Светске банке предузетничка активност у већој мери карактеристика привредних система развијених земаља (Acs, Desai, & Klapper, 2008). Разлог за ове разлике у подацима, односно за њихове практичне импликације, јесте коришћење различитих индикатора предузетничке активности. Основни показатељ предузетничке активности у *GEM* бази кроснационално упоредивих података јесте показатељ ране предузетничке активности (*TEA*), односно показатељ који сублимира укупну рану предузетничку активност – предузетништво у настајању и власништво новооснованих предузећа – без обзира на то да ли се она одвија у формалном или у неформалном сектору економског система. Са друге стране, подацима Светске банке обухвата се само предузетништво у формалном сектору. Наиме, у бази података о предузетништву ове институције јединица мере предузетништва се дефинише као „*економска јединица са статусом правног лица,*

²⁰ У *GEM* истраживачком оквиру користе се следећа мерила предузетничке активности (Amóros & Bosma, 2014, стр. 29; Kelly, Bosma & Amóros, 2011, стр. 63-64):

1. Стопа предузетништва у настајању – процентуално учешће појединаца који тренутно имају статус предузетника у настајању, тј. оних који су активно укључени у оснивање посла који ће бити у њиховом (су)власништву, у популацији старости 18-64 године.
2. Стопа власништва новооснованог посла – процентуално учешће појединаца који су власници посла који им доноси приходе дуже од 3, а краће од 42 месеца, у популацији старости 18-64 године.
3. Стопа укупне ране предузетничке активности (*TEA*) – процентуално учешће појединаца који тренутно имају статус предузетника у настајању и оних који су власници посла који им доноси приходе дуже од 3, а краће од 42 месеца, у популацији старости 18-64 године.
4. Стопа власништва установљеног посла – процентуално учешће појединаца који су власници посла који им доноси приходе дуже од 42 месеца, у популацији старости 18-64 године.
5. Стопа дисконтинуитета посла – процентуално учешће појединаца који су у последњих 12 месеци продали свој посао, затворили га, или су своје власништво прекинули на неки други начин, у популацији старости 18-64 године.

регистрована у јавном регистру, која може да у своје име и за свој рачун предузима економске активности и обавезе и да ступа у односе са другим правним лицима” (ibid., стр. 4). Као манифестација предузетништва у бази података Светске банке мери се и прати активност појединца, или групе, усмерена ка предузимању економске активности у формалном сектору у оквирима одређене правне форме посла (ibid., стр. 5). Примећује се да су из дефиниције јединице предузетништва Светске банке, за разлику од одређења предузетништва у *GEM* бази, искључени субјекти из неформалног сектора и то, не зато што нису значајни (јер јесу, нарочито за земљама у развоју), већ зато што их је тешко статистички обухватити (World Bank, 2014в).

Оперативна импликација чињенице да не постоји усаглашеност у дефинисању предузетништва јесте и појава да се у различитим извештајима једне исте институције (нпр. *OECD*) користе различита мерила предузетничке активности. У вези са одређивањем и мерењем овог феномена, према *Ahmad*-у и *Seymour*-у (2008) постоје два приступа: приступ одозго-надоле и приступ одоздо-нагоре. Дефиниције из првог оквира имају често филозофску генезу и не баве се питањем мерења феномена, док се приступом одоздо-нагоре предузетништво углавном не дефинише, већ се одмах изједначава са неким показатељем – и то је најчешће оно мерило које је доступно у званичној статистици (ibid., стр. 5, 6). Дефинисање политика подршке и остваривање мерљивих циљева захтева избор мерила за квантификацију феномена предузетништва. Стога су у циљу остварења униформности у праћењу предузетничке активности, односно развоја базе кључних, међународно упоредивих и практично релевантних индикатора предузетништва, *OECD* и *Eurostat* 2006. године започели реализацију Програма индикатора предузетничке активности – *EIP* (*OECD*, 2014).

Имајући у виду описану неусаглашеност по питању мерила стања и динамике предузетничке активности, у наставку рада биће приказани и анализирани подаци о праћењу предузетничке активности из публикација *GEM*-а, Светске банке и *OECD-Eurostat EIP*.

2.1. Компаративни приказ развоја предузетништва у различитим привредним системима

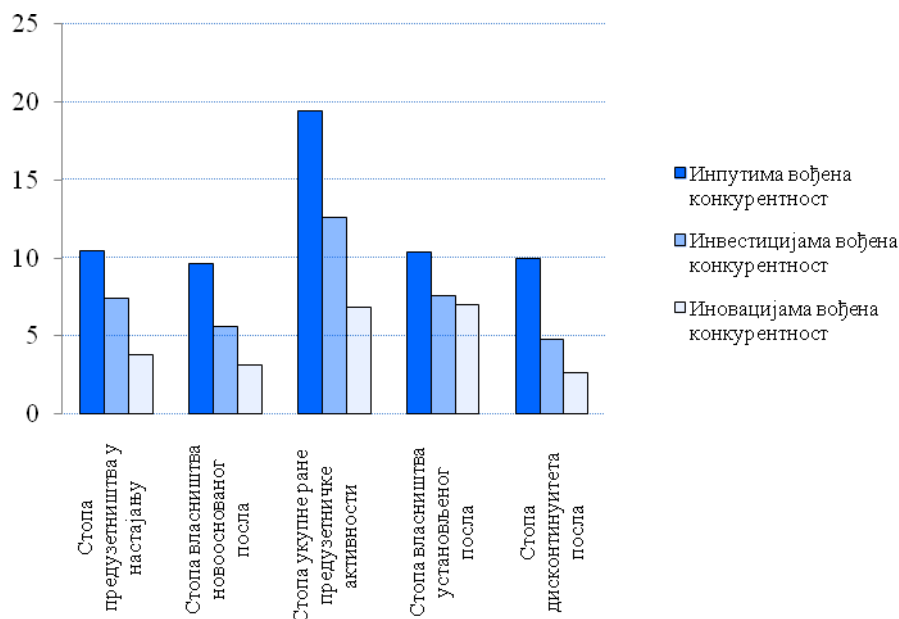
У *GEM* извештајима предузетништво се концептуализује као континуирани процес којим се обухватају предузетници у настајању, односно појединци који предузимају активности са циљем започињања сопственог посла, затим – власници новооснованих (3-42 месеца старости), као и власници установљених послова (више од

42 месеца старости). У овако дефинисаном концептуалном оквиру, динамика предузетничке активности се у *GEM* извештајима прати на основу кретања стопа предузетништва у настајању, стопе власништва новооснованог посла, стопе укупне ране предузетничке активности (*TEA*), стопе власништва установљеног посла и стопе дисконтинуитета посла.

Започет 1999. године анализом предузетништва у 10 земаља, *GEM* данас представља глобални пројекат којим се евидентира предузетничка активност у земљама чије становништво чини приближно три четвртине светске популације и које генеришу око 90% глобалног бруто домаћег производа (Amorós & Bosma, 2014)²¹. Током петнаестогодишњег периода истраживања и публиковања резултата у *GEM* извештајима мењао се критеријум за груписање земаља и, тиме, начин приказа података по групама земаља. Почев од 2008. године, све земље јединице анализе се групишу у једну од три категорије земаља, у складу са методологијом Светског економског форума. Групе земаља према овој методологији дефинишу се полазећи од основног извора њихове конкурентности. Разликују се три групе земаља, и то: земље чији су извор конкурентности инпут, земље у чијој су основи конкурентности инвестиције за унапређење ефикасности и земље чија конкурентност извире из иновација. Имајући у виду да се овако дефинисане групе земаља прате почев од 2008. године, у наставку ће бити анализирани подаци из *GEM* извештаја за период 2008-2013. године.

Према *GEM* подацима, без обзира на коришћено мерило, предузетничка активност је током анализираног периода у просеку била најизраженија у земљама чија је база конкурентности у расположивим и јефтним инпутима, и најмање изражена у најразвијенијим земљама, односно у земљама чији су основни извор конкурентности иновације (Слика 1.7). Имајући у виду да се *GEM* методологијом обухвата и онај део предузетничке активности који се налази изван зоне формалног сектора, истиче се да су *GEM* подаци одраз неформалне економије земаља у развоју (Acs et al., 2008), те да ове резултате треба посматрати у том контексту.

²¹ У првом *GEM* извештају за 1999. годину било је обухваћено 10 земаља, док је подацима из извештаја за 2013. годину покривено 70 земаља.



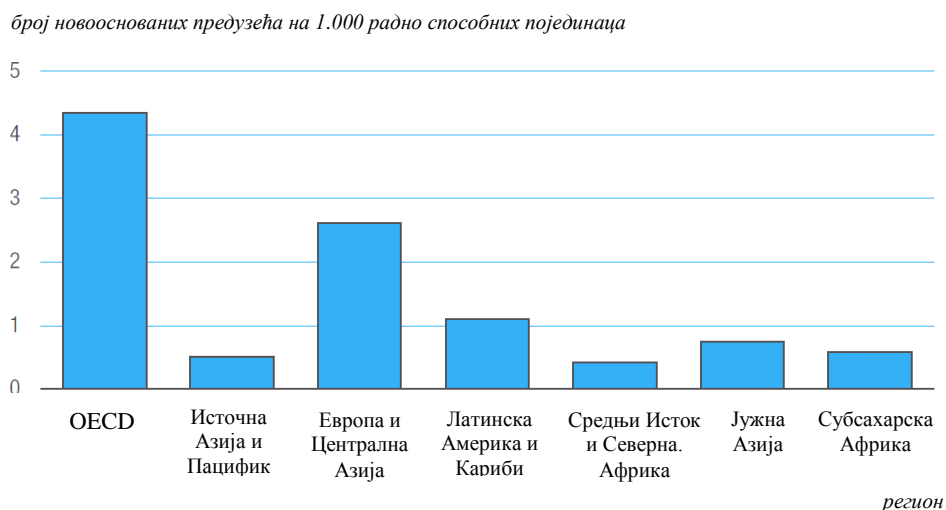
Слика 1.7: Индикатори предузетничке активности по групама земаља (према изворима конкурентности појединих земаља), просечно за период 2008-2013. године (на основу Amorós & Bosma, 2014; Bosma & Levie, 2010; Bosma, Acs, Coduras, & Levie, 2009; Kelley, Bosma, & Amors, 2011; Kelley, Singer, & Harrington, 2012; Xavier et al., 2013)

Што се тиче динамике појединачних мерила по групама земаља, у посматраном периоду углавном нема уједначеног кретања анализираних величина у одређеном смеру. За највећи број индикатора у посматраним групама земаља на крају периода забележена је већа вредност у односу на почетак анализираног периода (Табела П-1.1). Изузетак од овог односа представљају: ниво стопе предузетништва у настајању у првој групи земаља, ниво стопе власништва новооснованог и установљеног посла у трећој групи земаља, као и ниво стопе дисконтинуитета посла у другој групи земаља. Све наведене величине су на крају периода биле мање од оних регистрованих на почетку анализираног периода.

Предузетничка активност у Републици Србији у *GEM* извештајима праћена је само у периоду 2007-2009. године. *GEM* подаци о предузетничкој активности у Србији указују на то да је у овом периоду у Србији дошло до смањења вредности показатеља који индицирају рану предузетничку активност (стопа предузетништва у настајању, стопа власништва новооснованог посла и *TEA*), али и до повећања стопе власништва установљених послова (Bosma & Levie, 2010; Bosma et al., 2009; Bosma, Jones, Autio, & Levie, 2008).

За разлику од приступа у *GEM* извештајима, Светска банка предузетничку активност мери показатељем густине новооснованих предузећа регистрованих у јавним регистрима, односно бројем новооснованих предузећа на 1.000 радно способних појединаца – старости 15-64 година (World Bank, 2014в). У циљу разумевања глобалне динамике предузетничке активности, Светска банка прикупља податке из преко 150 светских економских система и тако генерише *Базу података о предузетничкој активности* као извор кроснационално упоредивих података о оснивању нових предузећа.

Земље обухваћене методологијом Светске банке прате се појединачно и по регионима: као земље Европе и Централне Азије, *OECD* земље, земље Латинске Америке и Кариба, Источне Азије и Пацифика, Средњег Истока и Северне Африке, Субсахарске Африке и земље Јужне Азије. Компаративно посматрано, ефекат приступа Светске банке у дефинисању јединца опсервације који подразумева мерење стања и динамике предузетничке активности само формално регистрованим делом укупне економске активности, јесу дијаметрални резултати у односу на оне презентоване у *GEM* извештајима. Наиме, према подацима из *Базе података предузетничке активности* за 2012. годину, предузетничка активност (мерена густином новооснованих предузећа) је у периоду 2004-2011. године у просеку била најизраженија у високо-приходним земљама *OECD*-а (Слика 1.8).



Слика 1.8: Новооснована предузећа на 1.000 радно способних појединаца, по регионима света, просечно за период 2004-2011. године (преузето из World Bank, 2012, стр. 2)

Када је у питању динамика предузетничке активности током периода кризе, у свим посматраним земљама забележено је опадање показатеља густине новооснованих предузећа (Слика 1.9). При томе је смањење интензитета предузетничке активности израженије у земљама са већим бруто домаћим производом и развијенијим финансијским сектором. Ефекти кризе на интензитет оснивања нових предузећа у земљама у развоју манифестовали су се касније, и у мањем интензитету. Један од могућих разлога за слабији негативни утицај кризе на предузетничку активност у земљама у развоју препознаје се у чињеници да су у овом периоду у великом броју ових земаља спроведене реформе којим је, између осталог, унапређена афирмативност окружења за оснивање и регистравање нових предузећа. Могуће је да је позитиван утицај имплементираних мера реформи неутралисао део негативног утицаја кризе на предузетничку активност у овим земљама (World Bank, 2012).



Слика 1.9: Динамика густине новооснованих предузећа, по групама земаља, за период 2004-2011. године (преузето из World Bank, 2012, стр. 2)

Према подацима Светске банке, у периоду 2007-2012. године у Србији је годишње у просеку регистровано 1,94 ново предузеће на 1.000 радно способних становника (World Bank, 2014в). Просечан годишњи број новооснованих предузећа у Србији је на крају периода мањи од броја ових предузећа на почетку периода. Током периода 2007-2011. године у Србији се бележи константно смањење овог показатеља. У 2012. години је, у односу на 2011. годину, приметно мање повећање броја

новооснованих предузећа на 1.000 радно способних становника, али је овај број и даље мањи од броја на почетку посматраног периода.

У *OECD-Eurostat EIP* методолошком оквиру, предузетничка активност представља „људску економску активност усмерену на стварање вредности путем идентификовања шанси и креирања нових производа, процеса и тржишта” (OECD, 2013, стр. 12). Предузетништво је феномен који има различите појавне форме и ефекте, па се, према томе, не може обухватити једним индикатором (ibid.). Стога је намера овог програма развој сета индикатора којим ће се холистички обухватити различити аспекти и типови предузетничке активности, и индикатора који ће бити оствариви, односно мерљиви, хармонизовани и који ће имати већи кроснационални компаративни потенцијал (Ahmad & Hoffman, 2008, стр. 13).

Уз индикаторе манифестација и перформанси предузетничке активности, *OECD-Eurostat EIP* програмом су обухваћени и индикатори детерминанти предузетничке активности. Неки од показатеља у овом програму су добро развијени и интегрисани у званичне системе мерења и статистичког праћења, док су други само делимично заступљени и захтевају даљи рад на хармонизацији (OECD, 2013). Међу значајнијим индикаторима манифестације и динамике предузетничке активности јесу стопа настајања предузећа, стопа банкротства, стопа рађања потпуно нових предузећа – у првом реду оних која запошљавају и стопа њиховог морталитета.

Према подацима из *OECD* извештаја, у периоду најјачег утицаја кризе (током 2008. и прве половине 2009. године), у свим *OECD* земљама за које постоје подаци забележено је нагло опадање стопе креирања нових предузећа²² (OECD, 2012). У исто време, бележи се повећање стопе банкротства предузећа, која остаје на стабилно високом нивоу и током прве половине 2010. године. Иако између националних система постоје разлике у дефинисању ова два индикатора, суштина *OECD* извештаја о предузетничкој активности јесте компаративно праћење трендова и промена у нивоу индикатора, пре него самог нивоа индикатора (OECD, 2013). Стопа настанка (рађања) потпуно нових предузећа је најзначајнији индикатор пословне динамике одређеног економског система. При томе је са макроекономског аспекта значајније рађање потпуно нових предузећа која запошљавају. У периоду 2007-2010. године забележено је смањење стопе настајања потпуно нових предузећа са запосленима у свим *OECD*

²² За разлику од концепта рађања потпуно новог предузећа, креирањем новог предузећа сматра се и настајање предузећа као последице неке статусне промене постојећег предузећа (OECD, 2013).

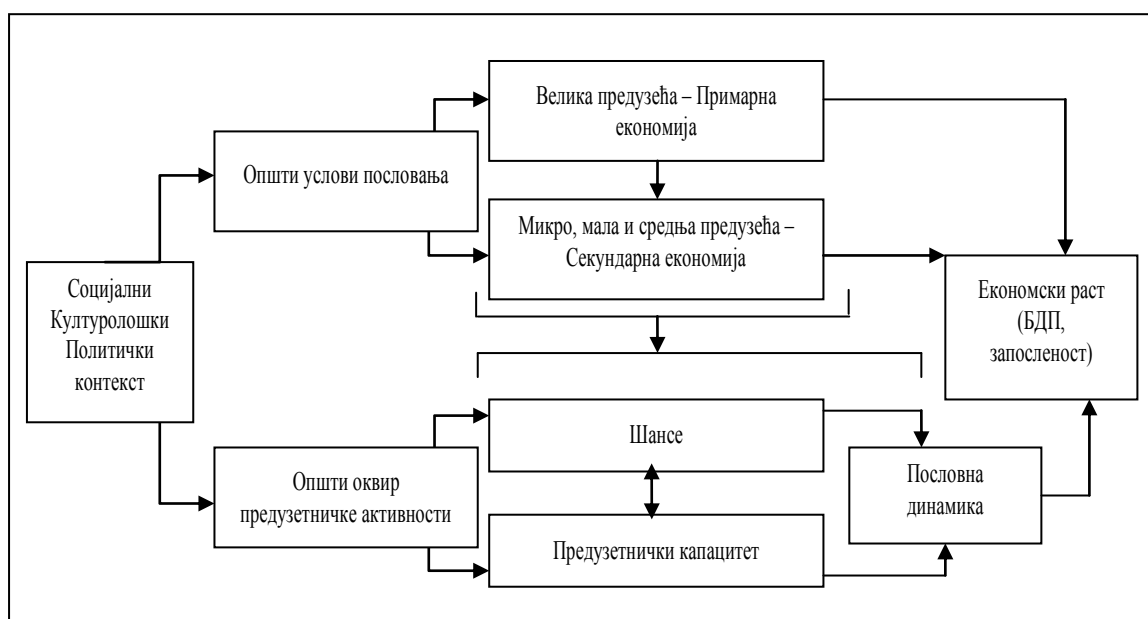
земљама за које постоје подаци. Потпуно нова предузећа са запосленима чешће настају, али и нестају. Ова предузећа у већини случајева послују у услужном сектору и најчешће запошљавају од једне до четири особе. Ова микро предузећа бележе највеће стопе морталитета.

Имајући у виду анализиране резултате, може се закључити да доношење и презентовање закључака о стању и динамици предузетничке активности захтева јасно истицање праћеног индикатора овог феномена. Такође, примећује се да, због непостојања сагласности по питању адекватног мерила предузетничке активности, упоређивање података из различитих база података, или компарација резултата презентованих у различитим извештајима често нису могући.

2.2. Значај предузетничке активности за макроекономски раст и развој

Због проблема и дилема у вези са дефинисањем и мерењем, предузетничка активност се у емпиријским истраживањима економског раста и развоја ретко разматра као детерминанта овог феномена (Stel, Carree, & Thurik, 2005). И управо је истраживање овог односа један од основних разлога покретања *GEM* иницијативе. У основи постоје две перспективе објашњења економског раста (Reynolds, Nay, & Camp, 2000, стр. 9, 10). Према концептуалном оквиру првог приступа, велика предузећа (тзв. *национални шампиони*) јесу примарни стуб економског система, док се предузетничка активност односи на сектор малих и средњих предузећа која са сматрају секундарном економијом, односно подршком, или снабдевачима субјеката из области примарне економије. Друга перспектива сагледавања економског раста и развоја предузетничку активност препознаје као кључни импулс економском расту. У овом моделу економског раста полази се од тога је предузетничка активност у одређеном систему детерминисана утицајем специфичне групе фактора која чини тзв. општи оквир предузетничке активности. Поред овог општег оквира, на ниво предузетничке активности утиче и то у којој мери појединци препознају предузетничке шансе у окружењу, као и то у којој мери је развијен њихов капацитет да идентификоване шансе искористе. Интеракција између перципираних шанси и предузетничког потенцијала да се оне искористе води настајању нових предузећа и генерисању нових радних места. Што више нових предузећа настане, већа је вероватноћа да ће већи број њих и нестати. Нето ефекат ова два кретања јесте одређена пословна динамика која делимично детерминише економски раст.

Дакле, док се прва перспектива сагледавања економског раста и развоја фокусира на велике системе, другом перспективом се наглашавају фактори који детерминишу предузетничку активност, као и ефекти ове активности. Ипак, економски раст је сложена функција два паралелна и међуповезана сета активности – активности субјеката из домена примарне, и оних у области секундарне економије (Аcs, 2006; Reynolds, Hay, Vygrave, Camp, & Autio, 2001). Како су мала и велика предузећа комплементарна у доприносу економском расту (Stel et al., 2005), потпуно разумевање сложеног феномена какав је економски раст и развој захтева истраживање у оквирима обе перспективе – Слика 1.10. (Reynolds et al., 2000).



Слика 1.10: Модел економског раста (преузето из Reynolds et al., 2000, стр. 11)

Посматрана као детерминанта економског раста и развоја, предузетничка активност чланова једног друштва доприноси генерисању нових радних места, смањењу сиромаштва, подстиче иновације и продуктивност и интензивира конкуренцију (Аcs, 2006; Ahmad & Hoffman, 2008; Kelley, Bosma et al., 2011; Stel et al., 2005; Wennekers & Thurik, 1999). Резултати одређених истраживања указују на то да земље са највећим нивоом предузетничке активности имају и највећи просечни раст бруто друштвеног производа, као и виши ниво запослености (Reynolds et al., 2000). У зависности од структуре узорка анализираних земаља, резултати показују то да се од једне трећине, до једне половине варијација у економском расту може објаснити варијацијама у стопама оснивања нових предузећа (Reynolds et al., 2000; Reynolds et al., 2001). Јединствени закључак аутора цитираних студија јесте да између нивоа

предузетничке активности и економског раста постоји одређена корелациона веза. Иако се интензитет овог односа може разликовати, оно што је заједничка црта одређених истраживања јесу резултати који указују на то да је велика стопа оснивања нових предузећа неспојива са малим стопама економског раста и развоја (Reynolds, Bygrave, Autio, Cox, & Hay, 2003; Reynolds et al., 2000).

Карактер резултата истраживања односа између предузетништва и економског раста зависи и од изабраног мерила предузетничке активности (Acs, 2006). Ако се као индикатор предузетништва прихвати стопа samozapošljavanja, која по дефиницији обухвата и неформалну запосленост, онда изражено предузетништво може указивати на бирократске баријере за формално регистровање посла, или на неспособност система да креира пожељна радна места (Acs, 2006; Stel et al., 2005). У таквим условима виши ниво предузетничке активности ће бити у вези са системима нижег нивоа развијености. Са друге стране, предузетничка активност схваћена као процес оснивања нових предузећа може унапредити запосленост, интензитет конкуренције и продуктивност (кроз технолошка унапређења). У том случају треба очекивати позитиван однос између предузетничке активности и економског развоја (Acs, 2006). Ипак, о значају предузетништва за економски раст и развој постоји широка сагласност (Bosma, Jones, Autio, & Levie, 2008). При томе је однос између нивоа предузетничке активности и економског раста и развоја сложен, карактерише га међуутицај и нелинеарност (Acs, Arenius, Hay, & Minniti, 2005; Stel et al., 2005). Наиме, резултати истраживања указују на то да је током дужег периода однос између ране предузетничке активности и нивоа бруто друштвеног производа у различитим економским системима конзистентан и да се у координатном систему визуелно може представити кривом у облику латиничног слова *U* (Acs et al., 2005; Bosma et al., 2009; Bosma et al., 2008). На нижим нивоима економског развоја одређеног привредног система предузетничка активност је на високом нивоу, затим се она смањује како се ниво економске развијености повећава, достиже минимум у оним системима који се налазе у транзицији између система вођених ефикасношћу и система покретаних иновацијама, а затим се опет афирмише на вишим нивоима економског развоја.

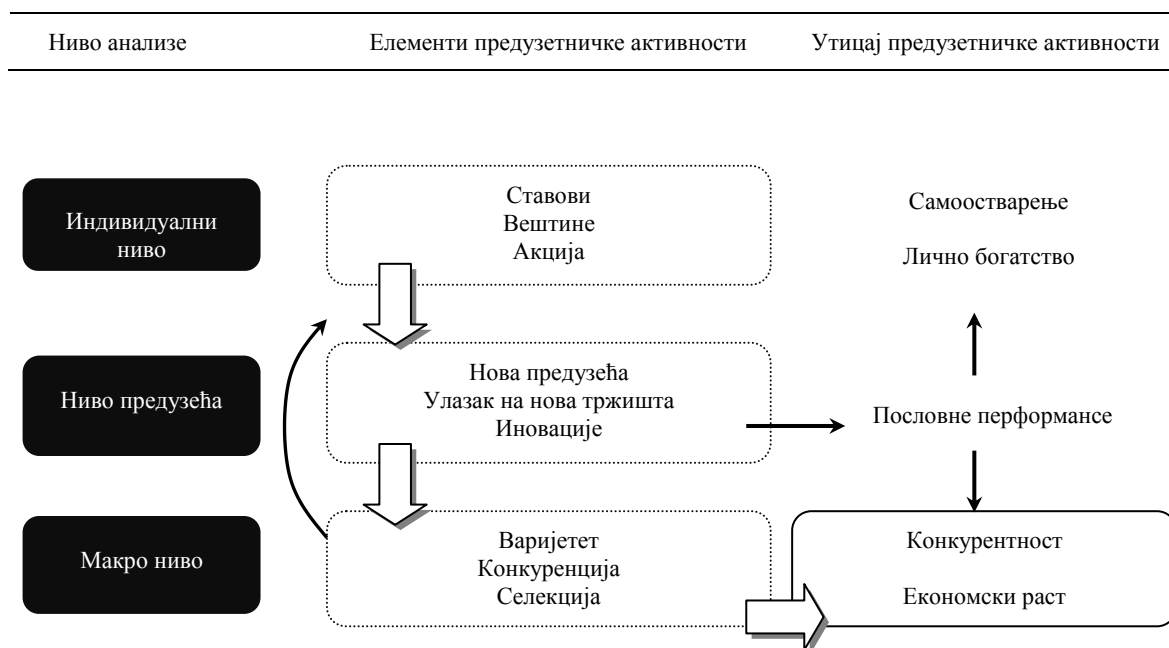
У већини истраживања односа између предузетништва и економског раста и развоја разматра се само квантитет, не и квалитет предузетничке активности (Bosma et al., 2009). На квалитет предузетничке активности може указивати однос између броја оних појединаца који су постали предузетници зато што су идентификовали профитабилну шансу коју могу да искористе – шансом вођени предузетници, и оних

који су постали предузетници зато што није било других прихватљивих опција запослености – предузетници из нужде (Acs, 2006). Већа вредност овог показатеља у позитивној је вези са нивоом бруто друштвеног производа *per capita* (Acs, 2006; Bosma et al., 2009). На бази оваквих резултата Acs (2006) закључује да није предузетништво као такво, а нарочито не samozапосленост, детерминанта економског развоја већ, пре, квалитет предузетничке активности. У контексту ових разматрања може се анализирати и „U” облик криве односа између нивоа предузетничке активности и економског развоја одређене земље (Bosma et al., 2009). Наиме, на нижим нивоима развијености одређеног економског система постоји изражена предузетничка активност, и то она која се може окарактерисати као предузетништво из нужде. Затим се повећањем нивоа економске развијености, повећава могућност запошљавања чланова друштва изван сектора ниско-продуктивне и ниско-профитабилне samozапослености карактеристичне за претходну етапу, чиме се смањује ниво предузетничке активности. На вишим нивоима развоја одређеног система повећава се број профитабилних пословних шанси, као и капацитет чланова друштва да на њих одговоре што води расту нивоа предузетничке активности у чијој структури доминира она која је мотивисана могућношћу експлоатације пословних шанси.

Негативан смер односа између нивоа предузетничке активности и економског развоја у земљама у развоју не треба схватити као показатељ потребе да се у овим системима смањи, или обесхрабри предузетничка активност (Stel et al., 2005). И у овим системима је боље подстицати предузетничку активност, ако је алтернатива незапосленост (Kelley, Bosma et al., 2011; Stel et al., 2005). Низак ниво развијености ових система може бити узрокован непостојањем довољног и адекватног сектора великих пословних система који би на основу ефеката економије обима и економије ширине унапредили конкурентност, раст и развој привредног система (Stel et al, 2005). Такође, могуће објашњење за овај негативан однос може бити то да је хумани капитал предузетника у земљама у развоју на нижем нивоу у односу на хумани капитал предузетника у развијеним земљама. Стога већи број предузетника у земљама у развоју чине маргинални, нископродуктивни власници микро предузећа, за разлику од предузетника у развијеним земљама чија је активност у значајно већој мери иновативна и, као таква, битна позитивна детерминанта економског раста и развоја.

Предузетничка активност је, дакле, катализатор економског раста (Kelley, Bosma et al., 2011). У циљу адекватне анализе и разумевања сложене интеракције предузетничке активности и економског раста и развоја, предлаже се концептуални

оквир посредног односа – Слика 1.11. (Carree & Thurik, 2010; Wennekers & Thurik, 1999).



Слика 1.11: Модел односа предузетничке активности и економског раста и развоја (преузето из Wennekers & Thurik, 1999, стр. 51)

Модел који повезује предузетништво и економски раст подразумева повезивање индивидуалног нивоа, нивоа предузећа и макро нивоа (Wennekers & Thurik, 1999, стр. 49-51). Наиме, предузетничку активност предузимају појединци и она је на овом индивидуалном нивоу првенствено детерминисана њиховим личним карактеристикама и понашањем. Предузеће представља оквир за каналисање предузетничке активности, односно за трансформацију предузетничких способности и амбиција у акцију. На макро нивоу се дешава континуирана конкуренција предузећа, односно нових идеја и иницијатива која резултира преживљавањем најспособнијих и ширењем продуктивног потенцијала региона и/или државе, односно њиховим растом и развојем. У приказаном моделу се препознаје и механизам повратне спреге, односно детерминисаност предузетничке активности факторима са макро нивоа и нивоом развијености економског система.

ПОГЛАВЉЕ II

ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ АКТИВНОСТИ ЖЕНА

Уз анализу значаја, стања и динамике предузетничке активности жена, предмет разматрања у овом делу дисертације биће и фактори који опредељују избор предузетничке активности као опције запослености, са нагласком на стање и карактер утицаја ових фактора на избор предузетничке активности од стране жена. Анализа основних карактеристика предузетничке активности жена биће закључена приказом демографских карактеристика предузећа у власништву жена – и то, у првом реду, доминантних области њиховог пословања, као и узрока за постојеће стање.

1. Анализа значаја, стања и динамике предузетничке активности жена

Теоријско-емпиријски приступ предузетничкој активности жена афирмисан је паралелно са повећањем броја предузетница и апострофирањем значаја овог дела укупне предузетничке активности. Стога ће у овом делу рада, након осврта на општи тренд динамике предузетничке активности жена, бити указано на кључне аспекте значаја и на карактеристике еволуције предузетничке активности жена као истраживачке теме. Након тога, на основу секундарних података генерисаних из извештаја релевантних институција биће дат детаљнији компаративни приказ и анализа стања и динамике предузетничке активности жена на глобалном, на регионалном и на нивоу појединих националних економија.

1.1. Значај и теоријско-истраживачки приступ предузетничкој активности жена

Предузетништво је динамичан и прогресиван социјални феномен (Apergis & Рекка-Есопотоу, 2010, стр. 372). У контексту ревитализације предузетничке активности од '70-их година двадесетог века, предузетничка активност жена показује израженију динамику у односу на предузетничку активност мушкараца, али и у односу на динамику броја жена у сектору плаћене запослености. Раст броја предузетница – мерен повећањем броја samozапослених жена, или бројем предузећа у власништву

жена, је глобалан тренд²³ (Anna, Chandler, Jansen, & Mero, 2000; Bird & Sapp, 2004; Bowen & Hisrich, 1986; Brush, 1992; Buttner, 1993; Coleman & Robb, 2009; Greene, Brush, Hart & Saporito, 2001; Xavier, Ahmad, Nor, & Yusof, 2012). Повећање броја предузетница је једна од најизраженијих карактеристика тржишта рада већине развијених земаља – и у првом реду САД (Carr, 1996; Carter & Bennett, 2006; Devine, 1994a; Haynes, Rowe, Walker, & Hong, 2000).

Предузетништво може представљати пут ка самоостварењу појединца којим се доприноси развоју и шире друштвене заједнице (Ufuk & Özgen, 2001). Другим речима, предузетништво представља процес генерисања вредности који подразумева значајну економску, друштвену и личну сатисфакцију (ibid., стр. 112). Растом броја малих предузећа расте и њихов допринос запослености и генерисању вредности, па се у том смислу истиче да су мала предузећа данас основни извор нових радних места и раста националних економија (Anna et al., 2000; Apergis & Pekka-Economou, 2010; Buttner, 2001; Coleman, 2000; Mukhtar, 2002). У групи малих предузећа повећава се број оних која су у власништву жена (Buttner, 2001; Coleman, 2000). Ова предузећа доприносе конкурентности националних економија стварајући нова радна места (Huarng, Mas-Tur, & Hui Kuang Yu, 2012; Kamberidou, 2013; Lee, Stearns, Osteryoung, & Stephenson, 2009). При томе, предузећа у власништву жена нарочито доприносе унапређењу запослености жена, будући да у овим предузећима жене чине више од половине запослених (Tan, 2008). По овом питању слична је ситуација и у Републици Србији где жене чине преко 70% запослених у предузећима која су у власништву жена (Babović, 2012). Овај аспект доприноса запослености је нарочито битан у амбијенту веће релативне незапослености жена²⁴. Доприносећи запослености жена које представљају једну од маргинализованих група на тржишту рада (Stefanović & Stošić, 2011), предузећа у власништву жена се виде као промотери квалитативног раста, смањења родне дискриминације и смањења сиромаштва (Klapper & Parker, 2010; Tan, 2008; Xavier et al., 2012). Стога се програми подршке женском власништву предузећа виде као мера ка стварању „*друштва власника*” и начин редукације сиромаштва и успостављања родне једнакости (Strier & Abdeen, 2009, стр. 567).

²³ Према процени *GEM*-а, на глобалном нивоу предузећа у власништву жена представљају 25-33% укупног броја предузећа (Estrin & Mickiewicz, 2011, стр. 397).

²⁴ Стопа незапослености жена у Републици Србији је статистички значајно већа у односу на стопу незапослености мушкараца (Predić & Stošić, 2015).

Значај предузетничке активности жена за промовисање и достизање родне једнакости произлази и из чињенице да је једини одрживи пут до родне једнакости успостављање економске независности (Stevenson, 1986), а да је предузетништво вид економског оснаживања жена (Aterido, Hallward, & Driemeier, 2011; Tan, 2008). На значај економске партиципације и економских прилика на тржишту рада за достизање родне једнакости указује и чињеница да се праћењем и мерењем напретка у овој области баве организације као што су Уједињене нације, Светски економски форум, Светска банка. Проблем економских прилика за жене је кроз индекс родне неједнакости (*Gender Inequality Index*) укључен у индекс људског развоја (*Human Development Index*) који публикује Програм Уједињених нација за развој (United Nations Development Programme, 2013). Индексом родне неједнакости мере се изгубљени резултати због родне дискриминације у домену здравствене заштите, економског оснаживања и положаја на тржишту рада. Глобални индекс родног гена (*Global Gender Gap Index*) који утврђује Светски економски форум у сарадњи са истраживачима са универзитета Харвард и Беркли, представља оквир за праћење ширине и дубине родне неједнакости, као и за мониторинг прогреса у овој области (World Economic Forum, 2013). Структуру овог индекса чине четири субиндекса, и то: индекс економске партиципације и економских прилика, индекс приступа образовању, индекс здравствене заштите и индекс политичког оснаживања. Ипак, иако се често истиче да је предузетничка активност жена начин за њихово економско оснаживање, резултати одређених истраживања указују на то да у просеку samozапослене жене зарађују мање од жена запослених за плату, као и од samozапослених мушкараца, те се у складу са тим поставља питање да ли је промовисање предузетничке активности жена начин затварања родног гена у зарадама и унапређења друштвеног положаја жена (Budig, 2006; Carr, 1996; Cuba, Denez, & Anish, 1983; Klapper & Parker, 2010; Loscocco & Robinson, 1991). Будући да предузетништво није *Панакеја* за родну једнакост, препорука је да отклањање детерминанти родног гена у предузетничким перформансама буде саставни део мера подстицања предузетничке активности жена (Lechmann & Schnabel, 2012).

Уз истицање доприноса запослености жена, у контексту анализе значаја предузетничке активности жена истиче се и да власнице малих предузећа промовишу нове начине понашања у пословном свету и нове начине решавања пословних проблема (Huang et al., 2012). Промовисањем тимског рада, праксе друштвено одговорног понашања, флексибилности и релационог приступа (Kamberidou, 2013;

Stavropoulou & Protopapa, 2013), предузетнице утичу на промену менаџмент парадигме. У студијама предузетничке активности жена често се анализирају само мерљиви, економски бенефити предузећа у њиховом власништву. Уз ове, постоје и други битни сегменти доприноса ових предузећа које треба анализирати. Тако се, на пример, допринос предузећа у власништву жена који се не може директно квантификирати, а који може бити нарочито значајан са аспекта шире посматраног друштвеног положаја жена, односи на промену родних улога, реализацију поделе рада у кући, однос моћи у породици и слично (Strier & Abdeen, 2009).

Као и у развијеним, и у земљама у транзицији се препознаје значај предузетничке активности. У том контексту се истиче да при подршци овој активности треба водити рачуна о томе да није битан само квантитативни аспект феномена, већ и његов диверзитет (World Economic Forum, 2013; Zwan, Verheul, & Thurik, 2012). При томе, сматра се да жене представљају недовољно искоришћени „извор предузетничке енергије”, чијом би се експлоатацијом створила нова радна места (првенствено за жене), изградили узорни модели младим генерацијама жена, и који би својом иновативношћу и доприносом развоју приватног сектора допринео окончању транзиционог процеса (Zwan et al., 2012, стр. 628, 630). Предузетничка активност жена је неопходан, а недовољно искоришћен извор раста и развоја националних економија (Vossenbergh, 2013). Стога је родни геп у предузетничкој активности не само индивидуални, већ и политички и друштвени проблем који треба решити. Како жене глобално чине половину људских ресурса, који су данас најзначајнија компонента националне конкурентности, питање родног гена није само питање једнакости и људских права, већ и питање ефикасности националних економија (World Economic Forum, 2013, стр. 31). Економско оснаживање жена и елиминисање родне неједнакости доприноси ефикаснијем коришћењу хуманог капитала, иновативности, продуктивности и расту националних економија (ibid.). Уз допринос развоју на националном нивоу, истиче се и значајан потенцијал предузетништва у домену афирмисања децентрализованог економског развоја. У том смислу се подршка самозапошљавању често дефинише као мера подстицања локалног економског развоја (Tsuchiya, 2010). Својом примарном усмереношћу на локална тржишта, предузећа у власништву жена имају значајан потенцијал за унапређење квалитета живота локалних заједница (Robichaud, Zinger, & LeBrasseur, 2007).

Упоредо са повећањем броја и афирмисањем значаја предузетничке активности жена, расте и академско интересовање за овај феномен (Greene et al., 2001; Hisrich &

Brush, 1984; Mukhtar, 2002; Peris-Ortiz, Rueda, Armengo, & Benito Osorio, 2012; Robichaud et al., 2007; Rodríguez & Santos, 2009; Santos, 2009). Најпраније студије предузетничке активности жена датирају из '70-их година двадесетог века и предметно су оријентисане на дескрипцију психолошких карактеристика предузетница и њихове мотивације за обављање предузетничке активности (Brush, 1992; Carter & Bennett, 2006; Holmquist & Carter, 2009; Stevenson, 1986). И поред појаве емпиријских истраживања, до средине '80-их година двадесетог века карактеристике овог феномена се и даље не познају довољно (Carter & Bennett, 2006). Током '90-их година двадесетог века студије се у већој мери баве истраживањем разлика у менаџмент процесу у предузећима у власништву жена и оних у власништву мушкараца. У овој декади истраживачка тема сазрева (Holmquist & Carter, 2009). Пол предузетника постаје уобичајена варијабла у анализама, тема истраживања се шири на питања перформанси, раста и стратегија предузећа у власништву жена, док се резултати истраживања публикују у форми књига и научних радова у водећим научним часописима. На актуелизацију феномена предузетничке активности жена указује и чињеница да је *GEM* као највећи текући колаборативни академски пројекат, односно текућа кроснационална студија узрока и импликација предузетничке активности – родно сензитивна (Minniti & Nardone, 2007; Noguera, Alvarez, & Urbano, 2013; Thébaud, 2010). Поред удаљавања од дескрипције личних и професионалних карактеристика предузетница, савремене студије предузетничке активности жена карактерише и софистициранија методологија и узорковање – већи и родно мешовити узорци (Carter & Bennett, 2006). Хронолошки посматрано, у студијама предузетничке активности жена приметне су промене по питању доминантног предмета истраживања – данас се све већи број студија бави питањем управљања предузећима у власништву жена, пре свега питањем приступа изворима финансирања. Еволуција истраживања предузетничке активности жена подразумева пут од малих узорака и доминантно дескриптивно-квалитативног приступа истраживању до већих узорака и квантифицирања појава (ibid.). Што се тиче географског обухвата феномена, већи број досадашњих студија истражује предузетништво жена у англосаксонским земљама (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010). Анализирајући радове публиковане у периоду 1982-2000. године, *Ahl* (2003) проналази да 64% њих представља резултате истраживања америчке праксе предузетничке активности жена, док чак 83% радова потиче из англосаксонских земаља. У већини осталих земаља поље предузетничке активности жена је и даље углавном истраживачка ниша. Слична ситуација је и у некада централно-планским

системима у којима је, и поред растућег броја предузетница, академско интересовање за предузетничку активност жена и даље недовољно изражено (Tan, 2008).

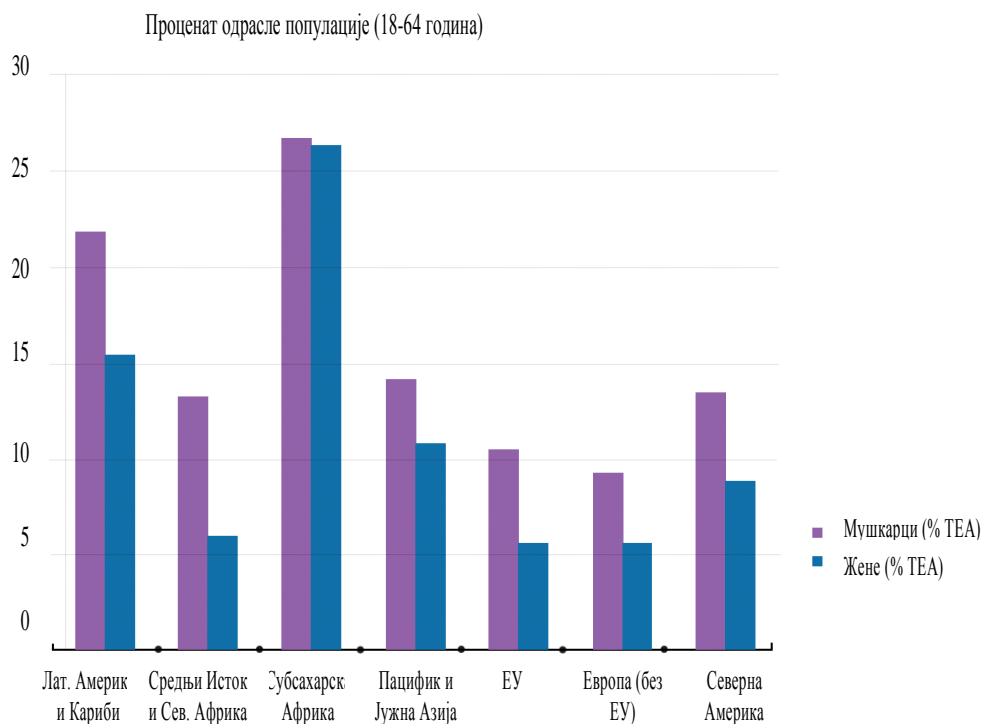
Холистичко разумевање предузетничке активности жена захтева реализацију истраживања на националним узорцима која ће допринети развоју базе знања у области предузетништва жена (Robichaud et al., 2007). Глобализацији овог предмета истраживања требало би да допринесе пројекат *Диана*, пројекат који су истраживачи предузетничке активности жена у САД започели 1999. године са циљем актуелизације ове истраживачке области (Holmquist & Carter, 2009). Последња фаза у развоју пројекта јесте његова интернационализација, односно дефинисање платформе за изградњу глобалне истраживачке агенде у међународним размерама (ibid., стр. 125).

Иако истраживање предузетничке активности жена постаје методолошки уобличеније и проблемски фокусиранije, постоје ставови да значајни број студија предузетништва полази од претпоставке да је овај феномен родно неутралан и да предузетничка активност жена, као и раст предузећа у њиховом власништву, нису довољно истраживане теме (Ahl, 2003; Carter & Bennett, 2006; Holmquist & Carter, 2009; Runyan, Huddleston, & Swinney 2006). Са друге стране, постоји потреба да се родни геп у овој области боље разуме како би на тој основи биле дефинисане адекватне мере политике подршке економском оснаживању жена (Bönte & Piegeler, 2012). Теоријско и емпиријско истраживање предузетничке активности жена треба да допринесе прецизнијем идентификовању фактора и карактеристика ове појаве и да својим резултатима усмери мере подршке и подстицаја (Xavier et al., 2012). Постојање родног гема у перформансама предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца упућује на закључак да друштво не користи укупан економски потенцијал својих чланова (Bardasi, Sabarwal, & Terrell, 2011). Жене су активни учесник глобалне економије, па је неопходно разумети њихов економски допринос, као и баријере са којима су суочене (Greene et al., 2001). Оне представљају половину становништва и радне снаге, те стимулисање економског раста подразумева отклањање баријера за потпуно коришћење њиховог потенцијала (Huarng et al., 2012; Kamberidou, 2013). Први корак ка остварењу овог циља јесте емпиријско сагледавање кључних карактеристика и ограничења предузетничке активности жена.

1.2. Стање и динамика предузетничке активности жена

Учешће жена у раној предузетничкој активности глобално варира и генерално је и под утицајем друштвених ставова о правима и улози жена (Amorós & Vosma, 2014).

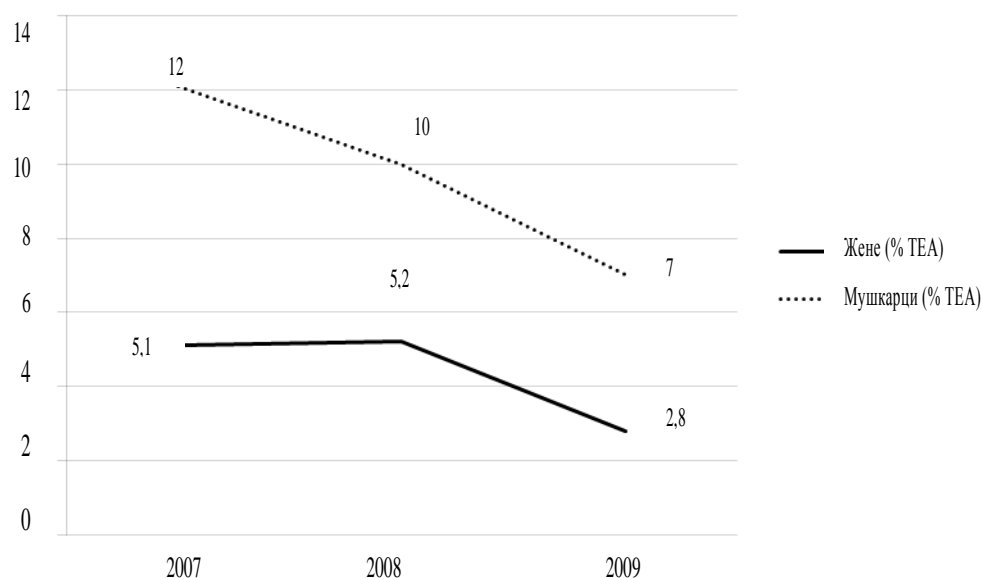
Према *GEM* извештају за 2013. годину, највећа стопа укупне ране предузетничке активности, и мушкараца и жена, евидентирана је у земљама Субсахарске Африке, док у европским земљама релативно најмање одраслих појединаца (и мушкараца и жена) предузима активности ка оснивању свог посла и/или су власници посла у настајању (Слика 2.1). Генерално, рана предузетничка активност је у већој мери карактеристична за мушкарце него за жене, без обзира на ниво развијености земље (Allen, Elam, Langowitz, & Dean, 2008; Amorós & Bosma, 2014). Уз то, већа вредност *TEA* показатеља за мушкарце је и временски конзистентна (Kelley, Brush, Greene & Litovsky, 2011).



Слика 2.1: Рана предузетничка активност мушкараца и жена у 2013. години, по географским регионима света (преузето из Amorós & Bosma, 2014, стр. 38)

Просечна вредност *TEA* показатеља за мушкарце у ЕУ₍₂₈₎ је у 2013. години износила 10%, док је вредност овог показатеља за жене била на нивоу од 6% (Amorós & Bosma, 2014). У Естонији, Литванији и Летонији је релативно највећи број мушкараца старости 18-64 година у фази раног предузетништва (17%). У Летонији и Естонији је највеће учешће жена предузетница у раној фази предузетништва у одраслој популацији (10%, односно 9%). Ни у једној земљи чланици ЕУ показатељ *TEA* за жене није већи у односу на вредност овог показатеља за мушкарце. При томе је родни геп у нивоу *TEA* показатеља најизраженији у земљама у којима је и вредност овог показатеља највећа. Родна разлика у вредности *TEA* показатеља је најизраженија у

Литванији и износи 9%, затим у Естонији 8% и у Летонији 7% (Amorós & Bosma, 2014). Према *GEM* извештају о глобалној предузетничкој активности жена за 2007. годину²⁵, рана предузетничка активност жена у Републици Србији је мање изражена у односу на рану предузетничку активност мушкараца (Allen et al., 2008). Уз то, Србија се налази у групи земаља са најизраженијом родном разликом у вредности *TEA* показатеља. Током периода 2007-2009. године у Републици Србији је задржан овакав родни однос *TEA* показатеља за мушкарце и за жене (Bosma & Levie, 2010; Bosma et al., 2009; Bosma, Jones, Autio, & Levie, 2008). У 2009. години је у односу на 2007. годину у Србији дошло до смањења вредности *TEA* показатеља – и за мушкарце и за жене (Bosma & Levie, 2010; Bosma et al., 2008). Такође, смањена је и величина родног гепа у домену ране предузетничке активности мушкараца и жена (Слика 2.2).

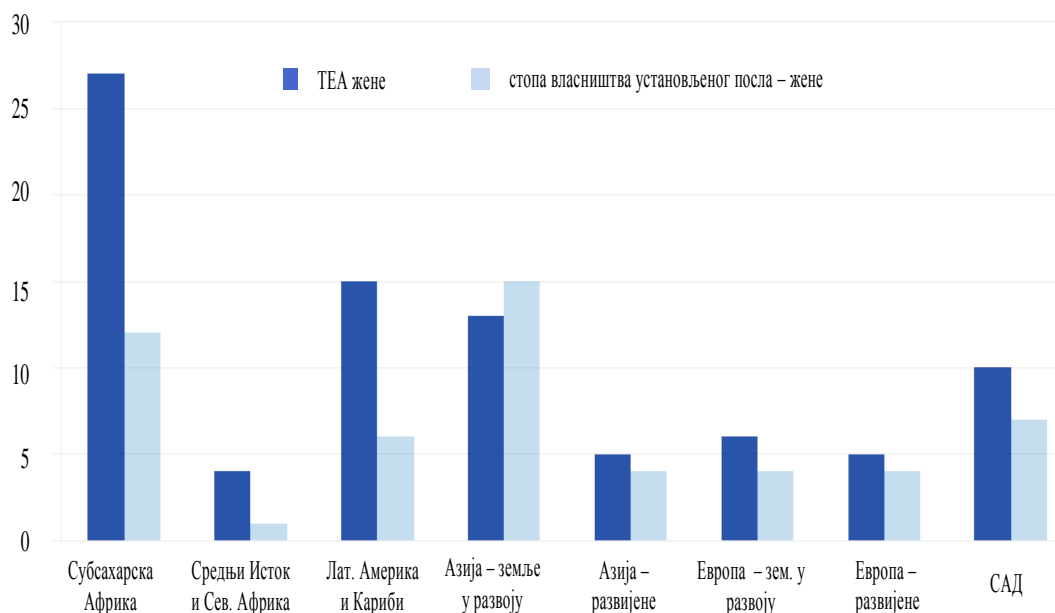


Слика 2.2: *TEA* за жене и за мушкарце у Републици Србији, за период 2007-2009. године (на основу Bosma & Levie, 2010; Bosma et al., 2009; Bosma et al., 2008)

На глобално слабије изражену предузетничку активност жена указују и подаци о стопи власништва установљених послова. Наиме, сем у пет земаља Субсахарске Африке (Ангола, Етиопија, Нигерија, Замбија и Јужноафричка Република), у Русији, на Тајланду и у Костарики, у свим осталим земљама обухваћених *GEM* извештајем, мушкарци су чешће власници установљених послова (Kelley, Brush, Greene, &

²⁵ Предузетничка активност жена у Републици Србији није била предмет анализе у *GEM* извештајима о глобалној предузетничкој активности жена за 2010. и за 2012. годину.

Litovsky, 2013). Према подацима из *GEM* извештаја за 2007. годину, у Србији је стопа власништва посла од стране мушкараца износила 7,74%, док је за жене овај показатељ био на нивоу од 2,83% (Allen et al., 2008). Подаци из *GEM* извештаја указују на то да чак и у оним земљама у којима је *TEA* жена значајна, за жене је стопа власништва установљеног посла мала (Kelley et al., 2013). Овакав однос између ране и установљене предузетничке активности жена може бити резултат чињенице да се већина предузетница може означити предузетницама из нужде – стога оне у већем броју започињу предузетничку активност, али су њихови послови у мањој мери одрживи. Глобално посматрано, за жене је једино у азијским земљама у развоју стопа власништва установљених послова већа од стопе њихове укупне ране предузетничке активности (Слика 2.3).



Слика 2.3: *TEA* стопа и стопа власништва установљеног посла жена, по регионима света за 2012. годину (преузето из Kelley et al., 2013, стр. 17)

Према подацима Светске банке, жене имају учешћа у власништву 38,1% предузећа (World Bank, 2014б). При томе је у региону Источне Азије и Пацифика више од половине предузећа у потпуности или делимично у власништву жена (58,7%), док у земљама Средњег Истока и Северне Африке жене имају учешћа у власништву тек сваког двадесетог предузећа (5,6%). Учешће жена у власништву предузећа у Србији је према подацима Светске банке регистровано у 38,3% предузећа, што је на нивоу светског просека и мало више у односу на просек региона Источне Европе и Централне

Азије (35,1%) коме Србија припада. Према резултатима истраживања спроведеног 2011. године, једна четвртина активних регистрованих привредних субјеката у Републици Србији је било у власништву и под управом жена (Babović, 2012). Уколико се обим предузетничке активности анализира по правним формама пословања, примећује се да су жене у значајно малом броју власнице привредних друштава (ibid.)

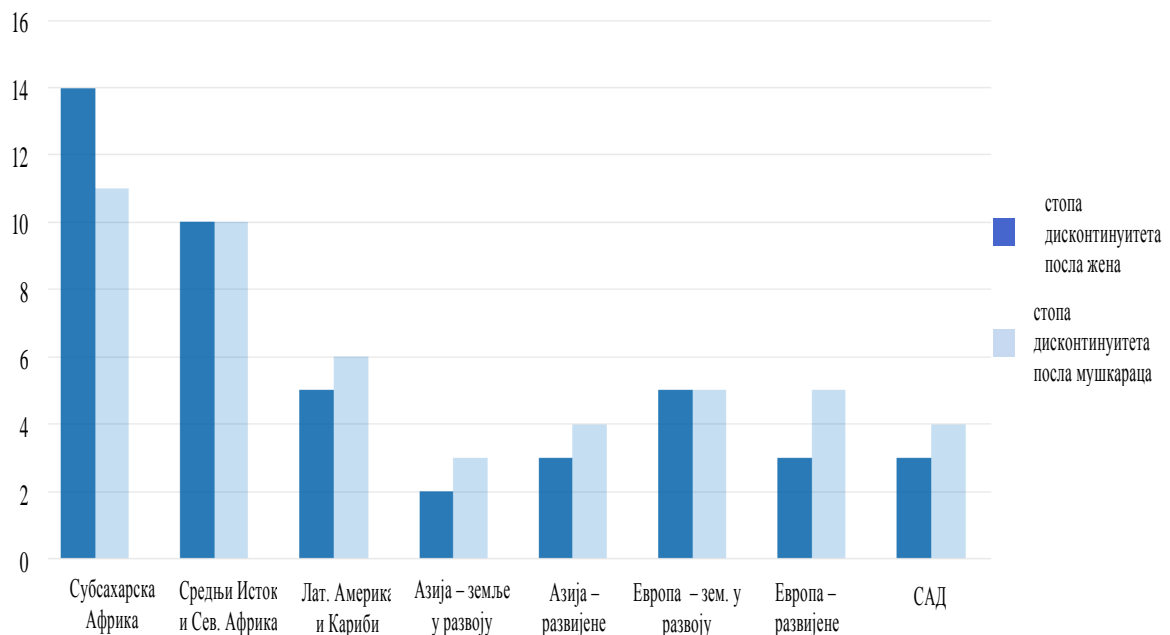
На глобалном нивоу, предузетничка активност жена је слабије изражена у односу на предузетничку активност мушкараца и када се ова активност мери стопом samozапослених (OECD, 2012; 2013). Просечно је на нивоу ЕУ samozапосленост пожељна опција запослености за 36% мушкараца, односно за 29% жена (TNS Opinion & Social, 2012). Што се тиче остварене samozапослености, подаци указују на то да је на нивоу ЕУ на крају 2013. године просечна стопа samozапослености износила 14,39%, при чему је стопа samozапослености мушкараца 18,25%, док је стопа samozапослености жена 9,85% (Eurostat 2014). Дакле, на нивоу ЕУ свака десета запослена жена је samozапослена, док је према интерној родној структури samozапослених – свака трећа samozапослена особа жена (ibid.). Иако на нешто вишем нивоу, подаци за Републику Србију такође указују на мању стопу samozапослености жена²⁶ (Републички завод за статистику 2014а). Наиме, у Републици Србији је у 2013. години приближно сваки трећи запослени мушкарац (31,6%) и свака шеста запослена жена (15,4%) била samozапослена. Почев од 2011. године, учешће samozапослених жена у структури запослених жена се повећава, али се паралелно са овим кретањем бележи и повећање родног гена по питању односа између стопа samozапослености мушкараца и жена, у корист мушкараца (Републички завод за статистику, 2012а; 2013а; 2014а).

Родни ген је још израженији у групи samozапослених појединаца са другим запосленима (Eurostat, 2008; OECD, 2012; 2013). Наиме, samozапослених мушкараца са запосленима је три пута више него samozапослених жена са запосленима, док је samozапослених мушкараца без запослених два пута више него samozапослених жена без запослених (OECD, 2012; 2013). Овакав однос сугерише то да жене предузетничку активност у већој мери започињу из нужде, а не ради експлоатације профитабилне пословне шансе. На крају 2013. године у земљама ЕУ просечно је 24% samozапослених жена и 31% samozапослених мушкараца запошљавало раднике (Eurostat 2014).

²⁶ Будући да је стопа samozапослености у коришћеним међународним изворима података (OECD, Eurostat) приказана као релативно учешће samozапослених у структури укупно запослених појединаца, ради постизања вишег нивоа упоредивости, приказани подаци о samozапослености за Републику Србију генерисани су на исти начин.

Релативно учешће samozапослених мушкараца и жена са запосленима је у Републици Србији на изразито нижем нивоу, и у 2013. години је износило 15% за мушкарце и 16,8% за samozапослене жене (Републички завод за статистику, 2014а). Интересантно је приметити да је у структури samozапослених жена у Србији релативно више оних које запошљавају, у односу на процентуално учешће samozапослених мушкараца са запосленима у структури samozапослених мушкараца (Stefanović & Stošić, 2012б). Такође, посматрано у последњем петогодишњем периоду (2009-2013. године), овај родни геп у корист samozапослених жена је у 2013. години био најизраженији (Републички завод за статистику, 2010; 2011; 2012а; 2013а; 2014а).

За разлику од величине показатеља *TEA* и стопе власништва установљеног посла, однос између стопа дисконтинуитета²⁷ посла у власништву жена и у власништву мушкараца регионално није једнозначан (Слика 2.4).



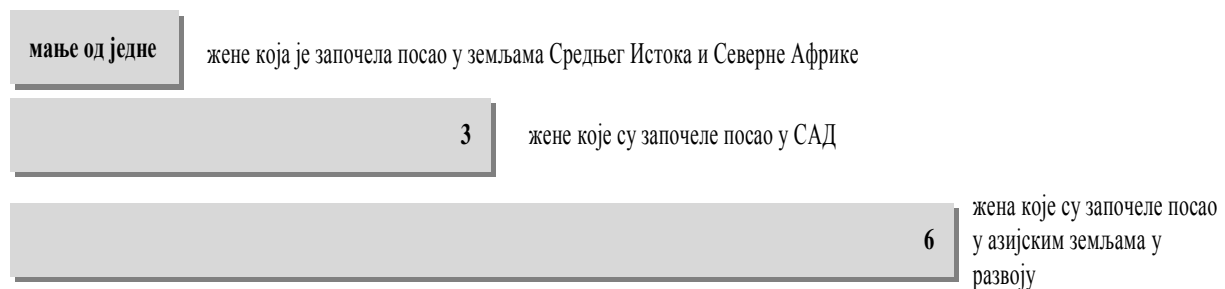
Слика 2.4: Стопа дисконтинуитета посла жена и мушкараца, по регионима света за 2012. годину (преузето из Kelley et al., 2013, стр. 18)

Холистичко сагледавање предузетничке активности захтева да се стопа дисконтинуитета посла анализира упоредо са *TEA* стопом. На овај начин је могуће обухватити нето манифестацију предузетничког потенцијала (Слика 2.5). Резултати истраживања указују на то да је у одређеним регионима велика стопа дисконтинуитета посла жена праћена великом стопом *TEA* жена – случај земаља Субсахарске Африке.

²⁷ Будући да могу постојати различити разлози прекида пословања, стопа дисконтинуитета посла није нужно и показатељ неуспеха.

Са друге стране, у земљама Средњег Истока и Северне Африке се бележи висок ниво стопе дисконтинуитета посла жена уз мале вредности *TEA* показатеља за овај део предузетничке популације. Најповољнији однос између ових индикатора предузетничке активности жена постоји у САД и, нарочито, у азијским земљама у развоју.

По свакој жени која је из неког разлога прекинула сопствено пословање постоји



Слика 2.5: Однос између оснивања и дисконтинуитета послова жена (преузето из Kelley et al., 2013, стр. 19)

На квалитативни аспект предузетништва једним делом указује и мотивациона позадина појединца да отпочне предузетничку активност. Глобално посматрано, предузетничка активност жена је у већој мери иницирана препознавањем профитабилне шансе на тржишту и намером да се оснивањем сопственог посла она искористи (Kelley et al., 2013). Ипак, у односу на мушкарце, жене чешће започињу предузетничку активност из нужде, односно због непостојања икаквих, или прихватљивих других опција запослености (Kelley, Brush et al., 2011). У земљама Субсахарске Африке и Латинске Америке постоји највећа разлика између релативног учешћа предузетница и предузетника из нужде (Kelley et al., 2013). Са друге стране, у развијеним земљама Азије мушкарци се чешће могу означити предузетницима из нужде. У САД и у европским земљама у развоју постоји релативно уједначен број предузетница и предузетника из нужде. Са повећањем нивоа развијености земље смањује се и релативно учешће предузетника из нужде (Allen et al., 2008; Kelley, Brush et al., 2011). Релативно учешће предузетница које су сопствено пословање започеле како би искористиле идентификовану пословну шансу је највеће у развијеним земљама Европе (Kelley et al., 2013). Земље са најизраженијим процентом предузетница из нужде јесу Босна и Херцеговина, Македонија и Пакистан. У овим земљама је 60% свих предузетница свој посао покренуло у недостатку других опција запослености, пре него

ради експлоатације препознате пословне шансе. У *GEM* извештају о глобалној предузетничкој активности жена за 2007. годину, Србија је у групи од 41 анализираних земље била прворангирана када је у питању однос између броја предузетница из нужде и броја предузетница чија је пословна активност иницирана профитабилном шансом (Allen et al., 2008). У Србији предузетнице из нужде чине 2/3 свих предузетница, док је на нивоу ЕУ у просеку 2/3 укупног броја предузетница јесу предузетнице због пословних шанси (Babović, 2012).

Може се закључити да је родни геп по питању обима предузетничке активности у корист мушкараца временски и просторно конзистентна појава. Предузетничка активност жена је глобално, као и на нивоу ЕУ и Републике Србије појединачно посматрано, слабије изражена у односу на предузетничку активност мушкараца, без обзира на то да ли се као индикатор ове активности користи стопа укупне ране предузетничке активности (*TEA*), стопа власништва установљеног посла, стопа власништва регистрованих предузећа или стопа samozапослености.

2. Детерминанте избора предузетничке активности жена

Иако предузетничка активност жена, као део укупне предузетничке активности, показује најизраженији тренд раста, она је и даље на нивоу испод предузетничке активности мушкараца (Bowen & Hisrich, 1986; Fairlie & Robb, 2009; Parker, 2009). Предузетничка активност жена мерена стопом samozапосљавања, оснивањем нових предузећа или власништвом малих предузећа, је релативно мање изражена у односу на предузетничку активност мушкараца – и у развијеним тржишним економијама, и у земљама у развоју, као и у земљама у процесу транзиције (Klapper & Parker, 2010; Winn, 2005). Истраживање кључних детерминанти које опредељују избор и карактер овог феномена представља базу за дефинисање подстицајних мера ради унапређења предузетничке активности жена. У наставку рада биће анализиран хумани, социјални, финансијски капитал, породичне варијабле, однос према ризику и фактори општег окружења као често истраживане детерминанте избора предузетништва као опције запослености.

2.1. Хумани капитал као детерминанта избора предузетничке активности

Хумани капитал појединца чине његове стечене особине које доприносе унапређењу продуктивности (Carter, Brush, Greene, Gatewood, & Hart, 2003). Улагања у

хумани капитал јесу улагања у ресурсе, односно у знање и вештине које су неодвојиве од појединца-власника, које унапређују његову продуктивност и доприносе будућим монетарним и немонетарним користима за власника (Becker, 1993, стр. 11, 16). Манифестациона форма хуманог капитала, односно његове основне компоненте јесу: ниво и област образовања и искуство власника (Coleman & Robb, 2009; Lee, Jasper, & Fitzgerald 2010; Manolova, Carter, Manev, & Gyoshev, 2007; Stefanović & Simić, 2013). Искуство власника предузећа је мултидимензионална компонента хуманог капитала која сумира укупно радно искуство, искуство у делатности основаног предузећа, раније власничко искуство и искуство у обављању менаџмент активности (Cliff, 1998; Huang et al., 2012). Овим елементима хуманог капитала Parker (2009) придружује и године старости власника. Ипак, у емпиријским истраживањима године старости се чешће користе као посредни показатељ, односно као индикатор стеченог хуманог, социјалног и/или финансијског капитала власника (Lee et al., 2010; Müller & Arum, 2004; Wagner, 2007). Хумани капитал може бити општи и специфични (Carree & Verheul, 2012; Fairlie & Robb, 2009; Lee et al., 2009; Manolova et al., 2007; Stam, Audretsch, & Meijaard, 2008). Општи хумани капитал чине знања и вештине које генерално доприносе унапређењу продуктивности власника капитала и имају генеричку вредност – вредност у различитим контекстима примене. Специфични хумани капитал јесу знања и вештине стечене у одређеној области обављањем одређеног типа посла. Специфични хумани капитал се може схватити и као хумани капитал релевантан за успех у обављању специфичне активности. Вид специфичног хуманог капитала је и тзв. предузетнички хумани капитал који представља онај део укупног хуманог капитала појединца који омогућава креирање, идентификовање и експлоатацију пословних шанси и доприноси успеху предузетничког подухвата (Carter et al., 2003; Coff, 2005).

2.1.1. образовање као детерминанта предузетничке активности

Током процеса формалног образовања могу се стећи знања, способности и вештине потребне за идентификовање и експлоатацију пословних шанси. Аналитичке вештине, разумевање тржишних процеса, општа и специфична знања могу подстаћи самопоуздање и допринети лакшем превазилажењу проблема у стартап фази, као и ефикаснијем обављању предузетничке активности (Parker, 2009; Verheul, Thurik, Grilo, & Zwan, 2012). На овај начин виши ниво формалног образовања подстиче, или олакшава започињање предузетничке активности. Са друге стране, постоје схватања да се формалним образовањем не стичу специфична знања и вештине потребне за

оснивање и вођење посла (Parker, 2009). У том смислу се истиче да су за самозапошљавање од већег значаја струковно и специјалистичко, у односу на академско образовање (Sena, Scott, & Roper, 2012). У контексту ове дискусије, Winn (2005, стр. 385) поставља питање да ли се из чињенице да већина школа нуди курсеве из области менаџмента у компанијама, али не и из области оснивања предузећа може закључити да за оснивање предузећа није потребно формално образовање и/или да се ове вештине не могу научити. Такође, истиче се да су за образованије појединце опортунитетни трошкови самозапослености, у виду пропуштене зараде у сектору плаћене запослености, већи (Parker, 2009; Sena et al., 2012). Већи опортунитетни трошкови самозапошљавања, као и шире поље могућег ангажовања у сектору плаћене запослености могу одредити образованије појединце при избору статуса на тржишту рада.

У односу на општу популацију, предузетници и предузетнице су генерално боље образовани (Bowen & Hisrich, 1986). Иако стопа самозапослености жена расте у свим категоријама нивоа стручне спреме, највећи раст се бележи у категорији жена са високом стручном спремом (Devine, 1994б). У односу на остале запослене жене, самозапослене жене имају виши ниво образовања (Devine, 1994а; 1994б). У САД се временом ова разлика у нивоу образовања између самозапослених и запослених жена повећава (Devine, 1994а). Међутим, дубља анализа овог феномена указује на то да повећање нивоа образовања самозапослених жена није последица понашања жена са вишим нивоом стручне спреме, већ је резултат понашања жена са нижим нивоом стручне спреме. Наиме, крајем '70-их година двадесетог века повећана је вероватноћа самозапошљавања жена са нижим нивоом стручне спреме. Међутим, почетком '80-их година дошло је до смањења зараде у сектору запослених радника за ниже нивое квалификација на које жене нижег нивоа образовања нису одговориле повећаним самозапошљавањем. Иако је крајем '80-их година забележен раст стопе самозапослености ових жена, он није био значајан, тако се њихово релативно учешће у броју самозапослених жена смањило, што је просечну самозапослену жену учинило образованијом.

О утицају образовања на избор самозапослености уопште, или самозапослености мушкараца и жена нема јединствених резултата (Burke, FitzRoy, & Nolan, 2002; Estrin & Mickiewicz, 2011; Verheul et al., 2012; Wellington, 2006). На основу компаративне анализе, Parker (2009) истиче да, иако има доказа о негативном утицају вишег нивоа образовања на вероватноћу избора опције самозапослености, као и оних о

непостојању утицаја, резултати највећег броја студија сугеришу то да су образованији појединци чешће samozапослени у односу на оне са нижим нивоом образовања. Међутим, утицај нивоа образовања на предузетничку активност зависи и од конкретног друштвено-економског и културолошког амбијента у коме се манифестује. Тако је, за разлику од англосаксонских земаља, у земљама у развоју, као и у Европи (у односу на САД) плаћена запосленост први избор опције запослености за образованије појединце (Blanchflower, 2004; Sluis, Praag, & Vijverberg, 2005; Stefanović & Stošić, 2012a). Испитујући предикторе samozапослености у земљама чланицама ЕУ₁₅, Cowling (2000) проналази да по питању образовања као експланаторне варијабле постоји највише разлика између анализираних земаља. У већини земаља велики проценат samozапослених има образовање изнад обавезног нивоа образовања, али има и земаља у којима половина samozапослених има само основни (обавезни) ниво образовања – нпр. Шпанија и Грчка. Такође, ниво образовања може имати различит утицај на отпочињање предузетничке активности у различитим делатностима (Parker, 2009).

Одређујући тип стечених знања и вештина из области потребних за ефикасно вођење посла, поље образовања је, уз ниво образовања, битна детерминанта предузетничке активности. Стога се образовање појединца као детерминанта предузетничке активности може сагледати као дводимензионална величина коју ближе одређују ниво и поље образовања. И док ниво образовања упућује на квантитативни аспект стеченог знања одређене врсте, поље образовања одређује квалитативну димензију стеченог знања и вештина. На нивоу опште популације нема значајних разлика у нивоу образовања жена и мушкараца. Штавише, у већини земаља чланица ЕУ жене чине више од половине дипломираних студената (The European Commission, 2010). Што се тиче Републике Србије, основни показатељи средњег образовања указују на то да жене представљају половину ученика средњих школа (Републички завод за статистику, 2013г). Такође, жене у Републици Србији чине више од половине новоуписаних и близу 60% дипломираних студената (Републички завод за статистику, 2013б; 2013г). Натполовично учешће жена у броју дипломираних студената у Републици Србији постоји готово на свим нивоима студија (Табела 2.1).

Табела 2.1: Родна структура дипломираних студената по нивоима студија у Републици Србији

Ниво студија	% дипломираних студенткиња
Сви нивои студија	59%
Студије првог степена	57%
Основне академске студије	57%
Основне струковне студије	57%
Студије другог степена	60%
Академске студије – мастер и интегрисане студије	60%
Специјалистичке струковне студије	43%
Специјалистичке академске студије	69%
Студије трећег степена	48%
Докторске академске студије	48%

Извор: Републички завод за статистику, 2013г

Између предузетника и предузетница нема значајних разлика у нивоу образовања, али разлике постоје по питању доминантног поља образовања (Huang et al., 2012; Lee & Marvel, 2014). Највећи број предузетница, као и жена генерално, је своје образовање стекло у пољу друштвено-хуманистичких наука (Bowen & Hisrich, 1986). Оне углавном немају формално стечена знања из области општег менаџмента и управљања појединим пословним функцијама (Bowen & Hisrich, 1986; Klapper & Parker, 2010). У домену подручја образовања постоји родна сегрегација изазвана уверењима и стереотипима да су одређена занимања „мушка”, односно „женска” (Lee & Marvel, 2014). Ова сегрегација је нарочито изражена у домену терцијарног образовања (Leoni & Falk, 2010). Концентрација жена у одређеним подручјима високог образовања приметна је и међу дипломираним студентима у Републици Србији (Табела 2.2).

Табела 2.2: Дипломирани студенти према подручју образовања и полу у Републици Србији, 2009.

Подручје образовања	Учешће броја дипломираних студената у датом подручју у укупном броју дипломираних студената (у %)		
	Укупно	Жене	Мушкарци
Образовање	10	91	9
Здравство и социјална заштита	9	77	23
Уметност и хуманистичке науке	10	75	25
Друштвене науке, пословање и право	38	62	38
Услуге	9	48	52
Пољопривреда и ветерина	2	46	54
Природне науке, математика и информатика	8	44	56
Техника, производња и грађевинарство	15	39	61
Укупно	100	61	39

Преузето из: Благојевић-Хјусон, 2012, стр. 44

Иако приметна, неравномерна дистрибуција дипломираних студената по полу у различитим подручјима образовања је у Републици Србији мање изражена на терцијарном у односу на ниво средњег образовања (Благојевић-Хјусон, 2012).

Избор поља образовања је једним делом под утицајем процеса социјализације (Lee & Marvel, 2014; Leoni & Falk, 2010; Winn, 2005). Тако се током процеса ране социјализације девојчице углавном одвраћају од математике и, уопште, од природних наука и усмеравају на оне области које су више оријентисане ка људима (Winn, 2005). Такође, постоје индиције да су сами системи општег образовања (основно и средње образовање) већине земља конципирани тако да пружају већу подршку развоју математичких компетенција дечака (Pavlović-Babić & Baucal, 2013). Друштвено укорењено схватање да су мушкарци компетентнији у области природних наука може резултирати и неоправдано мањом увереношћу жена да поседују компетенције у овој области. Тако су, на пример, резултати студије математичких способности студената и студенткиња указали на то да студенти своје математичке способности оцењују боље, иако су оне реално биле исте као и математичке способности студенткиња (Thébaud, 2010). Ређи избор разних бизнис курсева од стране жена се објашњава управо њиховим „страхом” од математике, а не од економије (Bowen & Hisrich, 1986; Winn, 2005).

Поред тога што утиче на ефикасност обављања предузетничке активности, хумани капитал појединца, пре свега поље стеченог терцијарног образовања, усмерава

и избор одређене делатности (Leoni & Falk, 2010). Хумани капитал, односно стечено образовање и искуство стварају тзв. *коридор знања* који одређује тип шанси које ће појединац идентификовати (Lee & Marvel, 2014; Minniti & Nardone, 2007). Тако су, на пример, предузећа у власништву жена ређе заступљена у брзорастућим гранама напредне технологије (Lee & Marvel, 2014), будући да су жене генерално ређе образоване у пољу технике и економије (Klapper & Parker, 2010). Испитујући утицај образовања на samozapošljavanje у Аустрији, *Leoni* и *Falk* (2010) проналазе да је образовање жена углавном у оним областима које карактерише најнижа стопа samozaposlenosti.

2.1.2. Искуство као детерминанта предузетничке активности

Искуство као начин неформалног стицања знања и вештина може бити битна детерминанта која повећава вероватноћу избора samozaposlenosti као опције запошљавања (Noguera et al., 2013; Renzulli, Aldrich, & Moody, 2000; Sena et al., 2012). По овом питању готово да постоји униформност резултата који указују на то да широко схваћено искуство генерално подстиче samozapošljavanje појединаца (Parker, 2009). Искуство у одређеној делатности ће у највећем броју случајева одредити избор области пословања сопственог предузећа (Parker, 2009). За највећи број samozaposlenih појединаца тренутно ангажовање представља наставак ранијег посла. Поред тога што усмерава избор области пословања, искуство у делатности помаже у оснивању, и касније у вођењу сопственог предузећа јер представља извор пословних идеја, олакшава успостављање односа са купцима, добављачима и осталим стејкхолдерима, док потенцијалне предузетнике чини самоувереним због знања о делатности које поседују (Huarng et al., 2012; Parker, 2009).

Један од аспеката искуства које може подстаћи тзв. поновно предузетништво јесте раније власничко искуство. Захваљујући томе што омогућава стицање планских и вештина општег менаџмента, самопоуздања и приступ мрежама, овај вид искуства може бити значајна детерминанта поновног отпочињања предузетничке активности (Sena et al., 2012). За разлику од серијског предузетника који ново предузеће оснива након што постојеће успешно предузеће прода, поновни предузетник ново предузеће оснива након неуспеха претходног (Stam et al., 2008). Међутим, према теорији пасивног учења овакав след догађаја и поновно предузетништво нема логичке оправданости. Наиме, према овој теорији, своје предузетничке способности појединац спознаје тек оснивањем и функционисањем предузећа. Ако су перформансе основаног

предузећа лоше – предузетник перципира да не поседује предузетничке способности и због тога напушта ову опцију запослености, и обрнуто. Према моделима избора занимања заснованих на овој аргументацији, нема оправдања за поновно предузетништво оних који раније нису успели јер су из тог неуспеха спознали низак ниво својих предузетничких особина (*ibid.*). Међутим, постоје студије које проналазе позитиван утицај ранијег предузетничког искуства на отпочињање новог посла. Објашњење ове појаве нуди теорија активног учења према којој ранији предузетници из свог неуспелог предузетничког покушаја могу спознати не само да (и које) предузетничке способности не поседују, већ и како да их стекну. На тај начин раније власничко искуство, па било оно и неуспешно, повећава могућност да се из неуспешног покушаја нешто научи за потребе новог предузетничког подухвата.

Жене генерално имају мање радног, ранијег власничког, менаџерског и искуства у делатности (Rietz & Henrekson, 2000; Klapper & Parker, 2010, Thébaud, 2010; Walker & Webster, 2006), док су њихове каријере чешће дисконтинуалне (Huang et al., 2012; Parker, 2009). Све ово може бити разлог мање фреквенције предузетничке активности жена. Ипак, постоје и студије чији резултати указују на то да искуство различито утиче на самозапошљавање жена и мушкараца (Carr, 1996, Wagner, 2007). Према Carr (1996), за самозапошљавање жена није од значаја постојање радног искуства – будући да су самозапослене жене ангажоване у областима у којима радно искуство није од пресудног значаја за отпочињање посла (козметички, фризерски салони, чување деце и сл.). Такође, резултати одређених истраживања сугеришу то да су жене у самозапосленост чешће *гурнуте* из статуса незапослености (Klapper & Parker, 2010),

У литератури се организација у којој је стечено претходно радно искуство често назива *инкубатор* организацијом предузетника (Birley, 1989; Bowen & Hisrich, 1986). Према Bowen-у и Hisrich-у (1986) претходно искуство у малим инкубатор организацијама као вид охрабрења женама да започну свој посао је значајније уколико је будуће занимање технолошки интензивно. Ово због тога што је топ менаџмент у малим организацијама ближи запосленима и може представљати адекватан узор и подстрек за оснивање сопственог предузећа, као и због тога што се у овим организацијама лакше стиче технолошки и тржишни *know-how* (*ibid.*). У разматрању значаја величине инкубатор организације, Birley (1989) закључује да можда и није битна претходна организација сама по себи, колико тип искуства који је стечен радом у одређеној организацији.

Један аспект искуства који може утицати на одлуку о отпочињању предузетничке активности, и то – у првом реду жена, јесте искуство родне дискриминације у сектору плаћене запослености. Често анализиран вид родне дискриминације јесте феномен тзв. *стакленог плафона*. Стаклени плафон представља родно засновану транспарентну баријеру за напредовање жена (Powel & Butterfield, 1994, стр. 68). Ова баријера може ограничити кретање између различитих нивоа у хијерархијској структури организације, али се углавном односи на каријерно напредовање жена ка топ менаџмент позицијама. Без обзира на стање квалификација и остварења, ова невидљива (стаклена), али, ипак, постојећа баријера онемогућава напредовање жена без обзира на њихове компетенције и остварене резултате (Federal Glass Ceiling Commission, 1995; McQuarrie, 2005). У овом контексту се може тумачити чињеница да је број мушкараца који су на законодавственим, функционерским и менаџерским позицијама у Републици Србији чак два и по пута већи од броја жена на овим позицијама – и поред чињенице да је у Републици Србији већи број висококвалификованих жена, као и чињенице да је по занимању у Републици Србији већи број жена стручњака (Републички завод за статистику, 2013а). Слично овим резултатима, на основу резултата истраживања феномена стакленог плафона у југо-источној Србији може се закључити да се, и поред тога што нема значајних разлика у нивоу образовања запослених жена и запослених мушкараца, статистички значајно мање жена налази на менаџерским позицијама, при чему је ова разлика још израженија у родној структури топ менаџера (Stošić, Stanković, Janković-Milić, & Radosavljević, 2014). Иако стаклени плафон не подразумева експлицитно навођење рода као разлога за ограничену могућност напредовања, у суштини, невидљиву баријеру представљају управо родни стереотипи. Део узрока ограниченог напредовања жена јесу и родно заснована уверења и предрасуде које женама онемогућавају стицање знања и вештина потребних за хијерархијски више позиције. Тако, на пример, постоји широко распрострањено уверење да женама недостају особине доброг лидера (McQuarrie, 2005; Radović-Marković, 2007²⁸), али и став да је улагање у развој лидерских вештина

²⁸ Резултати истраживање цитиране ауторке указују на то да у Србији постоји изразито негативан став мушкараца према женама лидерима. Наиме, у наведеној студији највећи број испитаних мушкараца дели стереотипне ставове и предрасуде по питању улоге и способности жена у пословном свету. Неки од карактеристичних ставова мушкараца су изражени следећим изјавама: „*Ја не верујем женама у бизнису, нити их схватам озбиљно.*”, „*Ја се плашим жена лидера.*”, „*Жене морају остати код куће и бити лидери својих породица, а не предузећа. Лидерске позиције у пословном свету су резервисане*

неудатих жена економски неоправдано будући да ове жене, према увреженом схватању, више интересује решавање брачног питања него развој каријере – и поред чињенице да јако мали број жена данас престаје да ради након што се уда (Smith, 2005). У вези са пословном амбицијом жена постоје и схватања да су оне због потребе да остваре захтеве своје примарне улоге у домену материнства, социјализације деце и извршавања кућних послова незаинтересоване за вертикалну мобилност у свом радном окружењу (Radović-Marković, 2007a). Због вероватноће да ће одсуствовати са посла због трудничког и породилског боловања, ризичном инвестицијом се сматра улагање у усавршавање жена које су у репродуктивним годинама. Са друге стране, подаци показују то да жене у професионалним занимањима због ових разлога не одсуствују дуже од мушкараца који одсуствују због других видова боловања (ibid.). И поред тога што чине половину, или и више од половине популације, као и скоро половину радне снаге, жене представљају свега 12% руководилаца компанија са листе *Fortune 500* (Runyan et al., 2006). Иако се раних ‘70-их година двадесетог века, када је феномен стакленог плафона статистички евидентиран, истицало да је свакој друштвеној групи потребно времена да напредује, крајем прошлог века по овом питању није забележен значајнији напредак (Smith, 2005). Прва жена извршна директорка једне *Fortune 500* компаније била је *Fiorina Carleton*, која је 1999. године постала *CEO* компаније *Hewlett-Packard* (Cotter, Hermsen, Ovadia, & Vanneman, 2001, стр. 655). Уколико је родна дискриминација изражени вид дискриминације на тржишту рада у сектору плаћене запослености, власништво сопственог предузећа може бити начин економског уједначавања мушкараца и жена (Runyan et al., 2006). Стога се истиче да искуство са стакленим плафоном, али и са другим видовима родне дискриминације (нпр. родно заснована неједнакост у приносу на вештине), може бити значајна детерминанта која ће одредити избор предузетништва као опције запослености од стране жена (Boden, 1999б; Buttner, 1993; Coughlin & Thomas, 2002; Mukhtar, 2002; Parker, 2009; Tan, 2008).

Једна од оперативних мера политике промовисања родне једнакости, повећања економске партиципације и каријерне мобилности, односно напредовања жена јесу и тзв. *родне квоте* којима се дефинише минимално релативно учешће жена у одређеним доменима јавне сфере живота. Циљ дефинисања и имплементације родних квота јесте подстицање родне једнакости у заступљености, као и у ефектима политичких мера

за мушкараце.”, „Жене лидери су, у ствари, мушкарци у женској гардероби.” (Radović-Marković, 2007б, стр. 91).

(World Bank, 2013). Унапређење заступљености у економско-политичкој сфери чини видљивим таленте жена што може утицати на промену родно-стереотипних ставова. Оваква јавна демонстрација знања и вештина истиче жене узоре и може променити друштвене и личне ставове о потенцијалу жена (ibid.). Једна од области чија се структура обликује родним квотама јесу управни одбори компанија. Прва земља која је увела квоте за учешће жена у управним одборима јавно листираних компанија је Норвешка која је 2002. године увела квоте за родно уједначавање структуре управних одбора на добровољној основи. Циљ је био да се до 2005. године учешће жена у управним одборима ових компанија повећа са тадашњих 6% на 40%. Како циљ није остварен, одустало се од добровољне основе, па су квоте постале законска обавеза јавно листираних компанија. Дубљи слој проблема који може открити систем родних квота јесте ограничени број жена са потребним компетенцијама за чланство у управним одборима. Овај проблем открива потребу за стручним оспособљавањем жена за извршавање менаџерских задатака. Лоше менаџмент компетенције жена се са тржишта рада преносе у сектор samozапослености. На овај начин маргинализовани положај запослених жена одређује карактер њихове предузетничке активности, будући да квалитативно и квантитативно неадекватан хумани капитал ограничава потенцијал за остваривање пословног успеха предузетница. Превазилажење овог проблема захтева дефинисање и имплементацију програма обуке и тренинга који морају бити специфично дизајнирани према потребама предузетница (Botha, Nieman, & Vuuren, 2006; Mukhtar, 2002). У том смислу се данас афирмише тзв. родно сензитиван приступ у дефинисању мера подршке и програма обуке који подразумева уважавање специфичних едукативних потреба предузетница.

2.1.3. Године старости појединца као детерминанта предузетничке активности

Што се тиче утицаја година старости појединца на вероватноћу избора samozапослености као опције запослености, теоријски се може аргументовати и позитиван и негативан утицај ове детерминанте. Наиме, због претпоставке да се хумани, финансијски и социјални капитал акумулирају током година, вероватноћа избора samozапослености од стране старијих појединца може бити већа (Müller & Agum, 2004; Parker, 2009; Wagner, 2007). Такође, старији појединци могу бирати samozапосленост и због тога што им ова опција омогућава да својим годинама прилагоде обим, садржај и динамику посла (Parker, 2009). У смеру ове аргументације јесу и подаци појединих истраживања који указују на то да се са повећањем година

старости радно активних појединаца повећава стопа њихове samozапослености (Stefanović & Stošić, 2012a). Са друге стране, samozапосленост као ризичнији статус запослености може бити мање атрактиван за старије појединце које карактерише виши ниво аверзије према ризику. Избор samozапослености може бити ограничен и чињеницом да старији појединци не могу, или не желе да прихвате дуже радно време које ова опција имплицира (ibid.). За старије појединце време је у већој мери ограничен ресурс те су стога они у мањој мери спремни да овај ресурс усмере ка активности оснивања и вођења сопственог предузећа од које се приноси очекују у будућности, а при томе су и неизвесни (Lévesque & Minniti, 2006). Што је предузетник старији то је очекивани животни век предузећа у току ког се могу повратити улагања у оснивање краћи (Wagner, 2007). Због ограничености ресурса времена, плаћена запосленост са тренутним приносом (зарада се остварује релативно брзо, не мора се чекати) је прихватљивија опција за старије појединце (Lévesque & Minniti, 2006). Анализом разлога за и против, може се закључити да године старости утичу на samozапосленост тиме што детерминишу могућност samozапосљавања и спремност да се постане samozапослен, при чему се са повећањем година старости повећава могућност а смањује спремност да се постане предузетник (Praag & Ophem, 1995). Резултати једног броја емпиријских студија указују на постојање нелинеарног утицаја година старости појединца на вероватноћу samozапосљавања (Cowling, 2000; Parker, 2009; Wagner, 2007). До одређеног нивоа година старости када достиже максимум, вероватноћа samozапосљавања је у односу позитивне корелације са годинама старости. Након тог нивоа, даље повећање година старости смањује вероватноћу samozапосљавања. Према Cowling-у (2000), у осам земаља чланица ЕУ₁₅ године старости појединаца утичу на вероватноћу samozапосљавања. У седам од ових земаља је тај утицај линеаран, док у Великој Британији вероватноћа samozапосљавања достиже максималну вредност код појединаца старих 31 годину, након чега опада. Резултати једног броја емпиријских истраживања утицаја година старости мушкараца и жена на вероватноћу samozапосљавања не указују на постојање разлика у смеру утицаја (Cowling & Taylor, 2001; Loscocco & Leicht, 1993), док има и оних који сугеришу то да је позитиван утицај година старости на вероватноћу samozапосљавања неколико пута већи у случају жена (Carr, 1996).

Имајући у виду компаративно стање хуманог капитала мушкараца и жена, може се закључити да су поље образовања и искуство значајније детерминанта родног гена у предузетништву. Утичући најпре на избор делатности – усмеравајући жене ка

услужном сектору, доминантно поље образовања и искуства жена је неповољно и са аспекта олакшавања оснивања предузећа, а затим и за обављање менаџерских и техничких послова у основаном предузећу (Huang et al., 2012; Vossenber, 2013).

2.1.4. Самоефикасност као детерминанта предузетничке активности

Самоефикасност се односи на субјективну оцену сопствених способности да се оствари одређени ниво перформанси, односно обави одређена активност како би био остварен дефинисани циљ (Bandura, 1994, стр. 71). Ова аутоперцепција личних компетенција утиче на осећања, мотивацију и понашање појединца. Појединци који имају самопоуздање не беже од изазова, постављају високе циљеве чијем остварењу остају доследни. Неуспех приписују недовољном знању и вештинама за које верују да се могу стећи (ibid.). Самоефикасност није особина која се наслеђује, већ се гради на бази деловања четири основна извора утицаја (Bandura, 1994; Милановић-Доброта & Радић- Шестић, 2011) – личног искуства, посредног искуства, социјалног реаговања референтних особа (вербална персуазија или убеђивање) и психофизиолошког стања. Основни и најјачи утицај на формирање самоефикасности јесте лично искуство у обављању одређеног задатка. Перцепцију добре личне ефикасности за извршење одређеног задатка ће имати појединац који успешно обави посматрани задатак. Са друге стране, доживљени неуспех у извршењу задатка ће угрозити самопоуздање, нарочито уколико се неуспех доживи пре него што је одређени ниво самоефикасности изграђен. Други начин формирања самоефикасности јесте путем посредног искуства узора, односно појединаца који представљају модел понашања. У овом случају се перцепција личне ефикасности формира опсервацијом понашања особе која се, углавном, сматра сличном себи. Успех сличне особе у извршавању одређене активности доприноси изградњи уверења да се поседују способности за извршавање дате активности. Што је сличност модела и посматрача већа, то је и овај ефекат израженији. Вербално убеђивање као начин формирања самоефикасности подразумева добијање социјалних сигнала у виду охрабрења или убеђивања да се одређене способности поседују. Овај извор утицаја има јачи ефекат на подривање него на изградњу самопоуздања. Наиме, самопоуздање изграђено на неоснованој (нереалној) подршци ће бити угрожено након неуспеха у обављању активности за коју је појединац охрабриван. Са друге стране, појединац који је вербално убеђен да не поседује способности за обављање одређеног задатка, највероватније неће ни пробати да задатак изврши. Коначно, психо-физиолошко стање током извршавања одређеног задатка

утиче на изградњу самоефикасности. Пријатан осећај током обављања одређене активности доприноси изградњи самопоуздања по питању способности да се посматрана активност реализује. Узнемиреност, стрес, анксиозност и друга непријатна стања слабе осећај компетентности за извршавање одређеног задатка.

Концепт перципиране личне ефикасности у обављању одређеног задатка применљив је и у контексту анализе избора каријере, односно избора самозапошљавања или плаћене запослености као опције запослености (Carter et al., 2003). Наиме, истражујући доминантне мотиве избора опције запослености цитирани аутори проналазе да је избор и предузетника у настајању, и запослених за плату вођен истим циљевима – самоостварење, финансијски успех, реализација иновација и независност. И док у циљевима нема разлика, предузетници и запослени за плату се разликују по питању схватања начина адекватног за остваривања ових циљева – први циљеве остварују оснивајући своје предузеће, други радећи за плату (ibid.). Ове разлике у перцепцији адекватног начина за остваривање циљева су делом резултат разлика у перципираној личној ефикасности субјеката избора. Оваква интерпретација резултата је у складу са психолошким правцем анализе избора каријере према коме појединац бира оно занимање за које перципира да постоји усклађеност између захтева занимања и особина, знања и вештина које се поседују (Bönte & Piegeler, 2012).

Специфични вид самоефикасности који се користи у анализи предузетничке оријентације је предузетничка самоефикасност. Предузетничка самоефикасност подразумева субјективно оцењену личну способност да се обави предузетничка активност (Mueller & Dato-on, 2013). На намеру да се постане предузетник позитивно утиче већа перципирана предузетничка самоефикасност (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010; Mueller & Dato-on, 2013; Noguera et al., 2013; Thébaud, 2010). Према томе, ако се повећа самопоуздање у поседовање одређених особина потребних за предузетништво може се утицати на повећање броја оних који виде предузетништво као своју каријеру (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010). Самопоуздање, односно вера у поседовање вештина адекватних за предузетничку активност детерминише избор самозапошлености независно од контекста земље која се посматра (Minniti & Nardone, 2007).

Самоефикасношћу жена се може објаснити део родног гена у заступљености предузетничке активности мушкараца и жена (Thébaud, 2010). Жене имају мање оптимистичну перцепцију сопствене ефикасности и то нарочито у предузетништву које се традиционално сматра „мушком” облашћу (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010;

Thébaud, 2010). Наиме, друштвена очекивања обликују и утичу на самопоуздање у некој области. Због другачијег процеса социјализације, жене нису уверене у своје способности да буду предузетнице, чак и када се њихове способности објективно не разликују од оних које поседују мушкарци (Morris, Miyasaki, Watters, & Coombes, 2006; Noguera et al., 2013; Thébaud, 2010). Такође, постоје и родни стереотипи о предузетништву који подразумевају повезивање ове активности са мушким особинама (Zhang et al., 2009; Mueller & Dato-on, 2013; Thébaud, 2010). Због свега овога жене имају мање самопоуздања по питању успеха у обављању предузетничке активности (Zhang et al., 2009; Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010; Robichaud et al., 2007; Verheul & Thurik, 2001; Verheul et al., 2012). Жене лошије оцењују своје менаџерске компетенције у области финансија и у мањој мери сматрају да су способне за обављање послова који су у вези са преузимањем ризика (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010). Када би жене веровале да имају потребне вештине за предузетништво и да би у обављању ове активности могле бити успешне, било би вероватније да би биле власнице предузећа (Minniti & Nardone, 2007).

Резултати студија указују на то да жене лошије перципирају своје предузетничке вештине нарочито у традиционално мушким делатностима (Noguera, Alvarez & Urbano, 2013). Када се верује да су припадници једног пола (рода) генерално бољи у извршавању одређеног задатка, онда припадници тог пола боље оцењују своје способности да тај задатак изврше, релативно према припадницима другог пола, без обзира што успешност у извршавању задатка може бити иста (Thébaud, 2010). И док је самоефикасност мушкараца иста и за традиционално мушка и за традиционално женска занимања, самоефикасност жена је значајно већа за обављање активности у традиционално женским у односу на традиционално мушка занимања (Mueller & Dato-on, 2013). Жене користе строже критеријуме за самооцену својих способности за обављање посла у делатностима које се традиционално сматрају мушким (Thébaud, 2010). Наиме, цитирани аутор проналази да, пре него што се одлуче за предузетништво, жене од себе захтевају виши ниво образовања, што значи да оне саме себе строже оцењују. Тако се са повећањем нивоа образовања, више повећава вероватноћа да ће жене боље оценити своју предузетничку самоефикасност, него што се унапређује предузетничка самоефикасност мушкараца. Штавише, и након што постану предузетнице, жене себе оцењују као мање компетентне у односу на мушкарце власнике предузећа. Чак и међу установљеним предузетницима, сличних ресурса и послова сличних карактеристика, два пута је већа вероватноћа да ће мушкарци, а не

жене, оценити да поседују предузетничке способности. Могућа објашњења оваквог стања аутор види у стереотипизацији предузетничког занимања као мушког посла, али и у чињеници да су жене чешће *гурнуте* у предузетништво, што значи да имају мање искуства и лошији социјални капитал због чега мање верују у своје предузетничке способности.

Карактер предузетничке самоефикасности жена зависи од окружења за које се она (самоефикасност) оцењује. Испитујући самоефикасност предузетница у традиционално женским и у традиционално мушким делатностима, *Anna et al.* (2000) истичу да власнице у традиционално женским делатностима у већој мери оцењују да су успешне у идентификовању пословних прилика, док власнице у традиционално мушким делатностима оцењују да су успешније у планирању. Објашњење оваквог стања је могућност да је због већих улазних баријера за жене, планирање од већег значаја за пословање у нетрадиционално женским делатностима. Са друге стране, способност да се уоче шансе је већа ако већ постоји неко искуство у послу. Жене су чешће запослене у традиционално женским делатностима па су зато сигурније у то да су способне да препознају прилике у познатом окружењу традиционално женских занимања.

2.2. Социјални капитал као детерминанта избора предузетничке активности

Понашање појединаца је, према социолошком приступу објашњењу понашања, обликовано, односно вођено друштвеним нормама, правима и обавезама. Са друге стране, економски приступ анализи понашања подразумева да је основни принцип у понашању појединаца максимирање функције личне корисности (Coleman, 1988). Оба ова приступа, посматрана искључиво, не обезбеђују холистички приступ сложеном феномену људског понашања. И док социолошки приступ не препознаје постојање интерних подстицаја који усмеравају понашање, економски приступ не уважава емпиријску чињеницу да су економске, али и остале активности појединаца део шире мреже друштвених односа и да су обликоване, преусмераване, ограничене или подстакнуте у одређеном друштвеном контексту (Coleman, 1988; Coff, 2005). Са циљем да омогући обухватнију анализу људског понашања, *Coleman* (1988) дефинише социјални капитал као концептуални инструмент који повезује социолошки и економски приступ у објашњењу понашања појединаца. За разлику од хуманог и физичког капитала, социјални капитал није инхерентан појединцу или неком физичком

елементу репродукције. Физички капитал има материјалну форму, док се хумани капитал манифестује знањима и вештинама појединца и одређен је одговором на питање *шта знаш?*. Са друге стране, садржај социјалног капитала је одређен одговором на питање *кога знаш?* (Baron, 2005; Coleman, 1988; Coff, 2005, стр. 84). „Социјални капитал се налази у структури односа између појединаца” (Coleman, 1988, стр. S98). Као и друге форме капитала, и социјални капитал је продуктиван у смислу да доприноси остваривању одређених циљева, будући да, уграђен у систем друштвених односа, представља потенцијални извор опипљивих и неопипљивих ресурса (Baron, 2005; Coff, 2005).

Као и понашање осталих појединаца, и понашање предузетника се не дешава у друштвеном вакууму (Baron, 2005). Социјални капитал предузетника стечен успостављањем односа са другима у одређеном друштвеном контексту утиче на све фазе предузетничког процеса, и тиме и на фазу одлучивања о избору опције запослености. Према *Brush* (1992), умрежавање појединаца се може анализирати у оквиру процесне димензије *Gartner*-овог оквира за објашњење оснивања предузећа. У четвородимензионалном оквиру фактора који детерминишу оснивање предузећа, уз групу индивидуалних, организационих и фактора екстерног окружења, *Gartner* (1985) издваја и групу процесних фактора. Под овим факторима *Gartner* (1985, стр. 698, 699, 670) подразумева све оне активности које појединац предузима како би основао и водио сопствено предузеће – идентификовање прилика, прибављање ресурса, изградња организације и слично. У том контексту, пре оснивања предузећа, социјални капитал, односно друштвене мреже потенцијалног предузетника утичу на приступ информацијама о окружењу – информацијама о шансама и претњама, о расположивости и о локацији ресурса (Brush, 1992; Xavier et al., 2012). На овај начин социјални капитал може допринети лакшем идентификовању пословних шанси и начина за њихову експлоатацију и, тиме, подстаћи започињање предузетничке активности (Baron, 2005; Estrin & Mickiewicz, 2011; Xavier et al., 2012). Такође, постојање предузетника у друштвеним мрежама појединца који доноси одлуку о избору предузетничке активности утиче на смањење неизвесности ове опције запослености (Minniti & Nardone, 2007). Други предузетници у друштвеним мрежама могу бити узор, али и користан извор информација о пословним шансама, о начинима њихове експлоатације, као и о приступу ресурсима (Noguera et al., 2013; Rodríguez & Santos, 2009). Резултати одређених истраживања указују на то да постојање предузетника-узора повећава вероватноћу избора предузетничке активности као опције

запослености (Noguera et al., 2013), при чему мушкарци чешће имају предузетнике-узоре или друге предузетнике у својим друштвеним мрежама (Menezis, Diochon, Gasse, & Elgie, 2006; Rodríguez & Santos, 2009).

Имајући значајан информациони потенцијал, друштвене мреже би могле бити компензација за недостатак искуства на тржишту рада (Cowling & Taylor, 2001). Према томе, обезбеђивањем информација битним за предузетничку активност, социјални капитал би могао да умањи негативне ефекте које мање радно искуство има на samozапосљавање жена. Међутим, иако нема значајнијих разлика у информационим потребама потенцијалних предузетника и предузетница (Brush, 1992), жене су у лошијој позицији по питању приступа информацијама у оквирима својих друштвених мрежа. Наиме, жене су укључене у мање колегијалних мрежа подршке, или их због породичних обавеза у мањој мери користе (Xavier et al., 2012). Ово утиче на то да оне имају мање информација о пословном окружењу. Разлике постоје и по питању величине мрежа – друштвене мреже жена су мање; као и по питању структуре – у мрежама жена има више других жена, има више пријатеља и рођака и оне се, за разлику од мушкараца, за савет најпре обраћају супругу, затим пријатељима и на крају стручњацима (Brush, 1992; Watson, 2003). Watson (2003) наводи студије чији резултати указују на то да жене имају мањи број друштвених мрежа у односу на мушкарце јер су у већој мери оптерећене родитељским и породичним обавезама што их на неки начин изолује. Такође, и када у samozапосленост уђу из радног односа, радно искуство жене углавном стичу на хијерархијски нижим позицијама због чега имају мање изграђених друштвених мрежа које им могу бити подршка у самосталном пословању.

Анализирајући предузетничку активност научница, као специфични вид предузетништва, Stephan и El-Ganainy (2007) проналазе да је предузетништво научница мање изражено и због тога што оне имају лошији социјални капитал. Наиме, научнице су у мањој мери ангажоване у областима које карактерише иновативна активност, њихове области истраживања имају нижи статус и публицитет, док су оне мање изложене комерцијалним активностима, односно имају више жена колегиница и тиме мању вероватноћу да су у контакту, или да су у пријатељским односима са мушкарцима који су у већој мери предузетнички настројени, то јест укључени у комерцијалне пројекте. Такође, научнице имају мање диверзификоване мреже, док њихови студенти у мањем броју касније улазе у привредну активност.

Имајући у виду анализиране резултате емпиријских истраживања може се закључити да социјални капитал може бити значајна подршка за отпочињање

предузетничке активности, али да је он, по својој величини и структури, у случају жена чешће детерминанта која не подстиче њихову предузетничку активност.

2.3. Финансијски капитал као детерминанта избора предузетничке активности

Обезбеђење финансијских средстава је критични моменат у оснивању предузећа (Alsos, Isaksen, & Junggren, 2006; Strier & Abdeen, 2009). Ограничен приступ финансијским средствима представља значајну баријеру за отпочињање предузетничке активности (Blanchflower, 2000). Стога је расположивост финансијских средстава једна од кључних детерминанти предузетничке активности (Amorós & Bosma, 2014; Blanchflower & Oswald, 1990; Le, 1999; OECD, 2009). У том смислу резултати студије ауторки Стефановић, Ивановић-Ђукић и Јанковић-Милић (2013) сугеришу то да повећање финансијске подршке оснивању нових предузећа у Републици Србији, било у виду буџетских трансфера у форми зајмова или у форми субвенција самозапошљавању, повећава број предузетника.

Укупна расположивост финансијских средстава одређена је двома основним компонентама: расположивошћу и приступачношћу екстерних извора финансирања, као и величином и структуром личне имовине појединца. Основни извор финансирања оснивања малих предузећа јесу лична средства власника и његове породице (Alsos et al., 2006). Наиме, непостојање пословне и кредитне историје отежава финансирање оснивања предузећа из формалних екстерних извора. Стога су лична имовина оснивача, као и средства из неформалних извора – породица, пријатељи, рођаци – основа стартап капитала (Bygrave & Quill, 2006). Лична имовина, односно богатство је често једна од компоненти у емпиријским моделима избора опције запослености (de Wit, 1993), при чему резултати појединих истраживања указују на то да је ово детерминанта са позитивним утицајем на вероватноћу отпочињања предузетничке активности (Bates, 1995; Cowling & Mitchell, 1997; Johansson, 2000; Robson, 1998).

Питање утицаја величине личне имовине на вероватноћу отпочињања предузетничке активности један је од аспеката дебате о односу, то јест о тачки разграничења функције предузетника и функције власника капитала (Evans & Jovanović, 1989). Резултати који сугеришу то да између ових варијабли постоји позитиван однос могу се тумачити у контексту *Knight*-овог схватања предузетника као појединца који преузима ризик успеха предузетничке активности. Наиме, због чињенице да не омогућава мобилисање потребних средстава у довољном обиму, према

овом аутору финансијско тржиште није адекватан механизам финансирања предузетничких активности. Стога је предузетник принуђен да своју предузетничку активност финансира личним средствима, носећи при томе ризик за уложена средства. Са друге стране, *Schumpeter*-ов предузетник препознаје профитабилне прилике, док тржиште капитала, генерално, омогућава екстерно финансирање реализације *нових комбинација* којима се експлоатишу идентификоване прилике (ibid.; Pfarrer & Smith, 2005). *Knight*-ово схватање предузетника потврђују резултати студија који указују на то да су лична средства значајна компонента у структури извора финансирања оснивања нових предузећа. *Evans* и *Jovanovic* (1989) проналазе да су, због несавршености финансијских тржишта у домену финансирања стартапова, предузетници у значајној мери упућени на личну имовину као извор финансирања оснивања нових предузећа. Детерминисаност предузетничке активности величином личне имовине упућује на постојање тзв. ограничења ликвидности, односно немогућности да се потребна средства обезбеде из спољних извора, тј. на финансијском тржишту (*Evans & Jovanovic*, 1989; *Holtz-Eakin, Joulfaian, & Rosen*, 1994). Ограниченост величине личне имовине утиче на то да је величина стартап капитала углавном субоптимална и испод жељене величине оснивача (*Evans & Jovanovic*, 1989). Уз значај за непосредно финансирање предузетничког подухвата, лична имовина представља могуће средство обезбеђења, чиме одређује кредитну способност потенцијалног предузетника и утиче на вероватноћу успеха у приступу кредитима као извору финансирања.

Кредити банака су основни екстерни извор финансирања малих предузећа (*Coleman*, 2000; *Predić & Stošić*, 2011). Финансирање оснивања малих предузећа из овог извора је отежано имајући у виду проблем асиметричности информација и већег ризика финансијског пласмана (*Storey*, 2010). Наиме, процес апликације за кредит ради финансирања стартап активности је праћен уобичајеном појавом асиметричне информисаности тражиоца и потенцијалног даваоца средстава. У овом специфичном случају, информациона асиметрија се не може неутралисати опсервацијом одређених сигнала, као што су пословна и кредитна историја тражиоца кредита. Пласман средстава у оснивање нових предузећа се сматра нарочито ризичним, и интересантно је да на овај повећани ризик банке најчешће не одговарају повећањем цене кредита, већ смањењем суме расположивих средстава чиме се отежава финансирање и оних апликаната који су иначе кредитно способни (ibid.). Имајући у виду проблеме у приступу екстерним изворима финансирања, истиче се да је (не)доступност средстава

на финансијском тржишту једна од кључних баријера за отпочињање предузетничке активности (Blanchflower, 2000). Добро развијено финансијско тржиште способно да потенцијалним власницима предузећа обезбеди потребна средства у основи је ефикасног привредног система и прогресивне предузетничке активности (Nykvist, 2008, стр. 23). У условима отежаног приступа екстерним изворима финансирања, лична имовина постаје значајна детерминанта отпочињања предузетничке активности. Како је власништво предузећа један од начина акумулације богатства, то ограничења у приступу екстерним изворима финансирања оснивања предузећа представљају и баријере социјалној мобилности чланова друштва (ibid.).

На значај питања финансирања указује и чињеница да се оцене конкурентности националних економија, као и атрактивности пословног окружења, доносе имајући у виду и стање у домену расположивости и доступности извора финансирања. Према извештајима Светског економског форума, привредни амбијент у Републици Србији је са овог аспекта изразито неповољан за интензивирање предузетничке активности. Распољивост и приступачност извора финансирања, као и понуда ризичног капитала детерминанте су развијености финансијског тржишта као једног од стубова националне конкурентности који унапређује ефикасност система (Schwab, 2014). На угрожену конкурентност српског привредног амбијента указује и чињеница да је према развијености финансијског тржишта Република Србија рангирана на 115. месту од 148 оцењиваних националних економија (ibid.). При томе је према критеријуму ширине финансијске понуде Србија рангирана на 99. месту, према критеријуму приступачности финансијских услуга заузима 112. место, док се према критеријуму лакоће приступа кредитима и према критеријуму расположивости ризичног капитала налази на 120, односно на 129. месту.

Један од квантитативних индикатора атрактивности пословног окружења јесте и приступ кредитима (World Bank, 2014a). У извештајима о пословном окружењу које публикује Светска банка овим индикатором се мери јачина инструмената подршке кредитирању, и то: регулатива која афирмише и олакшава приступ кредитима и обухват, дубина и приступачност информација из кредитних бироа и регистара. Према јачини ове компоненте пословног окружења Србија се у 2014. години налази на 42. месту од оцењиваних 189. земаља, што је за десет позиција испред регионалног просека, али, ипак, за две позиције лошији ранг у односу на 2013. годину. Међутим, боља позиција са аспекта овог критеријума, у односу на показатељ Светског економског форума, не охрабрује имајући у виду да је индикатор Светског економског

форума комплексније мерило и адекватнији показатељ приступачности извора финансирања. Стварање услова да предузетници (потенцијални и постојећи) лакше дођу до кредита захтева реформе у овој области. Према подацима Светске банке, у Републици Србији је у периоду 2009-2014. године само током 2009. године предузета реформска мера која је унапредила ово мерило²⁹ (ibid.).

Позитиван однос између величине личне имовине и вероватноће отпочињања предузетничке активности сугерише то да дистрибуција богатства утиче на распрострањеност предузетничке активности (Parker, 2009). У том смислу мања лична имовина жена може бити једна од баријера за њихову предузетничку активност. Због своје лошије економске позиције у друштву, жене на располагању имају мање средстава из овог извора. Родна дискриминација у сектору плаћене запослености утиче на имовинско стање жена ограничавајући тиме транзицију жена ка предузетништву. Иако дискриминација на пословима плаћене запослености може бити значајан мотив за отпочињање предузетничке активности, она у исто време може бити и баријера за успех у тој намери. Наиме, просечне зараде жена су у односу на зараде мушкараца мање (Devine, 1994б; Lechmann & Schanbel, 2012; Parker, 2009; Renzulli et al., 2000; Rosti & Chelli, 2005; Verheul & Thurik, 2001). Мања примања у сектору плаћене запослености одређују могућност финансирања отпочињања предузетничке активности, имајући у виду да је зарада (плата) један од могућих извора акумулације богатства. Уз мању зараду, на лошији имовински статус жена указује и податак да је породична имовина углавном регистрована на име супруга (Verheul & Thurik, 2001). У појединим друштвима положај жена је додатно отежан регулаторним решењима којима се ограничава њихово право у области наслеђивања, док се субјектом управљања породичном имовином дефинише муж, или мушки сродник (World Bank, 2013).

За финансирање оснивања предузећа жене ређе користе банкарске кредите (Haynes et al., 2000; Loscocco & Robinson, 1991). Разлози за ређе и мање коришћење екстерних извора финансирања од стране жена могу бити на страни тражње, као и на страни понуде. Са аспекта тражње, коришћење екстерних извора финансирања може бити ограничено већом аверзијом жена према ризику (Sena et al., 2012; Stephan & El-Ganainy, 2007; Thébaud, 2010), жељом да задрже потпуну личну контролу над

²⁹ Мисли се на усвајање новог Закона о заштити података о личности којим је унапређен приступ кредитним информацијама (World Bank, 2014а, стр. 57).

пословањем (Cliff, 1998; Coleman & Robb, 2009; Cuba et al., 1983), али и мањом сигурношћу жена у поседовање финансијских вештина потребних за приступ екстерним изворима финансирања (Lerner & Almor, 2002; Loscocco & Robinson, 1991; Sena et al., 2012). Такође, структура социјалног капитала жена се често оцењује као неадекватна са аспекта приступа изворима финансирања. Наиме, чланови њихових друштвених мрежа су ретко појединци који су на позицијама да доносе одлуке о финансирању предузетничких подухвата (Buttner, 1993). Са стране понуде, екстерно финансирање оснивања предузећа у власништву жена може бити ограничено перцепцијом власница од стране финансијера (Alsos et al., 2006; Buttner, 1993; Morris et al., 2006; Parker, 2009), или преферираним финансирањем делатности у којима су жене мање заступљене (Coleman & Robb, 2009). Родна дискриминација у домену одлучивања о кредитним апликацијама се може манифестовати у одлукама о ограниченом износу финансијских средстава, као и дефинисањем лошијих услова кредитирања за жене – у виду веће каматне стопе, веће вредности колатерала или потребе да се обезбеди жирант (Bardasi et al., 2011; Buttner, 1993; Coleman, 2000; Haynes et al., 2000; Klapper & Parker, 2010; Zhang et al., 2009). Приступ жена кредитном финансирању је додатно ограничен чињеницом да је најчешће коришћени вид колатералног обезбеђења кућа, односно некретнина власника малог предузећа, а да су жене ретко власнице непокретне имовине (Sena et al., 2012; Storey, 2010). Уз лошију позицију жена у домену традиционалних видова екстерног финансирања, предузећа у власништву жена су врло ретко субјекат финансирања на алтернативним финансијским тржиштима као што је, на пример, тржиште ризичног капитала (Greene et al., 2001; Holmquist & Carter, 2009). Екстерно финансирање оснивања предузећа од стране жена може бити ограничено и родно дискриминаторном регулативом којом се женама онемогућава да буду субјекти уговорних односа, као и немогућност, или ограничена могућност жена да располажу својим банковним рачунима (World Bank, 2013). Оваква регулаторна пракса у појединим земљама је резултат правне институционализације одређених вредносних ставова и праксе обичајног права традиционалних друштава и негативно утиче на развој предузетничке активности жена, и уопште на њихово економско оснаживање.

Позиција жена је са оба аспекта финансијског капитала лошија, релативно према позицији мушкараца. Мања имовина и мање екстерног финансирања усмеравају жене ка мање капитално интензивним делатностима (Loscocco & Robinson, 1991). Такође, ово су једним делом и разлози за мању величину стартап капитала предузећа у власништву жена (Carter & Bennett, 2006; Rosa, Hamilton, Carter, & Burns, 1994; Zhang

et al., 2009), што се касније у току пословања може рефлектовати на перформансе ових предузећа. Наиме, резултати одређених истраживања указују на то да мања величина стартап капитала негативно утиче на будуће перформансе основаног предузећа (Alsos et al., 2006; Fairlie & Robb, 2009). Према томе, финансијски проблеми за власнице предузећа започињу оснивањем предузећа, док њихово постојање касније детерминише перформансе и раст предузећа у власништву жена.

2.4. Породичне варијабле као детерминанта избора предузетничке активности

Предузетничка активност, или самозапошљавање је, према теорији маргиналног радника, избор појединаца са лошијим хуманим капиталом који их оставља изван сектора плаћене запослености. Са друге стране, теорија класне мобилности самозапошленост види као пут за унапређење економско-социјалног статуса појединаца власника адекватног хуманог, социјалног и финансијског капитала (Budig, 2006, стр. 2224). Међутим, ова и слична истраживања личних подстицаја самозапошљавања се углавном базирају на методологији развијеној за потребе анализе предузетничке активности мушкараца (Brush, 1992). Свеобухватно сагледавање предузетничке активности жена стога захтева допуну листе интерних подстицаја оним који су у већој мери карактеристични за деловање жена. Према резултатима истраживања ауторке Carr (1996), објашњење предузетничке активности жена се не уклапа ни у један од наведених теоријских оквира. Наиме, у односу на запослене жене, предузетнице су образованије – дакле, не уклапају се у теорију радника маргиналних вештина, али је и вероватније да су удате, да имају малу децу и да краће раде – према томе, не уклапају се ни у каријерни модел самозапошлености. На овај начин ауторка показује да теорију којом би се објаснила предузетничка активност жена треба употпунити новим експланаторним варијаблама. У том смислу је и став Devine-a (1994б) да је анализа понашања жена на тржишту рада некомплетна без сагледавања утицаја које на то понашање има сет тзв. *породичних варијабли*. Инкорпорисањем ове варијабле у анализу предузетничке активности жена одређени аутори закључују да жене бирају предузетничку активност не зато што немају других опција, већ зато што је ово флексибилнији радни статус који омогућава виши ниво аутономије у раду (Carr, 1996). Због тога се истиче да фактори као што су брачно стање, родитељство, старост деце, односно сет породичних варијабли мора бити компонента теоријског оквира за целовит аналитички обухват предузетничке активности жена.

Сви фактори избора предузетничке активности као опције запослености се начелно могу сврстати у групу *push* и у групу *pull* фактора (Apergis & Pekka-Economou, 2010). *Push*, или негативни фактори предузетничке активности (Carree & Verheul, 2012, стр. 372), појединце *гурaju* у samozapoшљавање и односе се на факторе као што су тешки услови рада на постојећем радном месту, незапосленост, мала породична примања и слично. Са друге стране, *pull* фактори, или позитивни фактори предузетничке активности, привлаче појединце у samozapoшленост која се види као опција која омогућава независност, професионални успех и лични развој, већу зараду, бољи социјални статус и моћ. Мотиви за отпочињање сопствене пословне активности код највећег броја појединаца представљају комбинацију *push* и *pull* фактора (Apergis & Pekka-Economou, 2010).

У вези са мотивацијом предузетника и предузетница нема сагласности резултата истраживања. Према једним, примарни мотиви избора предузетничке активности и мушкараца и жена се односе на независност, потребу за успехом, за аутономијом и личним остварењем (Boden, 1999a; Carter et al., 2003; Kalleberg & Leicht, 1991; Scott, 1986; Xavier et al., 2012). Према другима, постоје родне разлике у мотивима samozapoшљавања (Anna et al., 2000; Jome, Donahue, & Siegel, 2006; Rosa et al., 1994). Уз методолошке разлике у поставци ових студија, објашњење за различите резултате може бити и то да између мушкараца и жена нема разлика у сету мотива, али да се предузетници и предузетнице разликују по питању доминантног мотива избора предузетничке активности као опције запослености. И уз прихватање става да између мушкараца и жена постоји мањи или већи степен сличности у заступљености појединих мотива, истиче се да су предузетнице у већој мери „гурнуте” у предузетништво (Bardasi et al., 2011; Brush, 1992; Buttner, 1993; Klapper & Parker, 2010; Loscocco, Robinson, Hall, & Allen, 1991; Walker & Webster, 2006). Наиме, жене су у већем броју предузетнице из нужде, оне су у већој мери *гурнуте* у предузетништво непостојањем других опција за зараду него што су привучене могућностима да се експлоатише профитабилна прилика (Vossenberг, 2013). Иако је аутономија у раду значајан мотив за отпочињање предузетничке активности предузетница у Србији, већина њих се може сматрати предузетницама из нужде (Babović, 2012; Stefanović & Simić, 2013). Наиме, највећи број предузетница у Србији је предузетничку активност започело зато што је ово био једини начин да изађу из незапослености, или да реше проблем неквалитетног запослења (Babović, 2012; Radović-Marković, 2007a). Ипак, у различитим културолошким и личним контекстима разлике у доминантним мотивима

постоје и између самих предузетница. Тако, на пример, испитујући предузетништво жена у Израелу, *Strier* и *Abdean* (2009) проналазе да власништво микро предузећа Палестинке у већем броју случајева виде као начин за унапређење друштвеног статуса и економског положаја своје породице, док Јеврејке наглашавају значај *push* фактора, односно бег од потчињеног положаја, контролисаног и слабо плаћеног положаја у сектору плаћене запослености. Палестинке апострофирају личну и колективну еманципацију као исход власништва, док Јеврејке наглашавају виктимизацију, односно родно засновану дискриминацију и неповољан положај као узрок за отпочињање предузетничке активности. Разлике постоје и у доминантној мотивацији понашања предузетница у развијеним и у земљама у развоју (*Carter & Bennett*, 2006; *Vossenber*, 2013). У првим је предузетништво жена подстакнуто препознавањем шанси које се могу искористити, док је у другим оно опција која се бира из нужде. Слично положају жена у земљама у развоју, *Manolova et al.* (2007) проналазе да су, у односу на мушкарце, жене у транзиционим економијама у већој мери гурнуте у предузетништво непостојањем друге опције. Отпочињање предузетничке активности из економске нужде и без довољно развијених пословних идеја један је од основних фактора који угрожава конкурентност предузетница и у Републици Србији (*Babović*, 2012).

Флексибилност опције samozапослености неопходна за балансирање породичних и пословних обавеза жена види се као једна од значајних детерминанти која жене *гура* у предузетништво (*Brush*, 1992; *Thébaud*, 2010). И поред одређеног нивоа достигнуте еманципације и родног уједначавања, жене су и даље одговорне за извршавање највећег дела кућних и породичних послова (*Buttner & Moore*, 1997; *Müller & Agum*, 2004). Зато њихов избор предузетништва као статуса на тржишту рада може бити условљен потребом за флексибилношћу, односно за усклађивањем породичних и пословних обавеза (*Brush*, 1992; *Coughlin & Thomas*, 2002). Наиме, иако између предузетника и предузетница нема значајних разлика у потреби да се путем предузетничке активности остваре независност и успех, истраживања показују то да је додатни, или значајнији подстицајни фактор за предузетничку активност жена – потреба за флексибилношћу ради извршавања вишеструке улоге – улоге мајке, супруге и пословне жене (*Apergis & Pekka-Economou*, 2010; *Voden*, 1999a; *Jome et al.*, 2006; *Kamberidou*, 2013; *Kirkwood*, 2009). Будући да су примарно мотивисани остваривањем прихода за породицу, одлуке ожењених мушкараца о избору каријере су мање осетљиве на варијаблу породичних обавеза у односу на одлуке жена које при одлучивању воде рачуна и о својим породичним, и о кућним обавезама (*Estrin &*

Mickiewicz, 2011). И док мушкарци у предузетништву виде начин за професионално напредовање, највећи број жена бира предузетништво као начин за балансирање породичних обавеза и остваривања професионалних циљева (Parker, 2009; Strier & Abdeen, 2009; Thébaud, 2010).

Истраживање предузетничке активности жена често подразумева валидацију хипотезе флексибилности према којој жене бирају samozапосленост јер им омогућава флексибилност у комбинованом извршавању професионалних и породичних обавеза (чување деце и друге кућне обавезе), нарочито ако омогућава рад од куће (Parker, 2009). Резултати студија указују на то да између брачног статуса и родитељства жена и њиховог samozапосљавања постоји позитивна корелација (Devine, 1994б; Birley, 1989; Jome et al., 2006). У складу са резултатима студија према којима су предузетнице у највећем броју случајева истовремено и мајке, јесте и социо-демографски профил предузетница у Републици Србији, будући да 85% њих има деце (Babović, 2012). Parker (2009) наводи студије чији резултати показују то да се постојање деце и предузетништво међусобно условљавају – предузетнице чешће имају већи број деце, али и оне које немају очекују већи број деце у односу на запослене жене. Такође, студије које подржавају хипотезу флексибилности указују на то да samozапослене жене у већем броју случајева саме чувају своју децу у односу на запослене жене, као и на то да samozапослене жене чешће раде од куће у односу на samozапослене мушкарце. Динамички посматрано, смер и интензитет односа између вероватноће да ће жене са децом бирати samozапосленост и вероватноће да ће ову опцију бирати жене без деце се не мења (Wellington, 2006). Као детерминанта предузетничке активности родитељство се посматра кроз призму постојања деце, броја деце, али и њихове старости. Вероватноћу избора samozапослености највише повећава присуство мале деце – деце предшколског узраста (Boden, 1999а, 1999б; Carr, 1996; Parker, 2009; Wellington, 2006). Према резултатима појединих истраживања постоји родна разлика у утицају ове детерминанте samozапослености. Присуство мале деце (или деце уопште) условљава избор samozапослености од стране жена, али је без утицаја, или је овај утицај на вероватноћу избора samozапослености од стране мушкараца безначајан (Boden, 1999а; Carr, 1996). Брига о деци овог узраста изискује највише времена, и није чудо да је мотив флексибилности најизраженији код мајки мале деце. На ово, као и на то ко обавља највећи део породичних и кућних послова указују резултати истраживања Cowling-а и Taylor-а (2001) према којима предузетнице без других запослених имају већи број предшколске деце у односу на предузетнице које запошљавају и друге.

Корелациони однос између посматраних варијабли је супротног смера у групи предузетника – предузетници који запошљавају и друге имају већи број мале деце. Ови резултати имплицирају то да мушкарци обављају мањи део кућних и породичних послова што им омогућава да воде већа предузећа. Такође, већи број деце упућује на веће економске потребе породице што мушкарце мотивише за раст предузећа. Тиме ови резултати потврђују и схватање према коме су мушкарци примарно задужени за задовољење економских потреба породице.

Међутим, постоје и студије чији резултати не потврђују став о samozапослености као начину балансирања породичних и пословних обавеза, будући да према њима, због дужине радног дана, samozапослени, чак, проводе мање времена са децом (Parker, 2009; Wellington, 2006). Такође, потпуно јединствени ставови не постоје ни по питању значаја, или по питању доминације утицаја породичних варијабли на предузетничку активност жена. *Budig* (2006) сматра да се не може говорити о генералној доминацији ових детерминанти предузетничке активности међу женама. Наиме, овај аутор поставља питање да ли су породични разлози подједнако значајни за предузетничку активност жена, без обзира на њихово занимање. Прихватајући да је утицај породичних фактора начелно израженији код предузетница него код предузетника, *Budig* (2006) истиче да по овом питању нема хомогености групе предузетница. У том смислу се уочава разлика у интерним подстицајима за предузетничку активност жена у непрофесионалним и у професионалним делатностима. У непрофесионалним занимањима, жене постају предузетнице из статуса незапослености, или из плаћене запослености такође у непрофесионалним занимањима. Како плаћене послове у овим занимањима карактеришу ниже плате, фиксно радно време, виши ниво контроле, жене на овим позицијама немају аутономију у избору места и времена обављања послова. Због тога је избор предузетничке активности од стране ових жена подржан потребом да се балансира извршавање породичних и пословних обавеза. Са друге стране, предузетничку активност у професионалним занимањима жене бирају из истих разлога као и мушкарци – како би унапредиле каријеру. Ове жене су старије, образованије и запослене су у делатностима у којима доминирају мушкарци. Постојање деце не утиче на њихов избор samozапослености. Дакле, ова субгрупа предузетница је по доминантним интерним подстицајима ближа предузетницима него предузетницама у непрофесионалним делатностима. Полазећи од ових резултата, *Budig* (2006) закључује да прецизније разумевање предузетничке активности жена захтева дуалну теоријску поставку –

теорију *конфликта рада и породичних обавеза* за објашњење предузетничке активности жена у непрофесионалним занимањима и *каријерну* теорију за анализу предузетничке активности жена у професионалним занимањима (ibid., стр. 2225).

Могуће је да због структуре узорка предузетница, у смислу обухватања различитих група занимања које уочава *Budig* (2006), поједине студије, супротно очекивањима, проналазе да кључни разлози предузетничке активности жена нису у вези са породичним обавезама, већ да се односе на потребу за самоостварењем, независношћу и аутономијом, веће задовољство послом, на препознавање пословне шансе коју треба искористити, на економску исплативост (Burke et al., 2002; Buttner & Moore, 1997; Cowling, 2000; Xavier et al., 2012).

Поред најчешће анализираних фактора из групе породичних варијабли који се односи на родитељство (број и старост деце), у литератури се испитује и утицај брачног статуса на предузетничку активност жена. Брачни статус може додатно нагласити значај флексибилности ове опције запошљавања будући да за жене најчешће подразумева повећање кућних и породичних обавеза (Budig, 2006). Поред тога, брак може бити оквир у коме ће се жене лакше определити за избор предузетничке активности као ризичније опције остваривања зараде. Наиме, ситуација у којој је супруг запослен и, при томе, има стабилна примања представља тзв. финансијску сигурносну мрежу која делимично штити од ризика остваривања зараде при обављању предузетничке активности (Budig, 2006; Carr, 1996; Carree & Verheul, 2012; Fairlie & Robb, 2009; Parker, 2009; Tan, 2008; Wellington, 2006). Такође, вероватноћа samozapošljavanja жена се повећава уколико је и супруг samozaposlen (Budig, 2006; Devine, 1994б; Parker, 2009). Иако супрузи који су предузетници могу своје супруге финансијски подржати да започну свој посао, могу им бити узор и могу им помоћи својом искуством и саветима (Parker, 2009), жене у већем броју постају предузетнице како би подржале каријеру свог супруга, а не како би унапредиле своју (Budig, 2006). Такође, власници предузећа чешће имају подршку својих супруга у виду неплаћеног рада, док са друге стране, власнице предузећа њихови супрузи чешће повремено помажу експертским саветима (Loscocco & Robinson, 1991; Stevenson, 1986).

Породична традиција у предузетништву може бити, уз претходне из ове групе, значајна детерминанта предузетничке активности жена. Директно наслеђивање посла и мрежних контаката родитеља, као и стварање осећаја за предузетништво јесу неки од разлога због којих је вероватноћа отпочињања предузетничке активности већа за појединце чији родитељи јесу, или су били предузетници (Bönte & Piegeler, 2012;

Bowen & Hisrich, 1986; Hisrich & Brush, 1984; Müller & Arum, 2004; Zwan et al., 2012). Предузетничко искуство родитеља у већој мери утиче на вероватноћу отпочињања предузетничке активности мушкараца (Verheul et al., 2012). Ова чињеница се сагледава у контексту праксе да се у оквирима породице на синове врши већи притисак да се прикључе породичном послу (Aterido et al., 2011). На предузетничку активност жена породично окружење утиче и путем (не)постојања подршке чланова уже породице за избор ове опције запослености (Lee et al., 2009; Lituchy & Reavley, 2004), а нарочито уколико жена започиње каријеру у делатностима које се традиционално не сматрају *женским* (Bowen & Hisrich, 1986). Један од кључних видова подршке која је женама потенцијалним предузетницама неопходна јесте подршка супруга. Овај вид подршке жене сматрају виталном за оснивање предузећа (Buttner, 1993; Kirkwood, 2009). Према резултатима истраживања *Kirkwood* (2009), ниједна жена није основала предузеће без подршке супруга. Са друге стране, предузетници у мањој мери траже подршку својих супруга. Они су примарно финансијски мотивисани, и често и не размишљају о могућем негативном утицају своје одлуке на породични живот.

2.5. Однос према ризику као детерминанта избора предузетничке активности

Предузетништво се у односу на плаћену запосленост сматра ризичнијом опцијом радног ангажовања (Kanbur, 1979; Kihlstrom & Laffont, 1979; Parker, 1996; 2009). Стога се може очекивати да ће склоност ка ризику једним делом одредити избор предузетничке активности као опције запослености, при чему ће мање изражена аверзија према ризику повећати вероватноћу избора ове опције и позитивно ће утицати на прелазак из фазе у фазу³⁰ предузетничког процеса (Bönte & Piegeler, 2012; Dawson & Henley, 2015; Verheul et al., 2012; Zwan et al., 2012). Прихватање ризика подразумева имплементацију понашања које може имати више од једног исхода, при чему је бар један од њих непожељан, или је чак и опасан (Burnes, Miller & Schafer, 1999, стр. 367). Прихватање ризика зависи од ендогене склоности трагања за узбуђењем и од егзогених културолошких рестрикција да се такво понашање испољи. При томе је прихватање

³⁰ Према *Zwan et al.* (2012, стр. 628) може се идентификовати пет нивоа инволвираности у предузетничку активност: 1. Никада се није размишљало о обављању предузетничке активности; 2. Размишља се о започињању сопственог посла; 3. Предузимају се конкретне активности за оснивање предузећа; 4. Прве три године власништва и вођења посла; 5. Предузетничка активност након трогодишњег периода.

ризика у већој мери понашање које је карактеристично за мушкарце које је развијено у примарним друштвима као одговор на конкурентско окружење и као начин да се стекне позиција и моћ (ibid.). Једно исто понашање може бити мање или више ризично у зависности од контекста у ком се одвија. Чак и једна иста ситуација може различито утицати на одлуку о понашању у њој, у зависности од тога како се дата ситуација дефинише. Ако се истакне позитиван исход одређеног понашања, ризик ће се прихватити, ако се нагласи негативни исход – ризик неће бити прихваћен. У ситуацијама које су конкурентне и у којима је разлика у ефектима за победнике и за губитнике велика (такав амбијент је, на пример, пословно окружење, прим. аут.) постојаће већи родни геп по питању прихватања ризика. У осталим ситуацијама треба очекивати мањи родни геп, али увек у корист мушкараца.

Иако има изузетака у појединим занимањима плаћене запослености, ризичне и конкурентске ситуације су у већој мери карактеристика предузетничке активности (Bönte & Piegeler, 2012). Стога су склоност ка такмичењу и склоност ка ризику детерминанте избора ове опције запослености. Оба ова фактора избора су пре карактеристична за понашање мушкараца него жена. Желећи да апстрахују утицај специфичног културолошког окружења, Bönte и Piegeler (2012) су стање ових фактора засебно испитивали у 36 земаља и утврдили да је у свим анализираним земљама просечна вредност наклоности ка такмичењу жена мања у односу на интензитет такмичарског духа мушкараца, док је ова разлика статистички значајна у 32 земље. У већини анализираних земаља жене су мање склоне ризику. Цитирани аутори такође проналазе да је родни геп по овим питањима у вези са родним гепом у броју samozапослених мушкараца и жена. Мања склоност жена ка ризичном понашању је крос-културолошки феномен који је обликован и процесом социјализације током ког се жене уче да агресивност, такмичарски дух и прихватање ризика није друштвено прихватљиво понашање жена (Morris et al., 2006, стр. 240).

Оцена је да је мање изражена предузетничка активност жена делимично резултат њихове веће аверзије према ризику (Apergis & Pekka-Economou, 2010; Bönte & Piegeler, 2012; Dawson & Henley, 2015; Verheul et al., 2012). Не само да су мање склоне прихватању ризика, жене, такође, мање вреднују премију за ризично понашање и вероватније је да ће оне одређену ситуацију оценити ризичном (Wagner, 2007). Између субјективне перцепције ризика и објективне ризичности одређене ситуације може постојати дискрепанца (Burnes et al., 1999). Иако постоје ставови да ризичност одређене ситуације треба сагледати искључиво са аспекта објективних показатеља,

субјективна перцепција ризичности одређене ситуације је неодвојива компонента анализе избора опције запослености. Са аспекта ове субјективне оцене ризика, жене у својој предузетничкој активности препознају вишедимензионални ризик – економски, породични, психолошки и друштвени (Ufuk & Özgen, 2001). Уколико жене, у односу на мушкарце, имају већу аверзију према ризику, а при томе предузетништво виде као ризичну активност, треба очекивати да ће однос жена према ризику бити једна од детерминанти родног гена у заступљености предузетничке активности мушкараца и жена.

2.6. Фактори општег окружења као детерминанта предузетничке активности

Предузетничка оријентација и понашање појединаца делимично су обликовани факторима општег окружења у коме функционишу. Стога потпуна анализа предузетничке активности жена и узрока родног гена, уз микроекономски, подразумева и анализу елемената ширег окружења (Vossenber, 2013). У наставку рада ће у концептуалном оквиру ПЕСТ анализе³¹ бити приказан могући, као и емпиријски евидентирани утицај фактора општег окружења на предузетничку активност жена.

Елементи регулаторног система одређене земље могу условити карактеристике предузетничке активности, али и само њено обављање. Решења у домену позитивних правних норми могу, у првом реду, утицати на предузетничку активност жена, имајући у виду да се законом установљена родна дискриминација, када постоји, готово увек односи на жене. Када год се различите друштвене групе, као што су, на пример, жене и мушкарци, могу лако идентификовати, повећава се могућност за њихову дискриминацију формалним правом (Estrin & Mickiewicz, 2011, стр. 399). Анализом формалног третмана жена и мушкараца у позитивним правним нормама, Светска банка је у 143 анализиране земље идентификовала 45 различитих родних регулаторних разлика (World Bank, 2013). Ове регулаторне баријере, односно родне регулаторне разлике утичу на економску партиципацију жена, будући да је већа родна регулаторна диференцијација у вези са мањом партиципацијом жена у радној снази и у броју

³¹ ПЕСТ (енгл. *PEST – Political, Economic, Social, Technological*) анализа је један од најчешће коришћених оквира за анализу општег окружења предузећа који подразумева анализу утицаја групе политичко-правних, економских, социо-културолошких и технолошких фактора (Norburn, 2005, стр. 249-251).

предузетника, као и са мањим бројем предузећа у власништву жена (World Bank, 2011; 2013).

Диферентан регулаторни третман жена и мушкараца је најмање изражен у *OECD* земљама, као и у земљама региона Источне Европе и Централне Азије. Родне регулаторне разлике које у овим земљама постоје су у домену радног права и дефинисане су, углавном, са циљем заштите положаја жена. Ипак, истиче се да неке мере имплементиране ради заштите жена имају и нежељене ефекте (Manolova et al., 2007; World Bank, 2013), јер оне само одржавају *status quo* омогућавајући женама да лакше изврше своју двојаку улогу и не утичући много на промовисање и на реализацију родне једнакости³² (Peris-Ortiz et al., 2012). Према *Tan*-у (2008), иста она решења која женама омогућавају усклађивање њихове продуктивне и репродуктивне улоге, могу удаљити жене са тржишта рада. Тако, на пример, нижа старосна граница за одлазак жена у пензију, као често дефинисана мера неједнаког третмана жена и мушкараца у домену радног права, резултира мањим износом пензије за жене и ограничава њихово напредовање. Такође, плаћено породилско одсуство жене чини скупљим ресурсом за послодавце³³, док одсуствовање са посла може узроковати губитак социјалног капитала, као и застаривање знања и вештина као компоненти хуманог капитала жена (World Bank, 2013).

Родне регулаторне разлике могу постојати у домену приступа институцијама и у случају жена се могу односити на ограничен приступ институцијама, као и на ограничење у праву на аутономну реализацију трансакција (World Bank, 2009; 2011; 2013). Када постоје, ове родне регулаторне разлике женама ограничавају приступ ресурсима, као и могућност предузимања одређених активности које су у функцији остваривања зараде. Тако, на пример, женама може бити ограничено право на склапање уговора или отварање банковног рачуна и слободно располагање средствима на њему. Ове законске баријере директно погађају потенцијалну предузетничку активност жена. У *OECD* земљама, као и у земљама региона Источне Европе и Централне Азије нема родних регулаторних разлика овог типа.

Битан сегмент који утиче на предузетничку активност, а који је при томе регулисан правним нормама, јесте коришћење имовине, односно могућност приступа, управљања и контроле имовине. Када постоје, баријере се у домену власничких права

³² „Много се тога променило како би све остало исто.” (Peris-Ortiz et al., 2012, стр. 347)

³³ Сем у случају када зараду за време породилског одсуства финансира држава.

и права наслеђивања односе на жене, и нарочито на удате жене. Опсег и дубина власничких права могу потпуно онемогућити, или ограничити предузетничку активност жена. Избор опције запослености и њена реализација у одређеној делатности и на одређеном радном месту може, такође, бити детерминисана правним нормама. Према цитираном извештају Светске банке, све анализиране земље имају бар једну родну регулаторну разлику у домену запошљавања, са циљем да се или подстакне, или ограничи запошљавање жена (World Bank, 2013). У појединим земљама постоји ограничење дужине радног времена и приступа жена одређеним занимањима и радним местима које се оправдава потребом да се заштити њихово физичко и репродуктивно здравље. Од 143 анализиране земље, у 79 постоје ограничења у домену права на рад и односе се на ограничено радно време и на ограничен приступ занимањима и радним местима³⁴. Један део ових мера представља формализовани одраз историјски наслеђених друштвених ставова о женама које су због своје улоге мајке специфична радна снага за коју се дефинишу *неадекватна* занимања и која се усмерава ка занимањима у области здравства, образовања, лаке индустрије и администрације³⁵. Ове мере креирају, подржавају или, чак, појачавају родну сегрегацију занимања. Резултати крос-културолошког истраживања указују на то да је учешће жена у радном контингенту једног друштва мање што су рестрикције овог типа израженије (World Bank, 2013).

Анализа правног система Републике Србије у периоду 2010-2014. године (World Bank, 2009; 2011; 2013) указује на то да се по питању родних регулаторних баријера за

³⁴ Ова ограничења се односе на жене које нису труднице или породиље. У појединим земљама је позитивним правним нормама женама забрањено да се баве пословима за које се сматра да су за њих *морално неподобни*. Иако су ове баријере експлицитне, сами послови који се са моралног аспекта сматрају неадекватним за жене нису наведени већ је остављено послодавцу да у сваком конкретном случају процени моралну (не)оправданост да жена обавља одређени посао. Пример оваквих баријера за приступ појединим радним местима представљају решења у регулаторном систему Боливије (World Bank, 2013).

³⁵ Приступ одређеним занимања је правним актима ограничен чак и у појединим земљама Источне Европе и Централне Азије – нпр. у Белорусији, Казахстану, Руској Федерацији (World Bank, 2013, стр. 20). Тако, на пример, у Русији постоји 456 конкретних послова/занимања из којих су жене легислативом искључене. Неки од послова јесу: возач камиона у пољопривреди, машиновођа теретног воза, утоваривач/истоваривач у луци, возач булдожера, физички радник на свим врстама бродова, радник на поправци канализационе мреже, инсталер антена на високим позицијама, оператер у рударству, радник у топioniци метала, чистач цеви, пећи и димњака, и слично.

економску партиципацију жена, Србија може сврстати у ред земаља без значајних ограничења у форми позитивних правних решења. Правни систем Републике Србије промовише родну једнакост у домену приступа институцијама, располагања имовином и третмана пред судовима (Табела 2.3). Такође, регулаторна решења гарантују једнакост полова по већем броју питања из области радног права. Родно диференциран приступ постоји у домену законске старосне границе за одлазак у пензију, као и по питању ограниченог права на рад трудница и породиља.

Табела 2.3: Жене, пословање и закон у Републици Србији у 2010, 2012. и у 2014. години

Регион	<i>Источна Европа и Централна Азија</i>	
Ниво прихода	<i>Горња средња група земаља</i>	
Приступ институцијама		
	неудате	удате
Да ли жена може аплицирати за пасош на исти начин као и мушкарац?	да	да
Да ли жена може путовати ван земље на исти начин као и мушкарац?	да	да
Да ли жена може напустити свој дом на исти начин као и мушкарац?	да	да
Да ли жена може бирати професију и радо место на исти начин као и мушкарац?	да	да
Да ли жена може бити потписница уговора на исти начин као и мушкарац?	да	да
Да ли жена може регистровати предузеће на исти начин као и мушкарац?	да	да
Да ли жена може пренети држављанство својој деци на исти начин као и мушкарац?	да	да
Да ли жена може отворити банковни рачун на исти начин као и мушкарац?	да	да
Да ли жена може одлучити о локацији свог пребивалишта на исти начин као и мушкарац?	да	да
Укупан број неједнакости у приступу институцијама	0	0
Подела обавеза у браку		
Да ли је жена законски обавезна на послушност мужу?		не
Да ли постоји једнака законска одговорност брачних партнера за финансијске обавезе породице?		да
Уставна права		
Да ли постоји уставна одредба о забрани родне дискриминације?		да
Да ли постоји уставом гарантована једнакост пред законом?		да
Да ли је обичајно право признат извор права?		не
Коришћење имовине		
Режим брачне имовине		
Званични режим брачне имовине	Делимично заједничка брачна имовина	
Ко има права да законски управља брачном имовином?	Оба брачна партнера	
Ко је наследник брачне имовине у случају раскида брака?	Оба брачна партнера	
Заједничко власништво		
Да ли постоји законска презумпција о заједничком власништву над имовином стеченом у браку?		да
Да ли су брачни партнери заједнички титулари вредне имовине?		да
Право на покретној и непокретној имовини		
	покретна	непокретна
Да ли неудате жене имају иста имовинска права као и неожењени мушкарци?	да	да
Да ли удате жене имају иста имовинска права као и ожењени мушкарци?	да	да
Право наслеђивања		
Да ли постоје једнака права наслеђивања имовине родитеља за синове и за ћерке?	да	да
Да ли преживели брачни партнер има једнака права на имовини другог брачног партнера?	да	да
Укупан број неједнакости у имовинским правима	0	0
Приступ послу		
Радно време и ограничења делатности		

Да ли жена може имати исто радно време као и мушкарац?	да		
Да ли жена може радити у свим делатностима као и мушкарац ³⁶ ?	да		
Да ли труднице и породиље могу радити исти број сати као и мушкарци и остале жене?	не		
Родитељске повластице			
	материнско	очинско	родитељско
Да ли закон гарантује (не)плаћено материнско/очинско/родитељско одсуство?	да	не	да
Које је законско минимално трајање одсуства? (у календарским данима)	135	0	230
Процент зараде која се исплаћује током одсуства?	100	0	100
Ко плаћа зарату током одсуства?	држава	-	држава
Да ли постоји законска обавеза послодавца да радника/цу врати на исто радно место након одсуства?	не	-	не
Да ли је законом предвиђено санкционисање послодавца који отпусти трудницу?		да	
Да ли је послодавац у обавези да породиљама обезбеди паузу за храњење детета?		не ¹	
Пензионисање			
	жене		мушкарци
Законска старосна граница за пензионисање	58 (2010); 60 (2012; 2014) ²		63 (2010); 65 (2012; 2014)
Да ли је пензионисање обавезно при достизању законске старосне границе? (у приватном сектору)	не		
Права на радном месту			
Да ли постоје уставне и законске одредбе које гарантују једнаку надокнаду за једнак рад?	да		
Да ли постоје закони који гарантују једнак третман при запошљавању?	да		
Да ли постоје закони који штите од сексуалног узнемиравања на радном месту?	да		
Да ли је током интервјуисања за посао противзаконито питати о породичном/брачном статусу кандидата?	да		
Да ли запослени са малолетном децом имају законско право на флексибилно радно време?	не		
Кредитирање			
Који је минимални износ кредита потребан за улазак у евиденцију кредитног бироа?	нема минималног износа		
Да ли институције микрофинансирања достављају податке кредитном бироу?	да (2010; 2012), не (2014)		
Судски процеси			
Да ли сведочење жене има исту доказну моћ као и сведочење мушкарца?	да		
Да ли је одраслим неудатим женама потребна нечија сагласност за покретање судских поступака?	не		
Да ли је удатим женама потребна мужевљева сагласност за покретање поступака пред судом?	не		

Извор: World Bank, 2009; 2011; 2013

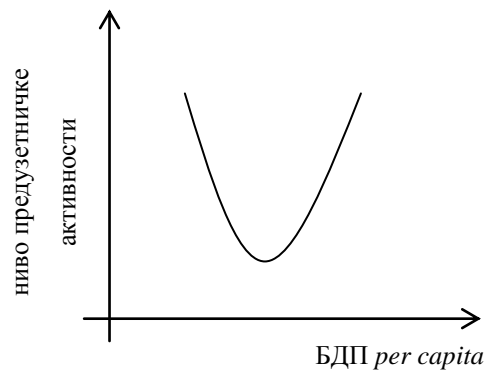
¹ Ова обавеза послодавца је предвиђена изменама и допунама Закона о раду (Народна Скупштина Републике Србије, 2014г, члан 93а).

² Законом је предвиђено постепено померање границе за старосну пензију жена како би се до 2032. године старосне границе за стицање права на старосну пензију жена и мушкараца изједначиле на 65 година старости (Народна Скупштина Републике Србије, 2014в, члан 19а).

Мање истраживана област предузетничке активности жена јесте утицај фактора макроекономског окружења. Највећи број емпиријских студија испитује утицај макроекономских фактора на предузетничку активност генерално, независно од пола предузетника (Allen & Langowitz, 2013). У том смислу се ниво развијености одређене земље, мерен величином бруто друштвеног производа *per capita*, често наводи као један од макроекономских фактора који условљава разлике у нивоу предузетничке активности у различитим привредним системима (Estrin & Mickiewicz, 2011; Parker & Robson, 2004). Утицајем на број и карактер расположивих профитабилних шанси, као и на расположивост и доступност ресурса, величина бруто друштвеног производа (БДП)

³⁶ Нису пронађена законска ограничења за рад жена у рударству, у машинској и у грађевинској индустрији, као и у производним погонима.

per capita детерминише и тражњу, и понуду предузетничке активности (Allen & Langowitz, 2013; Thurik, Winnekers, Uhlaner, 2002). Како је већ истакнуто³⁷, емпиријске анализе односа између нивоа развијености одређеног привредног система и нивоа предузетничке активности указују на то да између ових варијабли постоји нелинеаран однос. Наиме, истиче се да се овај однос у координатном систему може представити кривом облика латиничног слова *U* (Freitag & Thurik, 2007) – Слика 2.6.



Слика 2.6: Однос између БДП *per capita* и нивоа предузетничке активности

Изражена предузетничка активност у системима са малом вредношћу БДП *per capita* представља одговор појединаца на ограничене могућности запошљавања у сектору плаћене запослености. Са повећањем вредности БДП *per capita* повећава се број радних места, те се већи број појединаца ангажује у сектору плаћене запослености. У системима на високом ступњу економске развијености постоје значајне профитабилне прилике које се могу експлоатисати, као и ресурси за подршку предузетничке активности што представља афирмативни амбијент за интензивирање предузетничке активности (Allen & Langowitz, 2013). Анализа односа између ових варијабли са родно специфичног аспекта указује на то да између жена и мушкараца нема разлика у смеру кретања *TEA* показатеља са променом величине БДП *per capita* (ibid.; Minniti, 2010). Ипак, родно базирани разлике постоје у интензитету овог односа. Наиме, резултати истраживања цитираних аутора указују на то да је *TEA* жена највећа у групи земаља са најмањом вредношћу БДП *per capita*. Што се тиче релативног односа, у све три групе земаља *TEA* мушкараца је већа, али постоје разлике у величини родног гена у зависности од групе земаља која се посматра. Наиме, највећи родни ген

³⁷ О односу између интензитета укупне предузетничке активности и величине бруто друштвеног производа било је речи у Поглављу I, наслов: 2.2. Значај предузетничке активности за макроекономски раст и развој.

по питању *TEA* показатеља постоји у земљама са средњом вредношћу БДП *per capita*, док је у најразвијенијим земљама величина родног гена по овом питању најмања (Allen & Langowitz, 2013; Minniti, 2010; Vossenberг, 2013). Полазећи од резултата који указују на то да се величина родног гена у вредности *TEA* показатеља мења у зависности од нивоа развијености одређене земље, Minniti (2010) сугерише то да постоји могућност да утицај макроекономских фактора на отпочињање предузетничке активности није исти у групи жена и у групи мушкараца.

У вези са утицајем економских фактора из општег окружења, истиче се и то да су у односу на мушкарце, за отпочињање предузетничке активности жене у већој мери подстакнуте *push* факторима какви су претходна незапосленост, дискриминација на радном месту, недовољна примања (Bardasi et al., 2011; Bowen & Hisrich, 1986; Buttner & Moore, 1997; Carter & Bennett, 2006; Loscocco et al., 1991; Thébaud, 2010)³⁸. Ово указује на то да жене предузетничку активност углавном виде као могући одговор на изазове своје текуће позиције, а не као начин за експлоатацију тржишних шанси. Другим речима, непостојањем других опција за остваривање зараде, жене су у већини случајева одбијене или гурнуте у предузетништво, пре него што су привучене шансама које ова опција нуди (Vossenberг, 2013). И у транзиционим земљама се предузетништво жена више уклапа у објашњење модела одбијања/гурања у предузетништво, првенствено због веће незапослености и негативних ефеката приватизација (Lituchy & Reavley, 2004). Наиме, пракса показује да у овим системима губитак радних места најпре погађа жене, а да се оне затим и теже запошљавају у приватном сектору (Coughlin & Thomas, 2002; Lituchy & Reavley, 2004; Radović-Marković, 2007a). Због своје неефикасности, тешка индустрија, у којој по правилу доминирају мушкарци, се у овим земљама гаси или приватизује. Мушкарци који су овим делатностима остали без посла почињу да конкуришу женама у традиционално женским делатностима лаке индустрије. У конкуренцији мушкараца и жена, жене се сматрају мање конкурентним, између осталог и због тога што су ка њима усмерене мере политика подршке породици (Tan, 2008).

Одлука о отпочињању предузетничке активности може бити у већој мери под утицајем субјективне перцепције окружења него под утицајем објективне стварности

³⁸ Стање и утицај фактора као што су незапосленост, дискриминација у сектору плаћене запослености, као и услови обезбеђења банкарских кредита детаљније су обрађени у целинама које се баве питањима радног искуства и финансијског капитала као фактора избора предузетничке активности као опције ангажовања на тржишту рада.

(Verheul et al., 2012; Zwan et al., 2012). Између мушкараца и жена постоје разлике у перципираним варијаблама у смислу да жене реалније сагледавају окружење и мање су оптимистичне (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010; Zwan et al., 2012). Родни геп у практиковању предузетничке активности се може сагледати и у контексту чињенице да жене и мушкарци могу различито перципирати у основи исто окружење, при чему жене карактерише већи песимизам.

Уз макроекономске, технолошки фактори општег окружења и њихов утицај на предузетничку активност жена су поље слабијег теоријског интересовања. У анализама се најчешће сагледава подстицајни допринос техничко-технолошког развоја предузетничкој активности жена. Како је већ истакнуто, због потребе да балансирају породичне и пословне обавезе, жене чешће бирају да посао воде од куће. Реализацији овог циља доприноси развој технологије и повећање њене доступности (Loscocco & Robinson, 1991; Wellington, 2006). Истиче се да развој информационо-комуникационе технологије утиче на интензивирање предузетничке активности жена (Kamberidou, 2013). Све актуелнији аспект пословног потенцијала друштвених мрежа жене користе како би таргетирале своје тржиште. Оне на овим виртуелним платформама раде оно што иначе раде – граде односе и заједнице. Такође, истиче се да су у дигиталној економији потребне вештине које се, генерално, сматрају женским – вештине какве су слушање, дељење, изградња тимова, култура сарадње и слично.

Значајан број студија предузетничке активности жена истражује њену детерминисаност социо-културолошким факторима, и, нарочито, утицајем родних стереотипа. Родни стереотипи, као раширена уверења о карактеристикама мушкараца и жена, имају и дескриптивну (описују понашање), и прескриптивну компоненту којом усмеравају понашање појединаца (Gupta, Turban, Wasti, & Sikdar, 2009). Један део ових стереотипа се односи на стереотипно сагледавање појединих занимања. У већини друштава предузетничка активност се традиционално не сматра опцијом запослености адекватном за жене (Jome et al., 2006). Ова друштвена категоризација занимања на *мушка* и на *женска* утиче на избор појединца. Наиме, преференције и избор занимања јесу резултат родног стереотипа који прати одређено занимање и родне идентификације појединца који бира (Gupta et al., 2009). Ако је предузетничка намера у вези са родним стереотипом предузетништва, онда је она (предузетничка намера) културолошки генерисана и друштвено наметнута, пре него биолошка разлика између појединаца (ibid., стр. 398).

Родни стереотипи утичу на предузетничке намере појединаца и узрок су чињенице да је у већини земаља и даље већа вероватноћа да ће мушкарац постати предузетник (ibid.). Усвајање родних стереотипа и усмеравање понашања према њима дешава се кроз процес социјализације у раном детињству, првенствено путем интеракције са родитељима и интеракције у школи, као и путем утицаја медија. Тако се током процеса социјализације код жена охрабрује развој експресивних особина и понашање које је усмерено ка заједници – повезивање и брига; док се код мушкараца подстиче развој инструменталних особина и усвајање понашања које је аутоусмерено – независност, агресивност, амбиција, аутономија (Gupta et al., 2009; Mueller & Dato-on, 2013). Родни стереотипи се често преносе и у пословно окружење стварајући *мушка* и *женска* занимања. Ови стереотипи су јака друштвена сила која подстиче и оправдава родну сегрегацију занимања (Gupta et al., 2009). При томе су *мушка* занимања односе на послове који укључују моћ, престиж и ауторитет, док *женска* занимања подразумевају послове бриге о другима, административне и, генерално, мање лукративне послове и позиције.

Ако у некој делатности/занимању доминирају припадници одређеног пола (рода) онда се то занимање види као занимање адекватно за припаднике доминантног рода, и верује се да су за успех у њему потребне особине датог рода (Gupta et al., 2009). Због већег броја и, тиме, веће видљивости предузетника, за ову активност се везују мушке особине. При томе, и мушкарци и жене усвајају стереотипе о предузетништву као мушком занимању и о мушким особинама неопходним за успех у њему. Жене и мушкарци се разликују по схватању конгруентности (усклађености) женских особина и предузетничке активности – у смислу да је схватање ове конгруентности више изражено код жена. Са друге стране, између жена и мушкараца нема разлика по питању схватања конгруентности мушких особина и предузетничке активности. Штавише, према резултатима истраживања, жене у већој мери перципирају да су мушке особине у вези са предузетничком активношћу (ibid.).

Због оваквих родних стереотипа жене сматрају да су мање способне да буду предузетнице и да је окружење мање афирмативно за њихову предузетничку активност (Gupta et al., 2009; Thébaud, 2010; Verheul et al., 2012; Vossenber, 2013; Zhang et al., 2009). У анализи предузетничке оријентације појединаца, аутори се углавном баве утицајем пола, а не рода појединца на избор занимања. И док пол представља биолошку категорију, род је друштвени, културолошки и психолошки конструкт, односно *„род представља идентитет појединца изграђен репетицијом понашања”*

(Gupta et al., 2009, стр. 398). Род је, дакле, друштвено конструисани идентитет појединца који обухвата научно понашање и ставове, и имплицира улоге адекватне за одређени родни идентитет (Bird & Brush, 2002; Vossenberг, 2013, стр. 14). Стога се истиче потреба да се у истраживању предузетничке активности при дефинисању варијабли пређе од пола као нечега што је дато, ка роду као нечему што је изграђено (Ahl, 2003). Резултати одређених студија сугеришу то да је детерминанта предузетничке оријентације род, а не пол појединца (Gupta et al., 2009; Mueller & Dato-on, 2013). Према резултатима ових студија, избор занимања од стране појединца зависи од тога у којој мери се перципира да су родни захтеви одређеног занимања усклађени са сопственим родним идентитетом, односно са родном идентификацијом појединца који бира. При томе, родна идентификација појединца представља степен у коме се појединац идентификује са карактеристикама мушкарца или жене. Ако се за предузетништво везују особине мушкараца, онда треба очекивати да ће ово занимање бирати појединци који имају тзв. мушки родни идентитет, без обзира на пол субјекта избора. Према томе, израженију предузетничку намеру не треба очекивати код мушкараца као таквих, већ код појединаца који себе виде као особе са више мушких карактеристика. У том смислу резултати одређених студија указују на то да родни идентитет предузетница више нагиње ка мушком, будући да оне испољавају особине које се традиционално сматрају мушким – аутономија, агресија, независност, лидерство (Bowen & Hisrich, 1986). Иако предузетничку оријентацију одређује род појединца, биолошки пол је битан будући да усмерава процес социјализације појединца током ког ће бити усвојени одређени родни стереотипи (Mueller & Dato-on, 2013). Наиме, пол појединца одређује правац и карактер његовог процеса социјализације и једним делом детерминише обликовање његовог родног идентитета. У том смислу се истиче оправданост прихватања пола као варијабле у истраживању предузетничке активности појединаца.

У избору предузетништва жене могу бити обесхрабрене и чињеницом да они који су извор ресурса (финансијери, купци, добављачи), као и мушкарци у њиховом животу не повезују предузетништво са женским особинама због чега им не пружају потребну подршку у избору поља реализације пословне каријере (Gupta et al., 2009). Такође, у недостатку информација доносиоци одлука одлучују на бази стереотипа. Ако су доносиоци одлука већином мушкарци који имају низак ниво перцепције конгруентности женских особина и предузетничке активности, одлуке могу бити

неповољне за жене. Због тога жене у већој мери окружење виде као непријатељско за отпочињање сопственог посла (ibid.).

Родни стереотипи самих жена, или референтних појединаца у њиховом окружењу, посредно, преко мање заинтересованости жена за предузетничку активност утичу на мањи број предузетница. При томе је, генерално, родна разлика већа у раним фазама предузетничког процеса. Резултати истраживања аутора *Zwan et al.* (2012) показују да је вероватноћа да мушкарци размишљају о предузетништву, као и вероватноћа да су предузели одређене кораке ка реализацији те намере два, односно један и по пута већа у односу на вероватноћу ових догађаја у случају жена. Уколико се подстицање предузетничке активности жена види као жељени исход одређене економске политике, мере подстицаја треба усмерити и на рану, односно на когнитивну фазу предузетничког процеса, фазу у којој се формирају ставови, дефинише намера и доноси одлука о отпочињању предузетничке активности (Verheul et al., 2012). Стога се у циљу истицања *женског* аспекта предузетништва препоручује имплементација одређених образовних политика и мера као што су студије случајева, промовисање предузетница узора и слично (Gupta et al., 2009). Растући број предузетница и повећање њихове видљивости може довести до тога да жене почну да увиђају компатибилност предузетништва и женских особина. У том смислу се истиче значај промовисања предузетница као узора другим женама. Према томе, посебан значај предузетница као узора је у томе што се њиховим афирмисањем делимично може феминизирати предузетничка активност и охрабрити жене које мисле да не поседују особине потребне за предузетништво (Noguera et al., 2013).

3. Специфичне карактеристике предузећа у власништву жена

Без обзира на културолошке и економске разлике различитих националних окружења, универзална карактеристика предузетништва жена јесте доминантно ангажовање предузетница у делатностима које се традиционално сматрају женским – трговина и услуге (Bardasi et al., 2011; Carter & Bennett, 2006; Stefanović & Simić, 2013). За своје предузетничко ангажовање жене бирају делатности које су у складу са њиховим образовним профилем, стеченим радним искуством и са захтевима породичних обавеза (Birley, 1989; Müller & Arum, 2004). Родна неједнакост у области доминантног поља образовања, у домену делатности у којој је стечено претходно радно искуство, као и по питању терета породичних обавеза води ка сегрегацији у избору делатности предузетница и предузетника (Bardasi et al., 2011; Hisrich & Brush,

1984; Kalleberg & Leicht, 1991; Müller & Arum, 2004; Vossenberг, 2013). Чешћи избор трговине и услуга, у односу на производну активност, је делимично условљен чињеницом да формално образовање жена углавном није у области природних и техничких наука. Избор ових делатности је усмерен и чињеницом да је специфични хумани капитал жена изграђен, такође доминантно, ранијим радним искуством у области трговине и услуга. Због тога што су у већој мери оптерећене извршавањем кућних послова, жене бирају оне делатности које су мање временски захтевне – а то су, углавном, услужне делатности.

Сегрегација у занимањима манифестује се чињеницом да су предузетнице ангазоване у делатностима са нижим баријерама уласка и, тиме, у делатностима у којима је интензитет конкуренције израженији (Vossenberг, 2013). То су углавном услужне и делатности потрошних производа које карактеришу мања капитална улагања (Loscocco & Robinson, 1991; Vossenberг, 2013). Родни геп у избору занимања је делимично и ефекат операционализације друштвених норми према којима су одређена занимања адекватна за мушкарце, док су друга адекватна за жене (Lee & Marvel, 2014; Vossenberг, 2013). Према теорији *родног чекања* предузетнице бирају делатности у којима су некада доминирали мушкарци а који ове делатности напуштају због смањења њихове атрактивности чиме се отвара простор за улазак жена (Bird & Sapp, 2004). Дакле, предузетнице у највећем броју своју предузетничку активност реализују у периферним економским нишама за које предузетници нису заинтересовани (Anna et al., 2000; Loscocco & Robinson, 1991). Због тога су предузетнице у већој мери заступљене у делатностима мањег профитног потенцијала и израженије конкуренције – делатности какве су трговина и услуге (Birley, 1989; Bowen & Hisrich, 1986; Buttner, 1993; Coleman, 2000; Hisrich & Brush, 1984; Orser & Hogarth-Scott, 2002; Robichaud et al., 2007; Rodríguez & Santos, 2009; Tsuchiya, 2010; Verheul & Thurik, 2001).

Секторска родна сегрегација је дводимензионални феномен (Kalleberg & Leicht, 1991; Loscocco & Robinson, 1991; Nir, 1999). Први ниво сегрегације, тзв. хоризонтална сегрегација подразумева разлике у заступљености мушкараца и жена у појединим делатностима. Други ниво, или вертикална сегрегација се односи на разлике у позицији, односно у занимањима мушкараца и жена у оквиру исте делатности – при чему су жене најчешће на позицијама које се традиционално сматрају адекватним за њих, а то су у исто време и позиције са најмањим приносима у делатности. Тако су, на пример, у оквиру производних делатности мушкарци у већем броју заступљени у

области производње средстава за рад, док су жене заступљеније у производњи текстила (Loscocco & Robinson, 1991). Слично овоме, предузећа у власништву мушкараца у трговинској и у услужној делатности су у већем броју из области продаје и сервисирања аутомобила, као и професионалних услуга, док су предузетнице заступљеније у продаји нетрајних потрошних добара и у области личних услуга (Devine, 1994б; Loscocco & Robinson, 1991).

ПОГЛАВЉЕ III

ПЕРФОРМАНСЕ И ДЕТЕРМИНАНТЕ РАСТА И РАЗВОЈА ПРЕДУЗЕЋА У ВЛАСНИШТВУ ЖЕНА

Перформансе предузећа у власништву жена постају једно од централних истраживачких питања у емпиријским студијама предузетничке активности жена. При томе се анализи и оцени перформанси предузећа у власништву жена често методолошки приступа кроз њихово компаративно сагледавање релативно према перформансама предузећа у власништву мушкараца. Прихватајући овакав методолошки оквир у овом делу рада ће најпре бити приказан однос између различитих аспеката перформанси предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца, уз осврт на одређена методолошка питања мерења перформанси. Након овог компаративног приказа, у раду ће бити анализирани кључне детерминанте родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца. Анализа ће у овом делу рада бити закључена прегледом одређених мера и програма подршке конкурентности и развоју предузећа у власништву жена.

1. Компарација перформанси предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца

Анализа перформанси предузећа у власништву жена биће приказана у оквиру њиховог компаративног сагледавања према перформансама предузећа у власништву мушкараца у статистици и у динамици времена. Емпиријско истраживање стања и динамике перформанси захтева методолошко одређење по питању избора мерила, као и временског оквира за праћење његове динамике ради оцене раста и развоја предузећа. Стога ће у овом делу рада бити указано и на поједине методолошке аспекте мерења перформанси, као и на одређене методолошке специфичности емпиријског истраживања односа између перформанси предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца.

1.1. Статичка и динамичка анализа односа перформанси предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца

Имајући у виду чињеницу да по питању односа пословних перформанси предузетница и предузетника нема једнозначних резултата (Carter & Bennett, 2006; Chaganti & Parasuraman, 1996; Lee & Marvel, 2014; Rietz & Henrekson, 2000), хипотеза о постојању родног гена у перформансама предузећа у власништву жена и мушкараца није опште прихваћена (Bardasi et al., 2011, стр. 419). Ипак, резултати највећег броја студија сугеришу то да су перформансе предузећа која су у власништву жена, или перформансе предузетница, лошије у односу на перформансе предузећа у власништву мушкараца (Bardasi et al., 2011; Klapper & Parker, 2010; Watson, 2002).

Методолошки се разликујући у коришћеном мерилу перформанси, студије проналазе да предузећа у власништву жена остварују лошије перформансе са аспекта више различитих индикатора. Иако је раст предузетничке активности жена интензивнији у односу на предузетништво мушкараца, стопа морталитета предузећа у власништву жена је висока као и стопа њиховог настајања (Rosti & Chelli, 2005). Дешава се и то да жене тако брзо напусте предузетничку активност да их званична статистика уопште не региструје као предузетнице (ibid.). Ипак, и по овом питању резултати студија нису једнозначни. Одређени аутори истичу да је samozапосленост, односно предузетништво жена мање стабилно и да траје краће (Fairlie & Robb, 2009; Müller & Arum, 2004; Parker, 2009; Vossenberг, 2013; Watson, 2003). Према резултатима ових студија величина родног гена у стопи морталитета предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца се разликује у различитим привредним системима, али је ова разлика константно у корист предузећа у власништву жена. Тако је, на пример, стопа морталитета предузећа у власништву жена у САД у периоду 1992-1996. године износила 24,4%, док је стопа пропадања предузећа у власништву мушкараца била 21,6% (Fairlie & Robb, 2009). Parker (2009) наводи резултате истраживања према којима је у Немачкој 42% samozапослених жена остало у послу пет година након оснивања предузећа, док је 63% предузећа у власништву мушкараца преживело првих пет година пословања. Резултати истраживања Watson-а (2003) указују на то да је у Аустралији стопа изласка из посла за предузећа у власништву и под управом жена 10%, односно 8% за предузећа која су у власништву мушкараца. Насупрот овим резултатима, одређени аутори проналазе да по питању вероватноће опстанка нема значајних разлика између предузећа у власништву мушкараца и оних у власништву

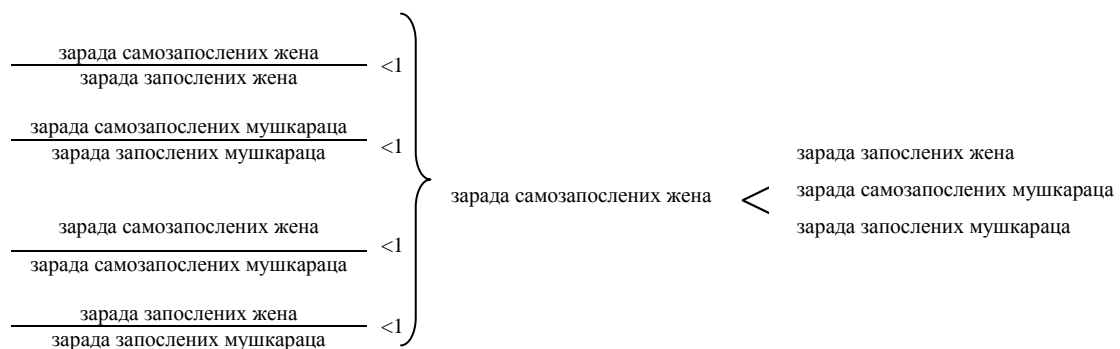
жена (Buttner, 1993; Kalleberg & Leicht, 1991; Loscocco & Leicht, 1993; Zwan et al., 2012).

Вредност имовине предузећа у власништву жена је мања од вредности имовине предузећа у власништву мушкараца (Bardasi et al., 2011; Burke et al., 2002; Parker, 2009). Такође, предузећа у власништву жена имају мање запослених (Anna et al., 2000; Carter & Bennett, 2006; Danes, Stafford, & Loy, 2007; Kamberidou, 2013; Lerner & Almor, 2002; Fairlie & Robb, 2009; Parker, 2009). Истражујући потенцијал за генерисање нових радних места, *Burke et al.* (2002) проналазе то да је већи број предузећа у власништву жена без запослених, као и то да је вероватноћа да ће samozапослени мушкарци креирати радна места и за друге – два пута већа, односно да је три и по пута више предузећа у власништву мушкараца која запошљавају десет и више радника.

Предузетнице су лошије рангиране и када су у питању остале перформансе пословања (Parker, 2009). Иако има и другачијих резултата (Buttner, 1993; Tan, 2008), према резултатима највећег броја студија предузећа у власништву жена остварују мање приходе од продаје (Bardasi et al., 2011; Chaganti & Parasuraman, 1996; Fairlie & Robb, 2009; Loscocco & Leicht, 1993; Loscocco & Robinson, 1991; Vossenber, 2013), у већој мери су оријентисане на локална тржишта (Bardasi et al., 2011; Carter & Bennett, 2006) и мање извозе (Menezis et al., 2006; OECD, 2012). Такође, предузећа у власништву мушкараца су бројнија на *b2b* тржишту и величина поруцбина њихових купаца на овом тржишту је већа (Rietz & Henrekson, 2000). Предузећа у власништву жена су лошије позиционирана и када је у питању профитабилност (Anna et al., 2000; Fairlie & Robb, 2009; Lerner & Almor, 2002; Loscocco & Leicht, 1993; Parker, 2009). Као и у случају осталих коришћених мерила перформанси, и у домену профитабилности предузећа у власништву жена постоје студије чији резултати не указују на битне разлике у оствареном успеху предузећа у власништву жена и мушкараца, или чак и на то да због, веће обазривости власница, ова предузећа чешће послују са профитом (Kamberidou, 2013).

Уз лошије индикаторе пословног успеха предузећа, резултати студија указују на то да samozапослене жене, односно власнице малих предузећа остварују мање личне приходе у односу на власнике малих предузећа (Losocco & Leicht, 1993; Loscocco, Robinson, Hall, & Allen, 1991; Müller & Arum, 2004; Vossenber, 2013). Предузетништво жена је у великој мери детерминисано факторима из друштвено-економског и из културолошког окружења, као и улогом предузетништва у једном друштву (Carter & Bennett, 2006). Иако је опште окружење одвијања предузетничке активности жена

различно у различитим земљама, оно што је заједничка карактеристика феномена предузетништва жена јесте да је зарада предузетница мања у односу на зараду предузетника (ibid.). Самозапослене жене зарађују мање од самозапослених мушкараца, али и од запослених жена (Carr, 1996; Parker, 2009). Према Devine-у (1994б), самозапослене жене имају мању зараду (годишње, седмично, по сату) у односу на остале запослене жене – без обзира на то да ли раде пуно, или непуно радно време, као и без обзира на број радних седмица. Са друге стране, рацио зарада самозапослених мушкараца и зарада осталих запослених мушкараца је већи од један. Однос између зарада мушкараца и жена је у корист мушкараца за све категорије статуса на тржишту рада (запослени, самозапослени, пуно, скраћено радно време). Иако се повећава вредност рациа зараде самозапослених жена/зараде самозапослених мушкараца, и даље је вредност овог показатеља мања у односу на рацио зараде осталих запослених жена/зараде осталих запослених мушкараца (ibid.; Hundley, 2001). Према Klapper-у и Parker-у (2010), овакав однос зарада постоји и у развијеним, и у земљама у развоју. Имајући у виду показан однос између зарада различитих категорија учесника на тржишту рада, може се закључити да је просечна зарада предузетница релативно најмања (Слика 3.1).



Слика 3.1: Однос зарада мушкараца и жена у сектору плаћене запослености и у сектору самозапослених (на основу Devine, 1994б)

Предузетничка активност се често види као значајан вид економског оснаживања жена (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011; Coughlin & Thomas, 2002; Estrin & Mickiewicz, 2011). Међутим, уколико су релативно према осталим опцијама радног ангажмана зараде предузетница најниже, може се поставити питање квалитета и одрживости овог вида економског јачања жена. У вези са финансијским бенефитима самозапослености, Carree и Verheul (2012) проналазе да су предузетнице задовољније

зарадом у односу на мушкарце, иако зарађују мање. У том смислу аутори истичу да виши ниво финансијских перформанси не доноси по аутоматизму више среће власницима, нити су гарант веће укупне сатисфакције. Према резултатима одређених студија, жене бирају послове који нуде могућност личног и професионалног развоја, док је мушкарцима при избору занимања примарни критеријум – већа зарада (Buttner & Moore, 1997). Мушкарци и жене имају различита очекивања од посла – жене вреднују посао који им омогућава да развију знање и вештине, који је интелектуално стимулативан, а који има прихватљиве радне услове, док мушкарци преферирају послове који обезбеђују високе приносе и контролу, али и подразумевају виши ниво ризика (Verheul et al., 2012). Према резултатима истраживања *Hughes* (2005, стр. 110), samozaposlene жене су, у односу на запослене, у већој мери задовољне аспектима свог посла који се односе на могућност контроле радног времена, као и на осећај да раде у здравом пословном окружењу, али су у мањој мери задовољне величином приноса и сигурношћу посла.

Уз испитивање односа стања појединих мерила перформанси предузећа у власништву мушкараца и жена, предмет анализе значајног броја студија јесте и однос ових мерила у динамици времена, односно сличности и разлике у расту предузећа у власништву мушкараца и оних у власништву жена. Истиче се да су у односу на власнице предузећа, власници у већој мери оријентисани на раст (Carter & Bennett, 2006; Orser & Hogarth-Scott, 2002; Robichaud et al., 2007), и да у складу са тим њихова предузећа остварују већу стопу раста (Brush, 1992; Fairlie & Robb, 2009; Manolova et al., 2007; Menezis et al., 2006; Rietz & Henrekson, 2000; Vossenbergh, 2013). Према резултатима наведених истраживања, израженији раст предузећа у власништву мушкараца евидентан је у ширем спектру мерила раста. Тако је, на пример, према резултатима истраживања аутора *Rietz* и *Henrekson*-а (2000), 53,7% предузећа у власништву мушкараца остварило раст прихода, 39,6% њих је остварило раст профита, док је у 29,5% њих повећан број запослених. Са друге стране, 32,8% предузећа у власништву жена је остварило раст прихода, док је повећање профита и запослености регистровано у случају 31,6%, односно у случају 20% ових предузећа, респективно. Према резултатима истраживања цитираних аутора, број власника малих предузећа који раст својих предузећа оцењују као брз и значајан је скоро два пута већи у односу на број власница које раст својих предузећа перципирају на овај начин (11,7% власника у односу на 5,9% власница предузећа). Ипак, има и аутора који указују на то да између предузетника и предузетница нема битних разлика, како по питању намера за раст

(Bardasi et al., 2011; Cliff, 1998), тако и по питању остварених стопа раста предузећа (Lee et al., 2010).

1.2. Методологија мерења перформанси и раста предузетничке активности

Дефинисање методолошког оквира за реализацију емпиријске студије перформанси и раста предузетничке активности подразумева избор мерила перформанси и раста, одређивање према расту као према апсолутној или као према релативној промени изабраног мерила, као и идентификовање периода током кога ће ови индикатори бити праћени (Delmar, 2006; Parker, 2009).

Мерење перформанси и раста малих и средњих предузећа је често одређено, али и ограничено расположивим подацима. Поједина истраживања указују на то да предузећа у Републици Србији врло ретко имплементирају актуелне системе мерења перформанси (Domanović, Stojanović-Aleksić, & Babić, 2013). Ово у првом реду може бити карактеристика пословања малих и средњих предузећа чији су системи мерења перформанси уско фокусирани, односно – првенствено су оријентисани на праћење перформанси у финансијској и у оперативној сфери пословања (Coca & Alberti, 2010; Garengo & Bernardi, 2007). Уз специфичну фокусираност система мерења, те ограничене ширине и дубине података о мерилима, за екстерне кориснике додатни проблем може бити и ограничена доступност ових података (Anna et al., 2000). Проблем ограничене расположивости података о индикаторима финансијских перформанси који је последица непостојања адекватних база података или, једноставно, одбијања испитаника да ове податке обезбеде, се у одређеним студијама решава тиме што се од испитаника тражи да дају субјективну оцену својих перформанси, релативно према перформансама конкурената, или према некој другој референтној величини (видети нпр. у Carter & Bennett, 2006; Kalleberg & Leicht, 1991; Lee et al., 2010; Runyan et al., 2006; Tan, 2008).

Најчешће коришћена мерила чијом се динамиком оцењује остварени раст малих и средњих предузећа јесу пословни приход, број запослених, профит и стопа приноса на ангажована средства³⁹ (Parker, 2009). Од наведених индикатора, у највећем броју

³⁹ Што се тиче величине имовине која је један од формалних критеријума за одређивање величине предузећа, истиче се да динамика овог мерила није адекватна за оцену раста малих предузећа, и нарочито не оних у услужним делатностима које по правилу нису капитално-интензивне (Delmar, 2006).

студија се као основа за оцену раста малих и средњих предузећа користи динамика прихода од продаје и броја запослених (Delmar, 2006; Storey, 2010). Раст прихода претходи расту запослености па се оцењује да је ово мерило адекватно за оцену раста младих предузећа. Такође, ово је, у односу на динамику запослености, преферирано мерило раста за власнике предузећа (Parker, 2009). Наиме, истиче се да је за власнике предузећа повећање броја запослених пре резултат раста, а не основни циљ, који се у њиховом случају углавном односи на раст прихода, профита и имовине (Smallbone & Wuer, 2006). Такође, промена броја запослених јесте индикатор раста са одређеним ефектом закашњења будући да се на промену броја запослених власници одлучују тек ако је одређена промена која захтева повећање или смањење броја запослених (промена нивоа тражње, нпр.) трајнијег карактера (Delmar, 2006). Према *Delmar, Davidsson*-у и *Gartner*-у (2003), природа процеса раста природно упућује на избор динамике прихода од продаје као индикатора раста будући да је раст тражње, а тиме и продаје, претпоставка раста осталих индикатора. Такође, предузеће може остварити раст прихода од продаје а да при томе нема повећања броја запослених – уз изузетак инфлаторних утицаја, ово се може десити у случају раста продуктивности, аутсорсовања дела пословних активности и слично.

Са друге стране, имајући у виду шири друштвени значај, динамика запослености је за ширу јавност и за креаторе економске политике значајнији аспект раста малих и средњих предузећа (Parker, 2009; Smallbone & Wuer, 2006). Такође, у прилог оправданости избора овог мерила јесу и резултати одређених истраживања који указују на то да је у, односу на раст прихода од продаје, раст запослености у већој корелацији са осталим мерилима раста (Parker, 2009). Промена величине вредносних мерила као последица инфлаторних кретања, ограничена доступност података о финансијским перформансама малих предузећа (нарочито у земљама у којима мала предузећа немају обавезу подношења финансијских извештаја), као и понекада упитна поузданост ових података јесу још неки од аргумената који афирмишу сагледавање раста малих предузећа на бази раста запослености у њима (Delmar, 2006; Smallbone & Wuer, 2006). Такође, истиче се да постоје ситуације у којима раст прихода од продаје не мора претходити расту других индикатора (Delmar, Davidsson, & Gartner, 2003). Тако се, на пример, у случају ширења производног програма увођењем новог производа може десити да повећање запослености и величине техничког капацитета претходи повећању прихода од продаје. Избор динамике запослености као индикатора раста предузећа карактеристичан је за ауторе који раде у оквирима ресурсне теорије

(ibid.). Аргументација оваквог избора полази од тога да је предузеће сет ресурса, те да у том смислу његов раст треба оцењивати у контексту повећања ресурса предузећа.

Имајући у виду наведене недостатке најчешће коришћених мерила раста, а ради потпунијег сагледавања раста предузећа, одређени аутори користе комбинацију више различитих мерила раста (Parker, 2009). С обзиром на то да нема једног најбољег мерила раста, као ни једног сумарног мерила раста – препоручује се коришћење сета мерила раста (Delmar et al., 2003). На овај начин је могуће сагледати различите димензије раста, изабрати мерило које је адекватно према специфичним циљевима истраживања, у исто време обезбеђујући упоредивост резултата са резултатима студија које користе друга мерила. Такође, ширим приступом у мерењу мултидимензионалног феномена какав је раст предузећа ствара се адекватна основа за потпуније сагледавање детерминанти раста. Иако пожељан, овакав приступ ипак може бити неостварив услед нерасположивости података или неекономичности приступа. У том смислу се истиче да *„истраживачи могу бити пред избором: или користити једноставан инструментаријум, или не користити икакав инструментаријум”* (Bönte & Piegeler, 2012, стр. 7).

Уз избор мерила, теоријска полемика постоји и у домену питања да ли раст треба оцењивати на бази апсолутне промене изабраног индикатора величине, или на бази рацио показатеља односа између остварене промене и базне величине изабраног мерила (Parker, 2009). Мерењем раста као апсолутне промене величине фаворизује се раст великих предузећа, док се приступом релативног показатеља може преценити раст оних предузећа која имају мали деноминатор рацио показатеља (Delmar, 2006; Delmar et al., 2003; Parker, 2009). И поред недостатка који се односи на прецењивање раста мањих предузећа, раст малих и средњих предузећа се емпиријски чешће сагледава кроз релативне показатеље промене изабраних индикатора величине (Delmar, 2006; Parker, 2009).

Компаративне анализе резултата студија раста малих и средњих предузећа отежава и неуједначеност приступа у избору дужине периода за оцену раста (Storey, 2010). У највећем броју студија раста малих и средњих предузећа, раст се оцењује на бази динамике изабраних мерила величине у периоду од једне до пет година (Delmar, 2006; Parker, 2009). Оцена раста у периоду дужем од једне године омогућава

неутралисање ефекта нагле промене величине из једне године⁴⁰. Такође, оваквим временским оквиром узима се у обзир и чињеница да је већини предузећа потребан извесан период како би остварила раст (Parker, 2009). Имајући у виду постојање заостајања у манифестацији раста, нпр. у погледу пораста броја запослених, избор броја година у току којих ће се пратити динамика изабраних индикатора може значајно утицати на резултате (Delmar, 2006). Стога се у највећем броју студија раста предност даје подацима који представљају комбинацију упоредних података и временских серија, односно панел подацима (Parker, 2009), будући да серије панел података представљају податке о опсервацији већег броја јединица у дужем периоду (Dragutinović Mitrović, 2002, стр. 12).

1.3. Методолошке специфичности истраживања односа између перформанси предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца

Резултати највећег броја студија указују на то да су перформансе предузећа у власништву жена на нижем нивоу у односу на перформансе предузећа чији су власници мушкарци (Watson, 2002). Осврћући се на методолошке карактеристике студија односа перформанси предузећа у власништву мушкараца и оних у власништву жена, у првом реду на коришћена мерила перформанси, одређени аутори истичу да су резултати у корист хипотезе о лошијим перформансама предузећа у власништву жена последица коришћеног мерила – имајући у виду чињеницу да операционализација зависне променљиве (у овом случају: перформансе предузећа) утиче на резултате истраживања (Delmar, 2006). *Watson* (2002) сматра да је недостатак највећег броја ових студија у томе што су оне методолошки постављене тако да упоређују само перформансе аутпута не доводећи их у везу са инпутима уложеним за њихову реализацију. Према овом аутору, адекватнија мерила перформанси, односно успеха, узимају у обзир и улагања и ефекте, а не само ефекте. Иако предузећа у власништву мушкараца остварују веће вредности мерила аутпута, она имају и веће просечне

⁴⁰ Ефекат нагле позитивне или негативне промене може бити умањен и тако што ће се ратио показатељ раста израчунавати као однос апсолутне промене и просечне величине у посматраном периоду (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011). Тако се, на пример, стопа раста запослености може рачунати као однос између промене броја запослених у последњој у односу на прву годину периода и просечног броја запослених у читавом периоду (видети у Aterido & Hallward-Driemeier, 2011; Davis & Haltivanger, 1992).

вредности мерила инпута. Ово указује на то да су предузећа у власништву мушкараца већа, али не и успешнија од оних која су у власништву жена (Watson, 2010). Када се перформансе мере релативним показатељима, односно приносом по јединици уложеној за његово остварење (нпр. *ROA*, *ROE*), нема значајних разлика између перформанси предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена (Bardasi et al., 2011; Chaganti & Parasuraman, 1996; Watson, 2010). *Carter* и *Bennett* (2006, стр. 186) закључују да методолошки софистицираније студије не дају тако јединствене и јасне резултате о односу перформанси предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца – или између перформанси нема разлика, или су оне присутне само по питању неких мерила, а некада су ове разлике и у корист предузећа у власништву жена.

Без обзира на то да ли се користе апсолутни или релативни показатељи, у компаративним анализама се перформансе предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена углавном мере економским, односно финансијским мерилима (Buttner & Moore, 1997). Када се перформансе мере финансијским показатељима, предузећа у власништву жена имају лошију релативну позицију (*ibid.*; Danes et al., 2007). Иако се у већини студија услед тзв. маскулинизације⁴¹ предузетничког понашања и индикатора успеха (Orser, Elliot & Leck, 2011, стр. 564), финансијске перформансе претпостављају као стандард, поставља се питање да ли концепт перформанси има родну перспективу (Danes et al., 2007, стр. 1058). *Morris et al.* (2006, стр. 226) истичу да оквир за ове анализе представљају стандарди постављени истраживањем предузетништва мушкараца. Ради потпуног обухвата феномена предузетништва, истиче се да предузетнице не треба укалупљивати у моделе предузетника без претходног сагледавања потреба за ревидирањем појединих концепата, између осталог и схватања пословног успеха. Због тога што предузетнице другачије, различито у односу на предузетнике, схватају успех (Buttner & Moore, 1997; Lee et al., 2010; Lerner & Almor, 2002), традиционална мерила успеха могу бити

⁴¹ Под маскулинизацијом укупне предузетничке активности, као и појединих њених аспеката, подразумева се чињеница да се предузетништво доминантно смешта у оквир друштвено изграђених норми којима се усмерава и обликује понашање мушкараца (Jones, 2014, стр. 238). Овакав третман предузетничке активности изграђен је праксом истраживања овог феномена која се, историјски посматрано, првенствено односила на истраживање предузетничке активности мушкараца, и то од стране истраживача мушкараца (*ibid.*).

неадекватна за мерење успешности пословања предузећа у власништву жена (Anna et al., 2000).

Истиче се да се системи вредности мушкараца и жена разликују услед разлика у процесу социјализације једних и других (Cliff, 1998; Greene et al., 2001). У систему вредности жена доминирају вредности оријентисане ка друштву, брига о другима, квалитативни односи, лично остварење. Са друге стране, у току процеса социјализације код мушкараца се афирмише значај економских вредности, квантитета, статуса, богатства, такмичења, доминације. Због тога жене успех мере више квалитативним мерилима, док мушкарци успех оцењују кроз призму квантитативних мерила. Имајући ово у виду, а како би се обухватила визија успеха и предузетника, и предузетница, предлаже се проширење спектра мерила перформанси (Brush, 1992; Lerner & Almor, 2002).

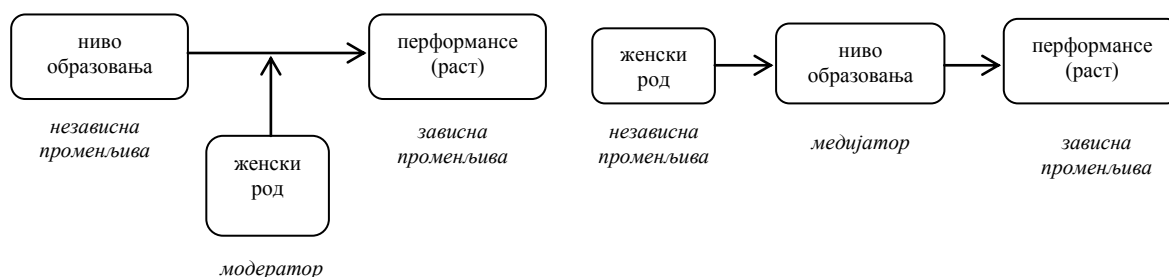
Иако не поричу значај остваривања профита, жене дају приоритет другим аспектима успеха (Rodríguez & Santos, 2009). Постоје одређене разлике у мотивима samozapošljavanja мушкараца и жена. Уз финансијске мотиве, жене наглашавају и независност и флексибилност које нуди ова опција запослености. Због тога жене успех мере и нивоом остварења ових циљева, а не примарно, или искључиво – економским мерилима перформанси (Rosa et al., 1994). За предузетнице је раст вишедимензионални феномен. *„Раст је више од повећања величине, он подразумева и раст знања и способности да се посао обавља боље”* (Brush, 1992, стр. 22). Већина њих жели умерен раст економских показатеља успеха тежећи остварењу вишег нивоа квалитета живота, односно баланса између приватног, породичног и пословног живота (Morris et al., 2006). Осећај личног остварења, независности и одговорности, сатисфакцију купаца и запослених предузетнице често више вреднују од квантитативног раста предузећа (Bowen & Hisrich, 1986; Robichaud et al., 2007).

И поред тога што између предузетника и предузетница постоје одређене разлике у перцепцији успеха, у највећем броју студија се успех дефинише и мери кроз призму квантитативних показатеља (Loscocco et al., 1991). Овакав приступ се аргументује чињеницом да ако се успех не оствари по питању квантитативних параметара, самог посла (предузећа) и свих осталих аспеката бенефита које он пружа не би ни било (Cuba et al., 1983).

2. Фактори родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца

Пословање, раст и развој малих и средњих предузећа су комплексни феномени које треба сагледавати у контексту вишефакторске условљености (Storey, 2010). Стога се у испитивању односа стања и динамике перформанси предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена, и у идентификовању детерминанти родног гена, истраживачи фокусирају на мањи, или на већи број фактора. Предмет анализа фактора родног гена јесте питање да ли постоје разлике у вредности појединих фактора и/или је природа утицаја (интензитет, смер) истих фактора различита за предузећа у власништву мушкараца и за предузећа у власништву жена (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011; Verheul et al., 2012). У том смислу се истраживања родног гена у пословању предузећа у власништву мушкараца и оних у власништву жена баве истраживањем модерационих и медијационих утицаја фактора на перформансе ових предузећа. Наиме, модерациона варијабла утиче на природу односа између зависне и независне променљиве, односно на смер и интензитет утицаја независне променљиве на зависну променљиву, док се медијациона варијабла налази између односа независне и зависне променљиве (Baron & Kenny, 1986; Burns & Burns, 2008). Њену вредност детерминише независна варијабла, а варијације у вредности медијационе варијабле утичу на варијације зависне променљиве (Baron & Kenny, 1986).

У контексту истраживања постојања родног гена, модерациони ефекат подразумева да је природа утицаја фактора на перформансе различита, док се медијациони ефекат односи на различиту вредност фактора за предузетнике и за предузетнице (Verheul et al., 2012) – Слика 3.2.



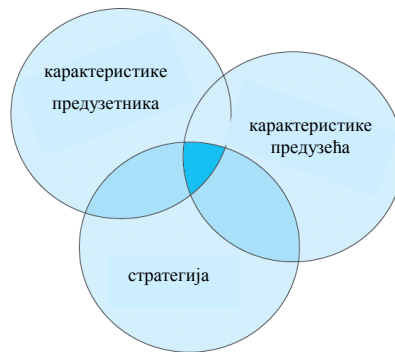
Слика 3.2: Модерациони (лево) и медијациони (десно) ефекат фактора на перформансе предузећа у власништву жена (на основу Burns & Burns, 2008; Lee & Marvel, 2014; Verheul et al., 2012)

У основи, резултати истраживања узрока родног гена у перформансама и у расту предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца представљају конфирмацију теорије либералног, или теорије социјалног феминизма. Према теоријској аргументацији првог приступа предузећа у власништву жена остварују лошије перформансе због различитих видова дискриминације жена, као и због неповољнијег утицаја системских фактора (Watson, 2010). Узрок лошијих перформанси предузећа у власништву жена јесте отежани приступ ресурсима услед структурних баријера са којима су жене суочене – неадекватно образовање, недостатак искуства и слично (Parker, 2009; Watson, 2002). Када би имале исти приступ ресурсима, жене би, према либерално-феминистичкој теорији, биле сличне мушкарцима (Carter & Williams, 2003; Cliff, 1998). Са друге стране, узрок различитог нивоа перформанси, према социјално-феминистичкој теорији, јесте у различитој природи мушкараца и жена због чега они имају различит приступ пословању (Carter & Williams, 2003; Watson, 2010). Према перспективи социјално-феминистичког приступа жене имају другачије циљеве услед којих праве другачије изборе, односно бирају другачије приступе за обављање посла (Parker, 2009; Watson, 2002).

Студије фактора родног гена полазе од изграђених концептуалних оквира фактора раста и развоја малих и средњих предузећа и у њима идентификују оне факторе који детерминишу родни ген у пословању, расту и развоју предузећа у власништву мушкараца и оних у власништву жена. Ипак, због вишефакторске условљености раста малих предузећа, нема јединственог оквира за обухват и анализу овог феномена (Smallbone & Wyer, 2006). Детерминанте родног гена одређени аутори сврставају у групу фактора који се односе на личне карактеристике предузетника, и групу организационих, односно групу фактора који се тичу карактеристика предузећа (Loscocco et al., 1991). Нешто шири и један од најчешће коришћених оквира за обухват фактора раста и развоја малих и средњих предузећа јесте систематизација ових фактора коју дефинише Storey (2010, стр. 121-125⁴²). Факторе раста и развоја малих и средњих предузећа овај аутор сврстава у једну од три групе (Слика 3.3):

1. Карактеристике предузетника;
2. Карактеристике предузећа;
3. Стратегија.

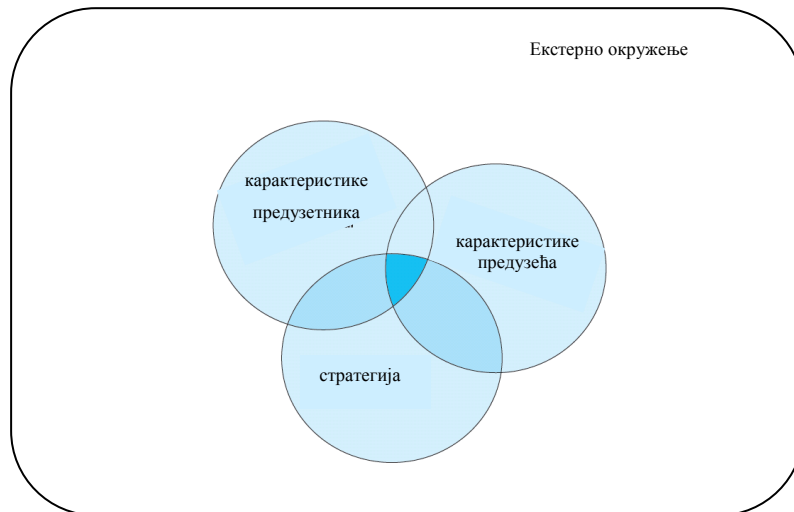
⁴² Наведена систематизација фактора презентована је и у издању публикације овог аутора из 1994. године.



Слика 3.3: Фактори раста малих предузећа (преузето из Storey, 2010, стр. 124)

Карактеристике предузетника јесу све особине оснивача-власника малог предузећа који обезбеђује иницијалне ресурсе за почетак рада. Заједничка карактеристика свих ових фактора јесте да се они могу идентификовати пре оснивања предузећа. Друга група фактора се односи на карактеристике предузећа о којима оснивач-власник доноси одлуке при оснивању, при чему се ова група фактора не односи на текуће или оперативне одлуке које се доносе током рада предузећа. Коначно, трећа група фактора јесу све оне одлуке, по својој природи менаџерске, које предузетник датих особина доноси у току пословања предузећа датих карактеристика. Према Storey-у (2010, стр. 122), битно је приметити да постоји поље преклапања утицаја ових фактора. Та област преклапања јесте поље брзог раста, односно поље комбинације фактора која обезбеђује брз раст предузећа.

Полазећи од овог оквира, *Smallbone* и *Wyer* (2006) анализи додају групу фактора окружења (Слика 3.4). У аргументовању укључивања ове групације фактора аутори полазе од чињенице да је једна од основних разлика између малих и великих предузећа управо у могућности да утичу и/или да обликују факторе окружења. Намера ширења оквира фактора јесте да се истакне да раст малих предузећа зависи од тога како њихови власници одговарају на подстицајне и ограничавајуће факторе из окружења у коме предузећа послују.



Слика 3.4: Модификовани оквир фактора раста малих предузећа (преузето из Smallbone & Wyer, 2006, стр. 102)

Управо се због вишефакторске условљености пословања и раста предузећа, највећи број студија фактора родног гена бави испитивањем утицаја једног броја ових фактора. Сагледавањем предметне комплексности овог питања, и истраживањем релевантне литературе долази се до закључка да се фактори родног гена испитивани у различитим студијама предузетничке активности заиста могу сврстати у једну од четири групације фактора које дефинишу Smallbone и Wyer (2006) – Табела 3.1.

Табела 3.1: Детерминанте родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца

Карактеристике предузетника	Карактеристике предузећа	Стратегија (менаџмент пракса)	Окружење
Хумани капитал	Сектор	Циљеви	Правно-политичко
Социјални капитал	Тржиште	Менаџмент пракса	Социо-културолошко
Породичне обавезе	Старост	Стратегије	
Однос према ризику	Величина		

Извор: на основу Bird & Sapp, 2004; Loscocco & Leicht, 1993; Loscocco et al., 1991; Parker, 2009; Smallbone & Wyer, 2006; Storey, 2010.

Пратећи оквир дат у Табели 3.1, у наставку рада биће анализирани основни фактори родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца.

2.1. Карактеристике предузетника

Пословање малог предузећа је великим делом персонализовано у власнику (Walker & Webster, 2006), циљеви предузећа су често одраз личних циљева власника,

док је укупно пословање организационо-пословни израз личности власника, једном речју – „мало предузеће представља екстензију власника” (Mukhtar, 2002, стр. 294). Улога власника у малим предузећима је кључна имајући у виду чињеницу да је он тај који доноси, а најчешће и спроводи стратегијске и тактичке одлуке (Lerner & Almor, 2002). У великом броју малих предузећа, власник је основни носилац свакодневних активности и често једини субјекат управљања (Walker & Webster, 2006). Будући да постоји изражена повезаност власништва и управљања у малим предузећима, истиче се да карактеристике власника (предузетника) битно детерминишу пословање, односно перформансе и раст малих предузећа (Orser & Hogarth-Scott, 2002; Robichaud et al., 2007; Smallbone & Wyer, 2006). Имајући у виду значај личности власника, за потребе анализе раста малих предузећа развијен је методолошки оквир тзв. „персонализованог приступа расту малих предузећа” (Smallbone & Wyer, 2006, стр. 103) којим се у анализи детерминанти раста малих предузећа приоритет даје карактеристикама власника. Што се тиче личних карактеристика власница, оне су биле предмет истраживања првих студија предузетништва жена, и уопште, хумани и социјални капитал, сет породичних варијабли и однос према ризику као личне карактеристике предузетница представљају најчешће истраживане детерминанте пословања предузећа у власништву жена (Apergis & Pekka-Economou, 2010; Brush, 1992; Carter & Bennett, 2006; Mukhtar, 2002).

2.1.1. Хумани капитал као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Хумани капитал предузетника је једна од најистраживанијих детерминанти перформанси малих предузећа, како оних у власништву мушкараца, тако и оних у власништву жена. У Storey-ом (2010) оквиру фактора раста и развоја малих предузећа се две трећине свих анализираних фактора из групе карактеристика предузетника односе на хумани капитал оснивача. У контексту перформанси, раста и развоја предузећа као компоненте хуманог капитала најчешће се анализирају године старости, ниво образовања, радно искуство и искуство у делатности основаног предузећа, искуство на менаџерским позицијама пре отпочињања сопственог посла, као и претходно искуство у вођењу (власништву) сопственог предузећа. Како пол власника имплицира одређене карактеристике хуманог капитала (Lee et al., 2010), овај фактор се често анализира као могућа детерминанта родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву мушкараца и оних у власништву жена.

2.1.1.1. Образовање као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Образовање власника утиче на његов интелектуални развој који је битна детерминанта раста и развоја предузећа у његовом власништву (Storey, 2010). Ниво образовања власника утиче и посредно на величину предузећа – преко утицаја на очекивану зараду. Наиме, виши ниво образовања повећава ниво очекиване зараде појединца (Carree & Verheul, 2012; Smallbone & Wyer, 2006). Како је виши ниво зараде у вези са већом величином предузећа, расту предузећа ће тежити они власници чија је очекивана зарада виша. И поред тога што нема потпуно јединствених резултата студија, генерално треба очекивати да ниво образовања предузетника позитивно утиче на раст предузећа (Hundley, 2001; Storey, 2010). Такође, значај овог фактора ће варирати од гране до гране, и биће израженији у технолошки интензивним делатностима (Smallbone & Wyer, 2006).

Као и у погледу односа између жена и мушкараца генерално, и за популацију предузетника и предузетница се у највећем броју студија наводи да не постоје значајније разлике у нивоу образовања једних и других (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011; Brush, 1992; Coleman & Robb, 2009; Fairlie & Robb, 2009; Huarng et al., 2012; Loscocco & Robinson, 1991; Loscocco et al., 1991), или да, чак, предузетнице имају виши ниво образовања (Kamberidou, 2013; Lee et al., 2010; Lee & Marvel, 2014; Morris et al., 2006; Robichaud et al., 2007). Највећа разлика између предузетница и предузетника је по питању области образовања, при чему је поље образовања предузетница у мањој мери у вези са пословањем њихових предузећа (Morris et al., 2006). Као и жене генерално, и предузетнице су формално образовање у већем броју стекле у пољу хуманистичких наука, и ређе у области економије, техничких и природних наука (Menezis et al., 2006). Према томе, највећи број предузетница не располаже адекватним формално стеченим знањем за обављање опште-менаџерских, финансијских и техничких послова својих предузећа (Huarng et al., 2012; Stevenson, 1986).

Генерално, формално образовање утиче на раст продуктивности предузетника (Manolova et al., 2007). По овом питању нема модерационог ефекта пола предузетника, будући да виши ниво образовања подједнако доприноси продуктивности предузетника и предузетница (Bardasi et al., 2011). Слично, формално образовање власника је у вези са растом прихода од продаје и профита, а негативно утиче на стопу пропадања предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена (Fairlie & Robb, 2009).

Резултати одређених студија сугеришу то да између предузетница и предузетника постоје разлике у односу између нивоа образовања и вредности предузећа. У том смислу *Burke et al.* (2002) проналазе да виши ниво образовања предузетника доприноси вредности њихових предузећа, док овог позитивног утицаја нивоа образовања нема у случају вредности предузећа у власништву жена. Разлике постоје и у домену односа између образовања власника предузећа и броја запослених, као и потенцијала за генерисање нових радних места. И док *Aterido* и *Hallward-Driemeier* (2011) проналазе да је ефекат образовања на раст запослености у предузећима која воде жене јачи, према *Cowling*-у и *Taylor*-у (2001) samozaposlene жене без других запослених су скоро два пута боље образоване у односу на samozaposlene мушкарце који не запошљавају друге. Према *Robichaud et al.* (2007), образовање власница, за разлику од образовања власника, не утиче на очекивани број запослених у њиховим предузећима у периоду од наредних пет година. Слично овоме, *Manolova et al.* (2007) проналазе да очекивања раста од стране предузетница нису у вези са њиховим нивоом образовања као таквим, већ су у вези са њиховим образовањем уколико је оно стечено у пољу технике и економије. Ово је у складу са резултатима студија према којима вештине стечене током образовања у области менаџмента и технике више утичу на пословни успех него оне стечене у хуманистичким наукама (*Winn*, 2005). Према *Burke et al.* (2002), виши ниво образовања и стручног усавршавања власника позитивно утиче на креирање већег броја радних места у предузећима у власништву мушкараца, али је без утицаја у предузећима у власништву жена. Објашњење за изостанак ефеката образовања предузетница на раст њихових предузећа у погледу броја запослених аутори проналазе у избору делатности у којима је ниво образовања од мањег значаја за перформансе предузећа.

2.1.1.2. Искуство као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Уз образовање, разлог споријег или непостојања раста предузећа може бити и непостојање различитих видова искуства предузетника – општег радног искуства, искуства у делатности основаног предузећа, ранијег власничког искуства, менаџерског искуства (*Cliff*, 1998; *Kalleberg & Leicht*, 1991; *Stefanović & Simić*, 2013). Штавише, резултати појединих студија указују на то да из структуре хуманог капитала предузетника само компонента искуства делимично, или у потпуности објашњава родни геп у перформансама предузећа у власништву мушкараца и предузећа у

власништву жена (Loscocco & Robinson, 1991; Loscocco et al., 1991; Manolova et al., 2007).

Према резултатима одређених истраживања, већина предузетница сматра да је за успешно вођење посла најбитније искуство (Cuba et al., 1983), те да им је његов недостатак једна од основних баријера за унапређење перформанси предузећа (Kalleberg & Leicht, 1991). Значај искуства јесте у специфичним, за праксу релевантним вештинама које се могу стећи током обављања одређеног посла. У том смислу *Cuba et al.* (1983, стр. 45) истичу да се формално образовање и искуство могу схватити као синоними будући да је и у једном и у другом случају реч о учењу. Разлика је у учитељу. По питању радног искуства, предузетнице су у лошијем положају у односу на предузетнике – и у квантитативном, и у квалитативном смислу. Предузетнице имају мање година радног искуства (Bird & Sapp, 2004). Поред тога, у односу на предузетнике, њихово радно искуство је и квалитативно другачије у смислу да се углавном односи на искуство у раду у услужним делатностима, на административним и на помоћним пословима. Са друге стране, у складу са доминантним пољем њиховог образовања – искуство већег броја предузетника је стечено радом на менаџерским позицијама, у технолошким и у научним делатностима (Brush, 1992). И у сектору samozапослености, и у сектору плаћене запослености жене имају мање радног искуства и више прекида у каријери у односу на мушкарце (Lechmann & Schnabel, 2012). Ипак, овај геп је израженији у сектору samozапослености. С овим у вези, истиче се да је за мерење радног искуства боље користити податак о стварној дужини радног искуства појединца, а не често коришћено апроксимативно мерило према коме се дужина радног искуства добија тако што се године старости појединца умање за дужину образовања и за још пет година што је дужина просечног одсуствовања са тржишта рада (Hundley, 2001). Наиме, ово мерило не мора одражавати стварну дужину радног искуства свих појединаца, а нарочито не жена које дуже одсуствују са тржишта рада и чије су професионалне каријере чешће дисконтинуиране (Huang et al., 2012; Parker, 2009; Stefanović & Stošić, 2011). Имајући у виду то да дужина радног искуства позитивно утиче на успех предузећа у власништву жена (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011; Cuba et al., 1983; Kalleberg & Leicht, 1991), јасно је да недостатак искуства и лошија позиција релативно према предузетницима може бити значајна детерминанта родног гена у перформансама предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена.

Радно искуство генерално, и искуство у делатности основаног предузећа, нарочито, претпоставља познавање стандарда и праксе пословања и, тиме, представља

извор знања и вештина неопходних за раст и развој, али и за опстанак предузећа (Rosti & Chelli, 2005; Storey, 2010). Искуство у делатности помаже и у смислу да олакшава успостављање односа са купцима, лоцирање ресурса и снабдевање, власнике предузећа чини самоувереним и флексибилнијим (Huarng et al., 2012; Winn, 2005). Имајући у виду то да подразумева познавање карактеристика гране и пословања, искуство у делатности може уштедети време у тражењу, прикупљању и анализи информација (Manolova et al., 2007). Ипак, искуство само по себи, у смислу самоведеног времена у некој области, није од значаја за перформансе и раст сопственог предузећа ако се у току тог времена није стекла нека менаџерска компетенција (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011). Међутим, постоје и схватања према којима је иновативно понашање, као база раста и развоја, вероватније код појединаца који нису оптерећени постојећим стандардима пословања у делатности, односно код оних који су нови у области (Storey, 2010). *Roper* (1998) проналази да искуство у делатности негативно утиче на иновирање у домену производа и производног програма, тржишта и система квалитета, а доприноси организационим променама у домену менаџмента. Имајући у виду претходно, *Storey* (2010) истиче да резултати постојећих студија по питању утицаја искуства у делатности не потврђују искључиво ни један смер утицаја на перформансе предузећа. Ипак, истраживања фактора родног гена у перформансама предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена указују на то да се значајни део гена може објаснити мањком искуства предузетница, у првом реду мањим искуством у делатности (Fairlie & Robb, 2009). Предузетници имају више искуства у делатности и за највећи број њих сопствено предузеће представља наставак посла у коме су стекли радно искуство, док се искуство предузетница пре отпочињања сопственог посла односи на рад у здравству, школству и администрацији (Coughlin & Thomas, 2002; Walker & Webster, 2006; Winn, 2005), и тиме је мање у вези са облашћу пословања предузећа у њиховом власништву. Имајући мање искуства у делатности (Carter & Williams, 2003; Carter et al., 2003; Coleman & Robb, 2009; Kalleberg & Leicht, 1991; Lechmann & Schnabel, 2012; Walker & Webster, 2006), предузетнице су мање припремљене (оспособљене) да воде своја предузећа (Huarng et al., 2012).

Што се тиче утицаја величине организације у којој је стечено раније радно искуство, постоји претпоставка да појединци који оснивају своје предузеће не желе да она имају карактеристике напуштених великих компанија – карактеристике као што су: формална организација, бирократија, недостатак флексибилности (Storey, 2010). Стога се очекује да ће предузетници са ранијим искуством у великим предузећима имати

нижи праг циљне величине својих предузећа. Са друге стране, у корист подршке позитивног утицаја величине предузећа у којем је стечено раније радно искуство стоји претпоставка о значајним менаџмент компетенцијама стеченим радом у великом предузећу (*ibid.*). Такође, рад у великим предузећима подразумева већу зараду у односу на рад у малом. Економско оправдање избора опције samozапослености захтева да се овај виши ниво зараде оствари и у сопственом предузећу што онда подразумева оријентисаност власника на његов раст и развој. Слично утицају искуства у делатности на иновације, *Roper* (1998) проналази да и раније радно искуство стечено у великом предузећу негативно утиче на вероватноћу иновирања предузетника у домену производа, тржишта и система квалитета, а да подстиче организационе промене.

Често анализиран фактор раста и детерминанта родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена јесте и искуство стечено на пословима менаџмента. Будући да имају већу зараду, опортунитетни трошкови samozапослености (у виду пропуштене зараде у сектору плаћене запослености) су већи за менаџере. Стога ће доња граница зараде у сектору samozапослености након које ће менаџери бити спремни да бирају ову опцију запослености бити на вишем нивоу. Остваривање веће зараде у опцији samozапослености углавном подразумева раст предузећа, стога ће предузетници са претходним менаџерским искуством бити оријентисани ка расту (*Storey, 2010*). Поред генералног радног и менаџмент искуства, за раст предузећа може бити битно и тзв. функционално искуство власника, односно искуство стечено обављањем активности одређене пословне функције (*ibid.*). *Storey* (2010) наводи да власници са претходним радним искуством у области финансија имају конзервативнији однос према расту у односу на власнике предузећа за претходним искуством у маркетингу и у продаји. Међутим, у вези са утицајем функционалног искуства власника на перформансе и раст предузећа има и другачијих ставова. *Lerner* и *Almor* (2002) проналазе да су менаџерске вештине предузетника генерално (стратегијски, финансијски и маркетинг менаџмент, управљање људским ресурсима) позитивно корелисане са приходима и бројем запослених у њиховим предузећима. Што се тиче менаџерског искуства предузетница, иако има и другачијих резултата (*Cliff, 1998; Fairlie & Robb, 2009*), према резултатима већег броја студија предузетнице, као и жене генерално, имају мање искуства на менаџерским позицијама (*Coleman & Robb, 2009; Coughlin & Thomas, 2002; Greene et al., 2001; Loscocco & Robinson, 1991; Stevenson, 1986; Thébaud, 2010*). Такође, постоје и разлике у врсти менаџерског искуства мушкараца и жена. Када га имају, менаџерско

искуство жена је у највећем броју случајева стечено на хијерархијски нижим менаџерским позицијама (Loscocco et al., 1991; Nir, 1999).

Поред дубине знања стечене у обављању одређеног посла, на успех у пословању утиче и ширина хуманог капитала (Lechmann & Schnabel, 2012). У односу на запослене за плату за које је битна специјализација у обављању одређеног типа посла, ширина хуманог капитала је битна за пословни успех предузетника (ibid.). Дакле, уз тип знања и вештина, за успех предузећа битна је и разноликост вештина којим власник располаже (Lerner & Almor, 2002). Имајући у виду већи број улога које предузетник треба да обави, ширина хуманог капитала предузетника постаје кључна детерминанта његовог успеха (Lazear, 2002). И поред тога што за обављање различитих послова он може ангажовати различите појединце, предузетник мора имати довољно широк хумани капитал како би био способан да оцени компетентност ангажованих појединаца (ibid.). Међутим, одређена истраживања указују на то да промена посла (као метод ширења хуманог капитала) негативно утиче на зараде предузетника и да је без утицаја на зараде предузетница (Lechmann & Schnabel, 2012). Ови резултати нису у складу са Lazear-овим (2002, стр. 27) становиштем да успешан предузетник треба да буде „мајстор свих заната”. Једно од објашњења за овај негативни утицај види се у могућности да је шири хумани капитал стечен променом посла карактеристика мање продуктивних учесника на тржишту рада који теже проналазе стабилан посао (Lechmann & Schnabel, 2012).

Према резултатима студије истих аутора, радно искуство не утиче на висину зараде samozапослених (ibid.). Дискутујући добијене резултате, аутори истичу да је већина samozапослених своје радно искуство стекла у сектору плаћене запослености. Могуће је да садржај овог радног искуства није од значаја у сектору samozапослености. Зато је према ауторима битно сагледати утицај специфичног радног искуства у виду дужине власништва тренутног посла која је са становишта утицаја на зараде најбитнија компонента хуманог капитала предузетника. Уз текуће, и претходно искуство у власништву и вођењу сопственог предузећа може бити добар извор знања и вештина неопходних за одговор на изазове растућег предузећа (Storey, 2010). Одређено знање се може стећи само обављањем посла (Hundley, 2001), а овај вид искуства је вид неформалног стицања знања специфичног за потребе управљања растом сопственог предузећа (Huang et al., 2012). Са друге стране, истиче се да су бивши власници предузећа, бивши зато што су у управљању предузећем били неуспешни (Storey, 2010). Посматрано на нивоу популације, могуће је да се ова два ефекта ранијег власничког

искуства потиру, па према Storey-у (2010), не треба очекивати да ће ова компонента хуманог капитала бити од значаја за раст и развој предузећа. Иако о интензитету и смеру утицаја овог фактора нема јединствених резултата, највећи број студија указује на то да предузетнице имају мање претходног власничког искуства (Cliff, 1998; Huang et al., 2012; Menezis et al., 2006). Према резултатима истраживања Bird и Sapp-а (2004) женски род предузетника је у негативној корелацији са власничким искуством и у урбаним, и у руралним срединама. Како власничко искуство позитивно утиче на величину предузећа и приступ изворима финансирања, то мање искуство предузетница не доприноси њиховом пословном успеху (ibid.).

Године старости предузетника су варијабла хуманог капитала која посредно, преко нивоа знања, искуства и расположивих финансијских ресурса може утицати на перформансе предузећа. Веза између година старости предузетника и раста предузећа постоји, међутим, нема једнозначних резултата по питању смера овог односа (Storey, 2010). Са једне стране, могуће је да млађи предузетници имају ниво енергије и ентузијазма који је неопходан за бржи раст предузећа и дуже радно време које он захтева, а да су очекивања старијих предузетника скромнија. Са друге стране, старији предузетници су у предности по питању искуства, располагања финансијским ресурсима и пословним кредибилитетом. Коначно, могуће је да, услед синтезе претходна два ефекта, треба очекивати да ће најбрже расти предузећа у власништву предузетника средњих година (ibid.). Morris et al. (2006) сматрају да треба очекивати негативан утицај година старости на оријентацију ка расту предузетница. Овакав однос између година и оријентације ка расту је потврђен у студији аутора Manolova et al. (2007) који проналазе да млађе предузетнице имају већа очекивања раста, али не и млађи предузетници. Млађе предузетнице, не и млађи предузетници, чешће очекују да ће у средњорочном периоду њихова предузећа генерисати нова радна места (Robichaud et al. 2007). Са друге стране, за разлику од предузетника, за предузетнице се са годинама не повећава ниво приноса (Parker, 2009; Robichaud et al., 2007). Испитујући утицај година старости предузетника генерално, Aterido и Hallward-Driemeier (2011) истичу да године старости нису од значаја за раст продуктивности предузетника, док Roper (1998) проналази да се старењем предузетника смањује њихова иновативна активност.

Имајући у виду то да предузетнице имају добро формално образовање, али мало специфичног хуманог капитала, као и то да је недостатак специфичног искуства битна баријера за успешно пословање предузетница, јасан је значај додатног неформалног

образовања предузетница ради стицања недостајућих, а неопходних вештина и знања (Lituchy & Reavley, 2004; Rodríguez & Santos, 2009). Конкурентска предност, и у првом реду одржива конкурентска предност, захтева континуирано учење и унапређење вештина (Walker & Webster, 2006). Програми обуке предузетница морају бити дизајнирани полазећи од специфичних потреба жена власница предузећа (Botha, Nieman & Vuuren, 2006). Ови програми треба да омогуће стицање вештина које су потребне за текуће вођење посла, као и за унапређење перформанси предузећа. Едукативне потребе предузетница се односе на знања из области менаџмента ризиком и опорезивања, умрежавања, планирања, истраживања тржишта и маркетинг праксе, управљања људским ресурсима, сертификације, финансијског менаџмента, управљања растом предузећа (Botha et al., 2006; Lituchy & Reavley, 2004).

Чини се да проблемски оријентисани програми обуке могу бити од нарочитог значаја у земљама у транзицији у којима предузетници и предузетнице имају значајно више формалног образовања него потребног искуства (Manolova et al., 2007). Наиме, ниво образовања у економијама у транзицији је једнак, или чак и изнад оног у развијеним тржишним системима, али се поставља питање да ли је искуство стечено у централно-планском економском систему релевантно за пословање у условима тржишне економије (ibid.). Имајући у виду актуелност и значај програма обуке као форме подршке предузетничкој активности жена, ово питање ће детаљније бити обрађено у оквиру треће целине овог дела рада.

2.1.1.3. Аутоперцепција хуманог капитала као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Поред тога што може утицати на избор опције запослености, начин на који власница перципира компоненте сопственог хуманог капитала може битно детерминисати успех предузећа. Према *Davidsson*-у (наведено према: Cliff, 1998, стр. 527), власникова перцепција сопствених способности одређује намеру за раст предузећа. Имајући у виду да жене генерално лошије оцењују своје способности за обављање предузетничке активности, може се претпоставити да ће оне имати мање самопоуздања и у вези са сопственом способношћу да управљају растућим предузећем. Стога треба очекивати да ће лошија аутоперцепција хуманог капитала бити фактор родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена.

Због недостатка искуства и родних разлика у улогама које имају у јавној и у приватној сфери живота, жене перципирају да су у односу на мушкарце у лошијој позицији по питању способности које су неопходне за управљање и раст предузећа (Cliff, 1998; Manolova et al., 2007). Успех својих предузећа предузетнице чешће приписују напорном раду, а не својим способностима (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010). На раст њихових предузећа може негативно утицати чињеница да предузетнице оцењују да имају просечне или исподпросечне вештине у области финансија, маркетинга и оперативног менаџмента (Bowen & Hisrich, 1986; Hisrich & Brush, 1984; Lerner & Almor, 2002; Robichaud et al., 2007; Sena et al., 2012). Поред тога што предузетнице сматрају да већину особина, односно знања и вештина неопходних за успех не поседују у довољној мери, постоји и несклад између аутоперцепције интензитета појединих вештина и односа ових вештина са перформансама предузећа (Lerner & Almor, 2002). Наиме, предузетнице лошије оцењују снагу својих финансијских, маркетинг и вештина управљања трошковима. Ова знања и вештине су позитивно корелисане са перформансама. Са друге стране, предузетнице боље оцењују своје компетенције у домену обезбеђења квалитета производа/услуга, у домену услуга купцима и иновација. Ове вештине и знања су, према резултатима наведене студије, у мањој мери повезане са перформансама предузећа.

На то да је самопоуздање предузетница у вези са растом њихових предузећа указују и резултати студије према којима власнице брзорастућих и власнице умерено растућих предузећа имају довољно самопоуздања у своје способности (Morris et al., 2006). Према истој студији, многе власнице умерено растућих предузећа су имале лошу представу о својим способностима коју су морале да превазиђу како би њихова предузећа била успешна. Супротно резултатима студија према којима су предузетнице маргинализоване и подређене учеснице пословног окружења, аутоперцепција испитаница у студији аутора *Orser et al.* (2011) указује на то да оне себе виде као одлучне, оријентисане на акцију и професионалне. Као своје кључне компетенције ове испитане предузетнице најчешће наводе: креативно размишљање, решавање проблема и одлучност, као и оријентисаност према активностима, односно способност да се предузетничке идеје реализују са ентузијазмом. Полазећи од резултата већег броја студија, може се закључити да предузетнице лошије оцењују сопствене способности које се најчешће доводе у везу са финансијским мерилима перформанси. Са друге стране, оне имају бољу перцепцију сопствених способности управљања људским ресурсима, односима са потрошачима, и, уопште, својих способности изградње и

одржавања интерперсоналних односа (Brush, 1992; Scott, 1986; Walker & Webster, 2006). Имајући у виду карактеристике процеса социјализације жена током кога се код њих подстиче развој вредности оријентисаних према другима, као и доминантно поље образовања, не чуди да предузетнице боље перципирају своје способности које су на неки начин у вези са друштвеним односима.

У вези са самопоуздањем и вером у то да могу да утичу на перформансе свог предузећа јесте и концепт интерног локуса контроле. Локус контроле је феномен који је у домену психологије личности дефинисао *Rotter* (1966) као перцепцију појединца о локусу⁴³, односно о локацији контроле догађаја. Појединац има интерни локус контроле када верује да може контролисати догађаје, односно када верује да се они дешавају као резултат његовог понашања. Супротно, када се догађаји виде као последица фактора на које се не може утицати (среће, судбине, понашања других и слично), појединац има екстерни локус контроле. Интерни локус контроле се традиционално сматра једном од основних карактеристика предузетника (Bowen & Hisrich, 1986; Bönnte & Piegeler, 2012; Orser et al., 2011; Winn, 2005). Интерни локус контроле предузетника повећава опрез за идентификовање шанси и спремност да се оне искористе (Minniti & Nardone, 2007), будући да појединци са интерним локусом контроле верују да се детерминанте успеха могу идентификовати, разумети, предвидети и контролисати (Bracker, Keats & Pearson, 1988). Стога је интерни локус контроле детерминанта успеха и предузетника генерално (Verheul et al., 2012), и предузетница (Loscocco et al., 1991). Међутим, у вези са локусом контроле предузетница, као и у вези са односом између локуса контроле предузетника и предузетница нема јединствених резултата. И док резултати одређених студија показују то да у нивоу самопоуздања и у веровању да својим напором утичу на успех нема разлика између предузетника и предузетница (Kalleberg & Leicht, 1991; Loscocco et al., 1991; Loscocco & Robinson, 1991), има и оних који указују на то да предузетнице карактерише екстерни локус контроле (Verheul et al., 2012), или да, супротно претходном, оне имају интерни локус контроле у већој мери у односу на предузетнике (Bowen & Hisrich, 1986).

⁴³ Локус (лат. *locus*) – место.

2.1.2. Социјални капитал као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Социјални капитал се уз хумани капитал власника предузећа сматра примарним видом капитала путем ког се обезбеђују друге форме капитала потребног предузећу – физички и финансијски (Carter et al., 2003). Овај вид капитала настаје у друштвеној структури односа и норми, а утиче на пословање стварајући сет обавеза, очекивања, комуникационих канала и норми које обликују понашање (ibid., стр. 6). Део овог капитала су друштвене мреже власника које могу бити значајан фактор перформанси предузећа (Vossenberг, 2013). Мреже односа власника омогућавају проток информација, приступ екстерно лоцираним ресурсима на трошковно ефикасан начин, представљају извор шанси, савета и моралне подршке (Carter et al., 2003; Coleman, 1988; Haynes et al., 2000; Renzulli et al., 2000; Verheul & Thurik, 2001; Watson, 2010). Укљученост у локалне друштвене мреже обезбеђује лојалну базу локалних потрошача што утиче на смањење трошкова привредне пропаганде (Tsuchiya, 2010). Захваљујући дељењу информација у друштвеним мрежама је могуће остварити мање трошкове скрининга, идентификовања шанси и опасности на тржишту. Такође, учествовање и лични допринос локалним програмима подршке помоћи члановима заједнице утиче на изградњу позитивне репутације што доприноси перформансама предузећа (ibid.). На овај начин друштвене мреже доприносе превазилажењу недостатака нових и малих предузећа (Manolova et al., 2007). Друштвене мреже власника су од нарочитог, а можда и од већег значаја у економијама у транзицији у којима су материјални и финансијски ресурси ретки а институционално окружење недовољно развијено (ibid.).

Ипак, постоје истраживања чији резултати указују на то да однос између умрежавања власника и перформанси предузећа није линеаран и да након одређеног нивоа даље умрежавање постаје контрапродуктивно (Watson, 2010). Наиме, умрежавање подразумева утрошак одређеног времена. Како је време ограничени ресурс, то начин на који појединци алоцирају своје време може имати изражене економске ефекте. Након одређеног нивоа, неће бити маргиналних ефеката од умрежавања – због тога што се уместо на остале активности које су неопходне за обављање посла, ограничено време троши на умрежавање. Утицај нивоа умрежавања власника на перформансе предузећа може се пратити преко опсега и интензитета умрежавања. Наиме, према *Zhao* и *Aram*-у (наведено према: Watson, 2010) опсег мрежа је одређен бројем мрежа чији је власник члан, док се интензитет односи на фреквенцију приступа мрежи. Између нивоа умрежавања власника (опсег

мреже*интензитет односа) и вероватноће преживљавања предузећа, као и између нивоа умрежавања и раста прихода постоји однос који се визуелно у координатном систему може приказати кривом облика обрнутог латиничног слова *U*. Ипак, оваквог типа односа између перформанси и нивоа умрежавања нема када се перформансе мере нивоом *ROE*. У овом случају виши ниво умрежавања смањује профитабилност предузећа. Дискутујући ове резултате, *Watson* (2010) истиче могућност да умрежавање доприноси расту прихода који повећавају шансу за преживљавање и раст, али да оно подразумева и одређене трошкове (и времена и новца), што може водити ка томе да се додатни приходи потиру додатним трошковима. Уколико се утицај нивоа умрежавања прати по компонентама ове величине (опсег мреже и интензитет умрежавања), резултати указују на то да је вероватноћа преживљавања позитивно корелисана са интензитетом умрежавања, али без корелационе везе са опсегом мреже. Са друге стране, раст прихода је у позитивној корелационој вези са опсегом мреже, али не и са интензитетом односа. Полазећи од ових резултата, власницима предузећа *Watson* (2010) препоручује да карактеристике свог умрежавања дефинишу полазећи од примарног пословног циља. Наиме, ако је примарни циљ власника преживљавање предузећа, онда треба одржавати интензивне односе у мањем броју мрежа. Опстанак, или преживљавање је нарочито битан циљ за мала предузећа. Са друге стране, када је примарни циљ раст, онда треба бити укључен у већи број мрежа уз одржавање мањег интензитета односа. У вези са односом умрежавања власника и раста предузећа, *Manolova et al.* (2007) проналазе да је за раст предузећа од већег значаја тзв. фокусирано, у односу на генерално умрежавање власника. Резултати студије ових аутора сугеришу то да само чланство у мрежама као такво не утиче на раст, али да проблемски оријентисана, саветодавна подршка мрежа доприноси расту.

У случају вероватноће преживљавања и раста прихода, резултати указују на то да постоји одређени, оптимални ниво ресурса (финансијских и нефинансијских) који власници треба да усмере ка умрежавању. У сваком случају, мора се водити рачуна о трошењу времена и новца за односе у мрежи, будући да резултати указују на то да интензивније умрежавање негативно утиче на *ROE*. Како је већ истакнуто, постоје студије које указују на то да се мреже мушкараца и жена разликују – како по опсегу, тако и по интензитету односа. Ипак, *Watson* (2010) истиче то да се, имајући у виду резултате о непостојању разлике у релативним мерилима перформанси предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена, може закључити да – или нема значајних разлика у умрежавању жена и мушкараца, или да се додатно умрежавање

мушкараца не исплати. Резултати истраживања овог аутора указују на то да су жене подједнако активне у мрежама као и мушкарци. Слично, *Verheul* и *Thurik* (2001) истичу то да по питању тенденције ка умрежавању и величине мрежа постоје сличности између мушкараца и жена.

Структура друштвене мреже и тип, односно јачина односа у њој јесу димензије које одређују корисност мреже у смислу њеног доприноса перформансама предузећа (*Carter et al.*, 2003; *Renzulli et al.*, 2000; *Watson*, 2010). Интеракције чланова друштва које су у основи формирања друштвених мрежа карактерише хомофилија, односно преферирање ступања у однос са појединцима сличним према неком критеријуму – према полу, годинама, образовању и слично (*Ibarra*, 1992; *Prell*, 2012, стр. 129). Хомофилија може бити статусна и/или вредносна (*Centola, Gonzales-Avella, Eguiluz, & Miguel*, 2007), и она повећава вероватноћу интеракције, односно комуницирања у групи (*Runyan et al.*, 2006). Међутим, иако сличност између појединаца повећава вероватноћу њихове интеракције, ниво диверзификованости мреже повећава вероватноћу да ће мрежа коју чине по неком критеријуму међусобно различити појединци бити извор већег обима различитих информација (*Loscocco, Monnat, Moore, & Lauber*, 2009). Што је мрежа према структури својих чланова хетерогенија, то је она информационо богатија (*Carter et al.*, 2003), и има већи потенцијал за допринос перформансама предузећа. Хетерогеност мреже као мера њене диверзификованости представља потенцијал за приступ чланова мреже разним друштвеним сферама. Диверзификоване мреже нуде шири приступ информацијама и, будући да чланови оваквих мрежа имају различите изворе информација, мања је вероватноћа да ће информације из хетерогене мреже бити сувишне (*Renzulli et al.*, 2000).

Бенефити умрежавања зависе и од јачине веза између чланова мреже. Према учесталости међуодноса, степена емотивне блискости и нивоа реципрочности у односу, везе између чланова могу бити јаке и слабе (*Burt*, 1992; *Granovetter*, 1973). Јаким везама се означавају односи између рођака и блиских пријатеља, док се слабе везе односе на интеракцију са познаницима и стручњацима (*Watson*, 2010). Мреже између чијих чланова постоје јаке везе су, у односу на мреже са slabим везама, вероватније извор сувишних информација (*ibid.*). Са овог аспекта, основна слабост јаких веза је у њиховом ограниченом потенцијалу да обезбеде нове информације, увид у ново знање и искуство изван оних већ познатих (*Carter et al.*, 2003; *Renzulli et al.*, 2000). Овај ограничени потенцијал јаких веза постоји због тога што између друштвених мрежа појединаца повезаних јаким везама постоје већа преклапања, док су они сами у већој

мери слични једни другима (Granovetter, 1973). Такође, могуће је да у мрежама јаких веза постоји такозвано „*претерано заједништво*”, односно лојалност заједници које обесхрабрује економско напредовање појединца и издвајање од окружења, обесхрабрује географско дислоцирање ради експлоатације повољних прилика, као и ступање у односе са припадницима других мрежа (Tsuchiya, 2010, стр. 159). На тај начин мреже власника у којима доминирају јаке везе могу негативно утицати на перформансе и перспективу њихових предузећа. Имајући ово у виду, истиче се да су, у односу на величину мреже, степен њене диверзификованости и густине (или ниво међусобне повезаности различитих учесника мреже) значајније димензије оцене друштвене мреже власника као детерминанте перформанси предузећа (Burt, 1992). У густим мрежама постоји већи број сувишних веза – већина чланова је у међуодносу. У овим мрежама циркулише мање нових информација, будући да због структуре повезаности чланова, свако зна оно што и други чланови мреже знају (ibid.).

Због свог информационог потенцијала друштвене мреже власника су посебно значајне за успех малих предузећа. Имајући у виду позицију жена у већини друштава, ове мреже могу бити нарочито битне за успех предузећа у власништву жена (Loscocco et al., 2009). Ипак, са аспекта могућег доприноса перформансама предузећа, структура мрежа жена је углавном неадекватна (Coleman, 2000). Мреже жена у већој мери карактерише родна хомофилија (Thébaud, 2010; Verheul & Thurik, 2001). Истиче се да због тога друштвене мреже жена могу негативно утицати на перформансе њихових предузећа. Наиме, са једне стране, у мрежама жена нема много мушкараца, док са друге стране у областима битним за успех предузетничких подухвата (нпр. на позицијама одлучивања у банкама и у финансијским институцијама) нема много жена (Buttner, 1993; Greene, Brush, Hart & Saporito, 2001). Између мушкараца и жена постоје разлике и у циљевима умрежавања (Buttner, 1993). Циљеви умрежавања мушкараца су више инструментални и односе се на остваривање личне користи, док су циљеви жена у већој мери афективни и друштвени (ibid.). Примарни циљеви умрежавања могу делимично објаснити и доминантни тип веза у мрежама жена. Наиме, жене преферирају емотивно, односно лично повезивање у форми јаких веза. У мрежама жена има више рођачких веза, и оне се генерално више ослањају на подршку рођака и блиских пријатеља (Bird & Sapp, 2004; Carter et al., 2003; Haynes et al., 2000; Renzulli et al., 2000). Ове везе су значајна друштвена подршка, али су од мањег значаја за пословни успех (Loscocco et al., 2009). Због већег учешћа рођачких веза, жене могу имати већу емотивну подршку, али зато мању инструменталну подршку која је битнија

за економски успех њихових предузећа (Renzulli et al., 2000). Резултати одређених истраживања показују то да повећана емоционална подршка рођака не компензује изгубљене информације у мрежама јаких веза (ibid.).

Иако схватају значај успостављања и одржавања односа са стејкхолдерима, власнице предузећа практично у већој мери успостављају контакт са рођацима и пријатељима, док у мрежама односа власника има више представника финансијских институција и владиних агенција (Rodríguez & Santos, 2009). Због недостатка, или неадекватног ранијег радног искуства власницама предузећа недостају комерцијалне мреже – односно изграђени односи са добављачима, купцима и слично (Birley, 1989). Такође, жене су искључене из различитих асоцијација које се у највећем броју сматрају „клубовима мушкараца” (Winn, 2005). У објашњењу ових разлика у мрежама мушкараца и жена, родна перспектива анализе полази од тога да мушкарци имају бољи друштвени статус што их чини вреднијим и пожељнијим чланом мреже и што им омогућава успостављање инструменталних веза (Loscocco et al., 2009). Наиме, одређена статусна позиција је извор за акумулацију социјалног капитала. Што је позиција боља, већи је акумулирани социјални капитал, а власник тог капитала је пожељнији члан мреже (ibid.). Због статусне хомофилије, треба очекивати да ће статусно боље позиционирани чланови друштва (у већем броју мушкарци) у својим мрежама имати појединце сличног статуса. Према Ibarra-у (1992), треба очекивати да ће се појединци бољег статуса бирати за успостављање инструменталних веза, док је сличност, односно хомофилија критеријум за изградњу афективних односа. Имајући у виду да су мушкарци боље друштвено позиционирани, жене са њима успостављају инструменталне везе. Са друге стране, због хомофилије и сличности у интересовањима и вредностима које имплицира, афективне односе жене граде са другим женама (Ibarra, 1992).

Будући да имају више контаката са појединцима на позицијама од значаја за успех предузећа, друштвене мреже власника малих предузећа су, у смислу доприноса перформансама, јаче (Vossenbergh, 2013). Неадекватна структура мрежа жена је једно од објашњења за мало учешће предузећа у власништву жена у јавним набавкама администрације Сједињених Америчких Држава (Loscocco & Robinson, 1991). Наиме, администрација САД је највећи светски пословни купац који према закону САД један део својих набавки мора да усмери ка малим предузећима. Учешће предузећа у власништву жена у овим набавкама износи свега 1%. У оквиру саме администрације највећи купац је америчко Министарство одбране. Иако се око 1/3 буџета за набавке

овог Министарства односи на оне производе и услуге које могу обезбедити предузећа у власништву жена (јер су заступљена у одговарајућим делатностима), веома мали број набавки иде ка овим предузећима. Једно од објашњења за овакав положај предузећа у власништву жена је и чињеница да су жене искључене из друштвених мрежа путем којих се долази до ових уговора о снабдевању.

Битна димензија која одређује информациони потенцијал друштвене мреже јесу такозване структурне рупе (Burt, 1992). Наиме, у теорији друштвених мрежа сувишним контактима се означавају контакти са појединцима који су међусобно повезани јаким везама – нпр. контакти на релацији отац-син, супруг-супруга, блиски пријатељи. У случају овакве повезаности, приступ једном контакту лако води до другог. Такође, због блискости контаката, у информационим каналима оваквих веза крећу се ограничене, односно истородне информације. Са друге стране, структурна рупа постоји између два несувишна контакта, односно између појединаца који нису повезани директно – немају директан контакт један са другим, или индиректно – у својој мрежи имају контакт који искључује други (ibid.). Власник предузећа који у својој друштвеној мрежи има више структурних рупа (мало чланова његове мреже је међусобно повезано), ће у већој мери имати благовремен приступ диферентним информацијама (Watson, 2010).

Према типу везе и заступљености структурних рупа, мреже могу бити неформалне и формалне. Друге карактеристике више слабих веза и структурних рупа, и зато су формалне мреже у већој мери корисне за перформансе предузећа (ibid.). Ипак, према резултатима студије цитираног аутора, једини вид формалне мреже која утиче на вероватноћу преживљавања и на раст прихода и предузећа у власништву жена, и оних у власништву мушкараца јесу мреже односа са екстерним рачуновођама. И у овом случају постоји одређени оптимални ниво умрежавања након ког нема додатних бенефита будући да се вероватноћа преживљавања не повећава повећањем броја контаката са рачуновођама. Једина друга формална мрежа која има утицаја на перформансе предузећа, и то једино у случају оних у власништву мушкараца, јесу гранске асоцијације. Што се тиче неформалних мрежа и вероватноће преживљавања – мушкарци чешће ступају у односе са осталим учесницима у грани, док жене у већој мери граде односе са пријатељима и родбином. Резултати истраживања такође показују то да је повећање интензитета односа у неформалним мрежама, подједнако као и непостојање односа у њима, контрапродуктивно по вероватноћу опстанка предузећа. Када се перформансе мере растом прихода, односи са рачуновођама и чланство у гранским асоцијацијама утиче на повећање раста прихода предузећа у власништву

мушкараца. Неформалне мреже нису у вези са растом прихода предузећа која контролишу мушкарци, али ни оних које контролишу жене.

2.1.3. Породичне варијабле као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Већи део кућних и породичних послова обављају жене (Cliff, 1998; Menezis et al., 2006), и за већину њих се ове обавезе не смањују ни након отпочињања предузетничке активности (Ufuk & Özgen, 2001). Штавише, власнице предузећа своје брачно стање, односно свог супруга могу видети као баријеру успеху будући да они и од своје супруге предузетнице очекују да ће извршавати највећи део кућних послова (Loscocco & Robinson, 1991). То значи да се уз постојеће породичне, предузетницама само додају нове, пословне обавезе (Ufuk & Özgen, 2001). У линији са претходним, највећи број предузетница истиче да су уз финансијске проблеме, породичне обавезе највећа баријера за остваривање пословног успеха (Fitzgerald, Winter, Miller, & Paul, 2001). Уз све изазове које наводе предузетници, предузетнице имају и додатни – бригу о деци и обавезу извршавања кућних послова. Статистички значајно већи број жена више значаја придаје обављању кућних послова након посла и сматра да је остваривање баланса између породичних и пословних обавеза за њих изазов (Knott, Garzon, & Martinez, 2011). Ипак, интересантно је да испитивање кросродних перцепција указује на то да мушкарци дупло чешће сматрају да деца, односно брига о њима негативно утиче на развој каријере жена него што саме жене то сматрају (ibid.). Оваква кросродна перцепција, *ceteris paribus*, за жене може представљати проблем увек када мушкарац доноси одлуку која се тиче каријере, или предузећа у власништву жена.

Утицај породичних обавеза на пословну сферу живота жена у вези је са социолошким концептом улога који се односи на скуп правила понашања за појединца на одређеној позицији у групи (Fitzgerald et al., 2001). Ситуација вишеструких улога, односно ситуација у којој жена уз породичне (мајка, супруга, домаћица, рођака), извршава и обавезе које произлазе из других улога које има (професионалне, друштвене), је потенцијално поље манифестације конфликта између захтева ових улога (Ufuk & Özgen, 2001). Овај, *породица-посао конфликт* настаје када се захтеви породичне улоге жене не могу испунити паралелно за захтевима њене професионалне улоге (ibid.). Иако теоријски није искључива карактеристика живота жена, практично су жене у већој мери суочене са конфликтним захтевима своје приватне и

професионалне сфере живота (Buttner, 1993; Fitzgerald et al., 2001; Morris et al., 2006; Stevenson, 1986; Vossenberг, 2013; Winn, 2005). У том смислу *Fitzgerald et al.* (2001) проналазе то да се предузетнице чешће налазе у улози двоструког менаџера – у улози менаџера породице⁴⁴ и у улози менаџера посла. Што се тиче предузетника, у случају 99% њих који су менаџери свог предузећа, њихове супруге су менаџери породице. Што се тиче предузетница, према резултатима истраживања *Ufuk* и *Özgen-a* (2001), улога предузетнице је у највећој мери у конфликту са улогом домаћице, затим са улогом мајке и, на крају, са улогом супруге. И према истраживању *Scott* (1986), највећи број предузетница осећа породица-посао конфликт, док је једна од испитаница сликовито истакла да је „*пословној жени за успех потребна добра супруга*” (*ibid.*, стр. 42).

Предузетничка активност жена је важна за развој земље и за унапређење квалитета живота породице, али (уколико није праћена редефинисањем породичних улога, прим. аут.) повећава вероватноћу манифестације породица-посао конфликта (*Ufuk & Özgen, 2001*). Стога остваривање квалитативног доприноса предузетничке активности жена захтева промену културолошког модела родних улога у породици уз истицање родне једнакости, чиме се стварају услови за равномернију поделу обавеза (*Knorr et al., 2011; Vossenberг, 2013*).

Породица-посао конфликт, као конфликт различитих, међусобно бар делимично некомпатибилних улога појединца (*Fitzgerald et al., 2001*), доводи до неусаглашености захтева понашања у ове две сфере живота, утиче на психофизичко стање појединца, али и на пословне перформансе (*Knorr et al., 2011; Ufuk & Özgen, 2001; Winn, 2005*). Према теорији одрживог породичног посла (*Danes et al., 2007*), породица и породични посао јесу сврсисходни и рационални системи који се делом преклапају у остваривању сопствене одрживости. Ова два система трансформишу ресурсе и кроз ресурсну и интерперсоналну интеракцију остварују резултате. Имајући у виду то да размењују ресурсе, између ових система може доћи од конфликтних ситуација онда када нема довољно ресурса да се задовољи тражња оба система. Такође, функционисање ових система и вероватноћа испољавања конфликта зависи и од карактеристика окружења. Током стабилног периода системи користе сопствене ресурсе. Током нестабилних периода јавља се тражња за ресурсима другог система. Ова теорија је компатибилна са

⁴⁴ Менаџер породице је према ауторима особа која обавља највећи део послова у вези са припремом оброка, чишћењем, бригом о деци и другим кућним обавезама (*Fitzgerald et al., 2001, стр. 273*).

ресурсним погледом на предузеће, али је шира јер подразумева размену ресурса између два система. Како су жене под већим притиском породица-посао конфликта, у намери да га превазиђу оне бирају различите стратегије балансирања захтева, односно начине решавања овог конфликта, као што су одлагање каријере, улога *супер* жене и мајке која одговара свим обавезама, скромнији друштвени ангажман, мање аспирације, краће радно време и слично (Vossenberг, 2013). Како време посвећено обављању једне од две улоге ограничава време које се може посветити другој активности, могући одговори на захтеве различитих улога јесу повећање времена које се посвећује извршавању пословних или породичних обавеза, или реалокација времена ка једној од области (Fitzgerald et al., 2001). У ситуацији у којој је женама приоритет породица, овај конфликт ће у коначном резултирати мањој посвећености послу (Ufuk & Özgen, 2001). Породични и шири друштвени контекст живота жена ограничава време и енергију коју оне могу посветити послу (Loscocco & Robinson, 1991; Peris-Ortiz et al., 2012). Обављање кућних послова мушкарци и даље већим делом сматрају неадекватном обавезом за мушкарце (Winn, 2005). За њих су породица и посао компатибилне сфере живота, док за жене могу представљати дилему, односно алтернативне опције избора. Због породичних обавеза жене могу посветити мање времена идентификовању и експлоатацији пословних шанси. Такође, резултати истраживања показују то да обавеза бриге о деци повећава вероватноћу да ће посао бити лоциран код куће и да то негативно утиче на успех предузећа у власништву жена (Brush, 1992; Carr, 1996; Hundley, 2001; Vossenberг, 2013). Због мање количине времена коју усмеравају на питања своје каријере, предузећа у власништву жена које имају двојаку менаџерску улогу (менаџер породице и менаџер предузећа) су мања и млађа (Fitzgerald et al., 2001).

За жене самозапошљавање може бити начин да се усклади испуњење двојакe улоге (Lechmann & Schnabel, 2012; Strier & Abdeen, 2009; Wellington, 2006), при чему конфликтне захтеве приватне и пословне сфере живота оне углавном решавају тако што више времена алоцирају ка извршавању кућних и породичних обавеза (Jome et al., 2006; Lee et al., 2010). На примат улоге мајке указују резултати истраживања *Strier*-а и *Abdeen*-а (2009), према којима се већина испитаница није изјаснила као предузетница, већ са неког другог аспекта личног, родног и културолошког идентитета истичући да себе виде првенствено као запослене мајке, а не као пословне жене (*ibid.*, стр. 574). Дајући приоритет захтевима породице, радни дан предузетница је у највећем броју случајева краћи од радног дана предузетника или запослених жена (Bird & Sapp, 2004; Coleman & Robb, 2009; Danes et al., 2007; Devine, 1994б; Lechmann & Schnabel, 2012;

Müller & Arum, 2004; Parker, 2009; Robichaud et al., 2007; Verheul & Thurik, 2001). За разлику од предузетника, предузетнице уважавају своје породичне обавезе при планирању радног времена што, у смислу уложеног времена, умањује њихову посвећеност предузетничком подухвату (Lechmann & Schnabel, 2012). Као улагање једног вида инпута – радно време представља битну детерминанту пословног успеха (Watson, 2002). При томе, краће радно време предузетница и посвећеност обављању кућних послова могу бити битне детерминанте родног гена у перформансама предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца (Carree & Verheul, 2012; Hundley, 2001; Lechmann & Schnabel, 2012; Parker, 2009). Према *Burke et al.* (2002), непуно радно време утиче негативно на креирање нових радних места и на вредност предузећа у власништву жена. Највећи део родног гена у зарадама предузетника и предузетница у САД објашњава неједнака дистрибуција сати рада на обављање кућних, и послова у вези са функционисањем предузећа (Hundley, 2001). Управо због балансирања породичних и пословних обавеза жене често бирају да своје послове воде од куће (Loscocco & Robinson, 1991), док лоцираност посла код куће у већој мери негативно утиче на профитабилност предузећа у власништву жена (Lee et al., 2010).

Жене нису ослобођене породичних и кућних обавеза ни када су запослене, или када су власнице предузећа (Cliff, 1998). Ова тзв. *друга смена* посла (Loscocco & Leicht, 1993, стр. 885; Winn, 2005, стр. 387) представља већи терет за жене због чега оне често бирају спорији раст својих предузећа. На тај начин породица-посао конфликт доводи до прихватања споријег раста предузећа или стабилности у пословању како би се време и енергија могли усмерити и ка послу, и ка породици (Cliff, 1998; Klapper & Parker, 2010; Winn, 2005). Предузетнице чији пословни циљ није раст предузећа, као разлог за то наводе баланс породичних и пословних обавеза који би био поремећен чињеницом да управљање растућим предузећем захтева улагање више времена и енергије (Cliff, 1998; Robichaud et al., 2007). Наравно, има и предузетница које теже расту, чак и брзом расту својих предузећа (Gundry & Welsch, 2001; Morris et al., 2006). Ипак, иако су амбициозне и спремније да поднесу терет раста својих предузећа, чак и оне нису спремне да жртвују време проведено са породицом и оцењују да обавезе које власништво посла имплицира нису значајније од времена проведеног са породицом (Gundry & Welsch, 2001). За разлику од предузетница, статистички значајно већи број предузетника сматра да је вођење посла значајније од времена проведеног са породицом (Kepler & Shane, 2007).

Брачни и породични статус предузетника утичу на перформансе предузећа условљавајући ниво економских потреба породице (Loscocco & Leicht, 1993). Резултати одређених истраживања указују на то да веће економске потребе породице подстичу ангажовање предузетника и перформансе њихових предузећа (ibid.). У већини друштава постоје разлике у процесу социјализације мушкараца и жена – мушкарци се уче да треба да раде како би издржавали себе и своју породицу, зато се охрабрују да теже успеху, док се од жена очекује да брину о другима и да нађу некога ко ће их издржавати (Winn, 2005). Зато се у већини породица посао и каријера мушкараца сматрају битнијим. Према моделу традиционалних родних улога, пословно ангажовање мушкараца утиче на његов породични живот, док породични живот жене утиче (погађа) на њену посвећеност професионалном ангажману (Loscocco & Leicht, 1993). Уколико се прихвати то да традиционална улога мушкараца подразумева то да он буде главни снабдевач породице, онда треба очекивати да ће постојати позитиван утицај економских потреба породице предузетника на економски успех њихових предузећа (Loscocco & Leicht, 1993; Loscocco et al., 1991). Емпиријска истраживања углавном потврђују то да породичне обавезе ометају пословни успех жена због тога што се, без обзира на професионални статус жена, од њих очекује да обављају кућне послове, а да подстичу пословни успех мушкараца од којих се очекује да примарно задовоље економске потребе породице (Loscocco & Leicht, 1993; Loscocco et al., 1991). Ипак, постоје и ситуације у којима породица подстиче економски успех жена. Тако, на пример, *Loscocco* и *Leicht* (1993) проналазе да економске потребе породице доприносе успеху предузећа у власништву самохраних мајки које су главни снабдевач своје породице. Такође, *Manolova et al.* (2007) истичу да предузетнице у транзиционим економијама повезују раст својих предузећа са додатним приносом и добробити за породицу па их родитељски статус подстиче на раст предузећа.

Уз претходно анализираних видова утицаја, породица може утицати на перформансе предузећа и са аспекта постојања породичне предузетничке традиције. Као извор општег и специфичног хуманог, али и социјалног капитала, породично искуство у предузетништву позитивно утиче на перформансе предузећа (Fairlie & Robb, 2009). У ситуацији у којој су родитељи предузетници, повећан је међугенерацки трансфер знања и предузетничких способности (Sena et al., 2012; Wagner, 2007). Раније искуство стечено радом у породичном предузећу позитивно утиче на већину индикатора перформанси предузећа (Fairlie & Robb, 2009). Као и у већини случајева, и по овом питању су предузетнице у лошијем положају имајући у

виду да је, у односу на предузетнике, мањи број њих раније радило у породичном предузећу и да мањи број њих наслеђује породични посао (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011; Fairlie & Robb, 2009).

2.1.4. Однос према ризику као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Иако резултати одређених студија указују на то да по питању прихватања ризика између мушкараца и жена нема значајнијих разлика (Alsos et al., 2006; Buttner, 1993; Buttner & Moore, 1997), или чак и на то да су жене спремније да прихвате ризичне ситуације (Runyan et al., 2006; Tan, 2008), већина аутора се слаже у оцени да жене генерално, па и предузетнице, имају већу аверзију према ризику (Bardasi et al., 2011; Byrnes et al., 1999; Jianakoplos & Bernasek 1998; Kepler & Shane, 2007; Klapper & Parker, 2010; Sena et al., 2012; Verheul & Thurik, 2001; Wagner, 2007; Watson, 2010). При томе је ова мања склоност ка ризику углавном генерална карактеристика жена, будући да је евидентна у већини националних оквира у којима је однос између аверзије према ризику жена и мушкараца анализиран (Bönte & Piegeler, 2012; Lim & Envick, 2013).

Већа аверзија према ризику једним делом може објаснити разлику у зарадама предузетница и предузетника (Parker, 2009; Watson, 2010). Наиме, због веће аверзије према ризику, предузетнице су у мањој мери спремне да изаберу стратегију брзог раста чији је приносни потенцијал већи, али која је у исто време ризичнија по питању угрожавања тренутне позиције, или да покрену посао у технолошки интензивним делатностима (Parker, 2009). Мања склоност ризичним ситуацијама условљава избор сигурних опција од стране предузетница, као и улагање већег напора ради минимизирања ризика (Kepler & Shane, 2007). Предузетнице статистички значајно чешће бирају мање ризичне послове – послове који подразумевају мањи ризик и мању зарату, пре него послове са потенцијално великом зарадом, али и великим ризиком опстанка (ibid.).

Због тзв. *рискофобије* (Kamberidou, 2013, стр. 4), односно због тога што су у мањој мери спремне да прихвате ситуације са неизвесним исходом, као и због веће бригае о ризику брзог раста, предузетнице ограничавају раст својих предузећа због чега је стратегија умереног раста њихова преферирана стратегија раста (Cliff, 1998; Robichaud et al., 2007). Предузетнице имају мање вере у позитиван исход, односно у успех, и за разлику од предузетника ризичне ситуације виде као претњу, а не као изазов (Thébaud, 2010). Watson (2010) истиче да је већа профитабилност предузећа у

власништву мушкараца делом резултат већег ризика који предузетници прихватају. Према резултатима истраживања овог аутора, предузећа у власништву мушкараца остварују већи профит, али нису нужно и ефикаснија. Наиме, према њему би и предузећа у власништву жена остваривала већи профит када би предузетнице предузимале ризичније пословне потезе. Мерећи успех мерилом које апстрахује ефекат преузетог ризика, овај аутор проналази да у успешности предузећа која контролишу жене и оних која воде мушкарци нема значајних разлика.

2.2. Карактеристике предузећа

Уз карактеристике власника, перформансе малих предузећа су детерминисане и карактеристикама њиховог екстерног и интерног окружења. По питању утицаја карактеристика предузећа на економски успех предузећа у власништву мушкараца и оних у власништву жена нема родних разлика (Loscocco & Leicht, 1993). Иако примарно одражава карактеристике екстерног окружења, делатност (или грана) пословања се у анализама третира карактеристиком предузећа која значајно детерминише пословне перформансе. Поред делатности, у контексту утицаја на перформансе, величина и старост предузећа су најчешће испитиване карактеристике предузећа. По питању већине карактеристика, предузећа у власништву жена се разликују од предузећа у власништву мушкараца (Brush, 1992). Стога су ове карактеристике битна компонента анализе узрока родног гена у перформансама предузећа. Резултати истраживања показују то да, поред тога што утичу на перформансе предузећа генерално, карактеристике предузећа јесу значајна експланаторна варијабли гена у перформансама предузећа у власништву мушкараца и оних у власништву жена (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011). За разлику од родног модела према коме је родни ген у перформансама предузећа последица разлика у процесу социјализације и лошије позиције жена у економској и неекономској сфери живота, према структуралном или радном моделу родног гена – у основи разлика су карактеристике самих предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца (Loscocco et al., 1991). Не проналазећи разлику у механизму и интензитету утицаја карактеристика предузећа на пословне перформансе предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца, закључци истраживања из концепцијског оквира овог модела сугеришу то да би уз исте структурне карактеристике предузећа у власништву жена била подједнако успешна као и она у власништву мушкараца (ibid.).

2.2.1. Делатност предузећа као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Конкурентност предузећа, односно потенцијал његовог раста и развоја представља резултат сложеног међуутицаја фактора из екстерног и фактора из интерног окружења. Тренутна позиција предузећа, као и могућност и правци репозиционирања одређене су карактером деловања ових фактора. Фактори из екстерног окружења предузећа се могу анализирати као фактори у општем, и као фактори у конкурентском или гранском окружењу предузећа (White, 2004, стр. 162). Опште окружење предузећа јесте макро ниво екстерног окружења из кога делују фактори који утичу на пословање свих привредних субјеката у привредном систему (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2007, стр. 38; Ritston, 2008, стр. 33). Конкурентско или гранско окружење предузећа је део екстерног окружења који је *ближи* предузећу а чине га елементи чији је утицај на пословање предузећа директнији и видљивији, али и под већим могућим повратним утицајем самог предузећа (Ritston, 2008, стр. 34; White, 2004, стр. 201). Анализа конкурентског окружења је основ идентификовања карактера конкуренције и конкурентског положаја предузећа, као и профитног потенцијала гране у којој послује (Campbell, Stonehouse & Houston, 2002, стр. 134; Hitt, Ireland & Hoskisson, 2007, стр. 51). У анализи утицаја гранског окружења на перформансе малих предузећа истиче се да стопу приноса ових предузећа одређује ниво ризика карактеристичан за одређену делатност (Watson, 2002), интензитет конкуренције, ниво истраживачко-развојних активности, као и величина тражње (Lee & Marvel, 2014; Loscocco et al., 1991). Већи ризик имплицира већу стопу приноса, док израженија истраживачко-развојна активност интензивира појаву нових технологија што омогућава отварање нових тржишта, дефинисање нових организационих форми, увођење нових производа, сировина, процеса. Већи обим тражње је основ за остваривање ефеката економије обима, али и за специјализацију за опслуживање тржишних ниша. Такође, већи обим и растућа тражња смањују вероватноћу директног надметања са конкурентима.

За разлику од предузетника који су заступљени у ширем спектру делатности, предузетнице су сконцентрисане у свега неколико њих (Bardasi et al., 2011; Carr, 1996). За оцену заступљености предузетница у одређеној делатности може се користити индекс концентрације који представља однос између релативног учешћа предузетница у посматраној делатности и њиховог процентуалног учешћа у укупном броју предузетника у одређеном региону или земљи (Bardasi et al., 2011, стр. 426). На

диспропорционално већи број предузетница у посматраној делатности, у односу на њихово учешће у укупном броју предузетника у земљи, указује вредност овог индекса већа од јединице. Делатности са натпропорционално већим бројем предузетница називају се *женским делатностима*. Доминација услужне делатности у предузетничкој активности жена емпиријски је потврђена у различитим националним, социо-економским и културолошким контекстима. И као запослене, и као samozапослене, жене су *гетоизирани* у смислу да су заступљеније у услужним делатностима и у трговини (Brush, 1992; Buttner, 1993; Coleman, 2000; Hisrich & Brush, 1984; Kalleberg & Leicht, 1991, стр. 140). За разлику од услужних и трговинских као *женских занимања*, занимања у производној, грађевинској и делатности високе технологије се због већег учешћа предузетника сматрају *мушким занимањима* (Anna et al., 2000; Cliff, 1998; Fairlie & Robb, 2009; Verheul & Thurik, 2001). Образац поља ангажовања предузетница је сличан и у развијеним, и у земљама у развоју – уз доминантну заступљеност предузетница у трговини у услужним делатностима, уз много мање учешће у брзорастућим делатностима каква је нпр. делатност високе технологије (Klapper & Parker, 2010; Losocco & Leicht, 1993; Menezis et al., 2006).

Делатности у којима су предузетнице примарно ангажоване јесу делатности у којима је конкуренција израженија, у којима су стопа преживљавања предузећа и приносни потенцијал мањи, у делатностима које су, према томе, мање атрактивне и за које су предузетници мање заинтересовани (Anna et al., 2000; Bardasi et al., 2011; Kalleberg & Leicht, 1991; Parker, 2009; Strier & Abdeen, 2009). Предузетнице су претежно ангажоване у спорорастућим, радно-интензивним делатностима (Buttner, 1993; Kalleberg & Leicht, 1991). Предузећа у власништву жена углавном послују на *b2c* тржишту и у приватном сектору, док су предузећа у власништву мушкараца у већем броју оријентисана на *b2b* тржиште и на купце из јавног сектора (Rietz & Henrekson, 2000). Купци предузећа у власништву жена су мањи према величини својих порудбина и углавном су са локалног тржишта (Menezis et al., 2006; Rietz & Henrekson, 2000). Чињеница да су предузећа у власништву жена натпросечно заступљена у нископрофитним делатностима (Bird & Sapp, 2004) утиче на њихов економски успех (Kalleberg & Leicht, 1991; Lee et al., 2009; Losocco & Leicht, 1993)⁴⁵. То потврђују и

⁴⁵ На профитни потенцијал технолошке делатности у којој су жене значајно мање заступљене указује и чињеница да су пет предузетница са *Fortune* листе десет најуспешнијих предузетница у 2013. години у САД власнице предузећа из ове области (Fortune, 2013).

результати који указују на то да се значајан део гена у перформансама предузећа у власништву жена и у власништву мушкараца може објаснити секторском концентрацијом предузетница (Hundley, 2001; Klapper & Parker, 2010).

2.2.2. Старост и величина предузећа као детерминанте перформанси и раста предузећа у власништву жена

Компарацијом резултата студија спроведених у САД и у Великој Британији, Storey (2010) закључује да су величина и старост предузећа битне детерминанте раста малих предузећа. Основна аргументација најчешће евидентираних негативних односа између старости и величине предузећа и стопе раста јесте настојање мањих и млађих предузећа да бржим растом достигну минималну величину при којој је ефикасно пословати. Испитујући утицај година старости на опстанак предузећа, Kalleberg и Leicht (1991) проналазе то да ова карактеристика предузећа позитивно утиче на стопу њиховог преживљавања. Мањи број година старости предузећа је слабост са аспекта вероватноће преживљавања будући да ова предузећа углавном карактеришу недефинисани/неразвијени пословни процеси, неизграђени односи са купцима и добављачима, отежан приступ ресурсима, већи проблеми у испуњењу захтева регулативе и поштовања стандарда, лошија конкурентска позиција на тржишту рада и слично (Kalleberg & Leicht, 1991; Loscocco et al., 1991). Младост предузећа може бити и индикатор мањег броја година искуства у вођењу посла. Ово може бити недостатак и са аспекта стеченог специфичног хуманог капитала власника, што се може негативно одразити на перформансе предузећа (Bardasi et al., 2011). Вероватноћа да ће предузеће више вредети расте са повећањем његове старости, док је потенцијал за генерисање нових радних места највећи у предузећима средње старости (Burke et al., 2002).

Предузећа у власништву жена су у просеку млађа у односу на предузећа у власништву мушкараца (Buttner, 1993; Cliff, 1998; Coleman, 2000; Danes et al., 2007). Према Bardasi et al. (2011), разлоге за младост предузећа у власништву жена треба тражити у чињеници да је предузетништво жена новији феномен, као и у томе да је стопа преживљавања предузећа у власништву жена мања што резултује мањом просечном старашћу ових предузећа. Због тога што су млађа, предузећа у власништву жена су у просеку и мања у односу на она у власништву мушкараца (Rosa et al., 1994). Предузећа у власништву жена су мања са аспекта различитих индикатора величине – број запослених, величина имовине, приходи, профит, величина капитала (Buttner, 1993; Cliff, 1998; Coleman, 2000; Coleman & Robb, 2009; Danes et al., 2007; Haynes et al.,

2000; Klapper & Parker, 2010; Lerner & Almor, 2002; Rietz & Henrekson, 2000; Vossenbergh, 2013; Walker & Webster, 2006). Доминантне делатности ангажовања предузетница које карактеришу ниже баријере уласка, слабији ефекти економије обима, спорији раст и мања профитабилност могу, такође, бити узрок мање величине њихових предузећа (Rosa et al., 1994; Verheul & Thurik, 2001). Ипак, резултати истраживања аутора *Rosa et al.* (1994) указују на то да су предузећа у власништву жена мања у односу на предузећа у власништву мушкараца и када се контролише утицај изабране делатности и година старости предузећа. Према томе, узрок мање величине ових предузећа је бар делимично и у различитим мотивима и циљевима предузетница (Klapper & Parker, 2010), којима је раст предузећа чешће од секундарног значаја (Verheul & Thurik, 2001), и које постављају нижи циљни праг величине својих предузећа (Cliff, 1998).

Величина предузећа је основни предиктор успеха (Loscocco et al., 1991), док је највећи број баријера за раст малих предузећа у вези са њиховом мањом величином (Predić & Stošić, 2013). Мања величина предузећа у власништву жена је према резултатима одређених студија основни разлог њихових лошијих перформанси, релативно према перформансама предузећа у власништву мушкараца (*ibid.*). Штавише, према резултатима цитиране студије, негативни утицај услужних делатности на перформансе предузећа се губи након што се као контролна варијабла уведе величина предузећа. То значи да је ефекат услужне делатности на перформансе посредан – негативни утицај постоји због мање просечне величине предузећа у овој делатности. Већа величина предузећа позитивно утиче на перформансе предузећа тиме што омогућава лакши приступ изворима финансирања, али и бољу конкурентску позицију на тржишту рада, представља окружење адекватно за остваривање ефеката економије обима и ефеката учења⁴⁶, амортизује утицај опасности из окружења, олакшава испуњење захтева регулаторног окружења и отвара могућност избора између већег броја стратегијских опција (Bird & Sapp, 2004; Lee & Marvel, 2014; Mukhtar, 2002). Иако значајна детерминанта перформанси предузећа у власништву жена, интензитет утицаја величине предузећа на перформансе предузећа у власништву мушкараца је већи (Loscocco et al., 1991). Тако је, према резултатима одређених истраживања,

⁴⁶ У већим предузећима има више специјализованог особља, обавља се више сродних послова па је ефекат учења већи (Mukhtar, 2002).

потребно да предузећа у власништву жена буду два и по пута већа од предузећа у власништву мушкараца да би остварила исти ниво перформанси (ibid.).

На бази анализе величине и старости, као и доминантне делатности предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у контексту вероватног утицаја ових карактеристика предузећа на пословне перформансе, може се закључити да се родни геп у перформансама и расту бар делимично може објаснити чињеницом да су предузећа у власништву жена у просеку мања, млађа и сконцентрисана у делатностима израженије конкуренције и скромнијег профитног потенцијала.

2.3. Менаџмент пракса и стратегија предузећа

Ова групација фактора перформанси предузећа се односи на пословне одлуке и активности које власник предузима након оснивања предузећа (Storey, 2010). Уз карактеристике власника и карактеристике предузећа, фактори из ове групе могу битно детерминисати перформансе предузећа. При томе су тактичке и стратегијске одлуке власника којима се усмерава пословање предузећа условљене личним карактеристикама власника и конципиране су уз уважавање карактеристика екстерног и интерног окружења. У контексту анализе гема у перформансама предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца истиче се да се разлози овог родног гема могу сврстати у две групе: у групу разлога који се односе на разлике у баријерама са којима су предузетнице и предузетници суочени у пословању, и у групу разлога који се односе на њихове различите преференције и изборе (Bardasi et al., 2011). Имајући у виду одређени ниво субјективности у карактеру фактора из групе менаџмент праксе и стратегије предузећа, у случају када је родни геп у перформансама одређен њима он би се могао сматрати преференцијама изазваним родним гемом. Ипак, у прихватању оваквог закључка треба бити опрезан имајући у виду да тактички и стратегијски потези власника могу бити одговор на специфичне баријере са којима су суочене. Такође, могуће је да су одређени избори предузетница, иако лични, у великој мери одређени друштвеним очекивањима. Према томе, питање је да ли је профил предузетничког ангажмана свестан избор жена (Klapper & Parker, 2010, стр. 238). Ако јесте, могуће је да је овај избор наметнут социјализацијом и родним улогама у једном друштву – односно, да је по овом питању значајнији ефекат одгоја (средине), у односу на ефекат наслеђа.

Будући да усмеравају пословне одлуке, из ове групе фактора ће најпре бити анализиран утицај дефинисаних пословних циљева на перформансе предузећа, а затим

и карактеристике и утицај менаџмент стила, као и изабране стратегије на перформансе предузећа.

2.3.1. Пословни циљеви власника

Перформансе малих предузећа зависе од мотива, аспирација и намера власника (Cliff, 1998). Због значајне инволвираности власника у пословање малог предузећа, у овим предузећима постоји изражена међуповезаност пословних циљева предузећа и личних циљева власника, при чему су стратегијски циљеви предузећа често одраз личних циљева власника (Mukhtar, 2002). Пословни циљеви које власник дефинише јесу смерница за пословање и одређују димензију перформанси чијем ће се остварењу примарно тежити. При томе је лична перцепција пословног успеха у вези са мотивима за отпочињање посла (Buttner & Moore, 1997). Мотиви представљају битну црту личности која покреће, усмерава и управља одређеном активношћу (Port, 1994, стр. 71). Они представљају сложену покретачку снагу чији су елементи потреба, нагон и циљеви. Мотиви се базирају на потребама и усмеравају избор циљева који представљају доживљај објеката и ситуација којима се потреба може задовољити (ibid.). Будући да мотиви одређују циљеве, а имајући у виду везу између мотива и схватања успеха, може се очекивати да и између схватања, односно вредновања одређеног аспекта успеха и дефинисаних пословних циљева постоји корелација. Један од разлога за лошије перформансе (квантитативно мерене) предузећа у власништву жена јесте и то што су примарни мотиви предузетница више квалитативни (независност, флексибилност и слично), те оне пословањем предузећа у мањој мери теже остваривању квантитативно изражених циљева (Carter & Bennett, 2006; Knorr et al., 2011). Иако резултати одређених студија указују на то да нема значајних разлика у групи мотива предузетника и предузетница (Kalleberg & Leicht, 1991; Scott, 1986), чини се да разлике постоје у доминантном импулсу за избор предузетничке активности. Наиме, истиче се да су при избору опције запослености мушкарци примарно финансијски мотивисани, док жене дају приоритет флексибилности радног времена, задовољству послом и самопотврђивању (Coleman & Robb, 2009; Jome et al., 2006; Kirkwood, 2009; Parker, 2009). Ово свакако не значи да предузетницама није битна финансијска компонента мотивације. Напротив, финансијски мотиви заузимају битно место у систему мотива за вођење сопственог посла жена (Carter et al., 2003; Rosa et al., 1994). Ипак, у односу на мушкарце, предузетнице су често примарно мотивисане другим, више квалитативним мотивима (Kepler & Shane, 2007). Према томе,

финансијски успех је само један од циљева у широком спектру циљева предузетница (Bird & Sapp, 2004; Chaganti & Parasuraman, 1996). За многе предузетнице успех значи бити бољи, а не нужно и бити већи (Brush, 1992, стр. 21). Геп у финансијским резултатима предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца може указивати на то да примарни пословни циљ за предузетнице није остваривање што већег профита (Bird & Sapp, 2004; Brush, 1992). Наравно, алтернативно, или комплементарно објашњење би било да су предузетнице суочене са већим баријерама у остваривању овог циља.

У диверзификованој структури својих циљева, власнице предузећа настоје да ускладе некада супротстављене економске и неекономске циљеве (Brush, 1992; Buttner, 2001). Суочене са некада конфликтним очекивањима у приватној и у пословној сфери живота, жене већи напор усмеравају ка остваривању породичних циљева (Lee et al., 2010). И док су за мушкарце посао и породица компатибилне и комплементарне области, за жене често представљају алтернативне опције (Winn, 2005). Остваривање баланса између приватних и пословних обавеза од предузетница често захтева избор непуног радног времена и жртвовање потенцијално већег приноса (Lee et al., 2010; Loscocco & Robinson, 1991; Morris et al., 2006). Такође, циљеви жена су у већој мери оријентисани на колектив коме припадају. У том смислу предузетнице истичу да свој лични развој остварују кроз развој других (Buttner, 2001). Такође, у односу на предузетнике, предузетницама су значајнији циљеви који се односе на сатисфакцију купаца, циљеви у вези са друштвено одговорним понашањем и слични циљеви који се тичу заједнице (Lituchy & Reavley, 2004).

Разлике у доминантним мотивима усмеравају напор предузетника и предузетница и у основи су разлика између њихових пословних циљева. Однос према расту предузећа је, између осталог, детерминисан мотивима и личним циљевима предузетника (Alsos et al., 2006; Morris et al., 2006). Према Fairlie-у и Robb (2009), мушкарци оснивају предузеће како би његовим пословањем обезбедили примарни извор прихода, док жене у већој мери започињу сопствено пословање како би осигурале секундарни, односно додатни извор прихода за своју породицу. При оваквој мотивацији треба очекивати да ће оријентација ка расту, који представља начин повећања приноса, бити израженија код предузетника у односу на предузетнице. У односу на предузетнице које су *гурнуте* у предузетништво, већа је вероватноћа да ће предузетнице које су мотивисане *pull* факторима дефинисати раст као пословни циљ (Morris et al., 2006). Такође, између мотива и личних мерила успеха постоји корелација,

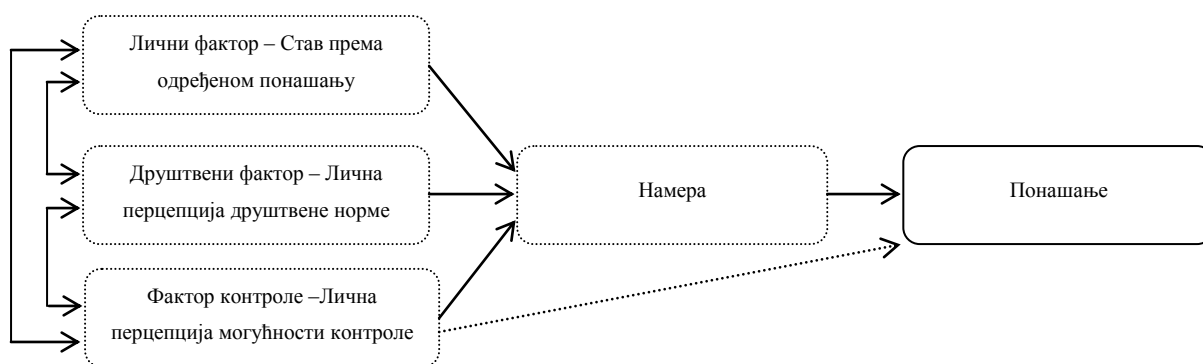
што значи да примарна мотивација предузетница одређује мерила којима ће предузетнице оцењивати успех својих пословних подухвата (Buttner & Moore, 1997; Carter & Bennett, 2006). Родни геп у перформансама предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца се стога може посматрати и кроз призму аспекта успеха који наглашавају жене, односно мушкарци. Наиме, у складу са својим примарним мотивима, жене успех у већој мери оцењују са интерног аспекта – кроз остваривање личног развоја, а у мањој мери екстерним индикаторима као што су профитабилност и раст предузећа (Buttner & Moore, 1997; Rosa et al., 1994). Схватајући успех на овај начин, предузетнице у већој мери могу свој напор усмерити ка остваривању квалитативне димензије успеха, чиме се делимично могу објаснити лошије перформансе њихових предузећа мерене квантитативним индикаторима. Истражујући доминантне мотиве предузетника и предузетница, *Aterido* и *Hallward-Driemeier* (2011) проналазе то да су, супротно очекивањима, предузетнице у већој мери привучене у предузетништво могућношћу да се експлоатише профитабилна пословна шанса. Имајући у виду структуру узорка⁴⁷, ови резултати имплицитно упућују на могућност да је успех анализираних предузећа у власништву жена у корелацији са њиховом, за жене нетипичном, структуром мотива. Слично овим, и резултати аутора *Anna-e et al.* (2000), *Buttner* и *Moore* (1997) и *Morris et al.* (2006) указују на то да је квантитативно мерен успех и раст предузећа у вези са финансијским или економским мотивима предузетница.

Чињеница да је квалитативна димензија примарни аспект успеха који жене вреднују утиче на то да између мушкараца и жена власника предузећа постоје разлике у пословним циљевима, односно у оријентацији на раст предузећа (Robichaud et al., 2007). Уколико предузетнице иницијално не дефинишу квантитативни раст као пословни циљ, оне неће ни тежити остварењу раста својих предузећа. У том смислу се истиче да је оријентација на раст већа код власника предузећа (Orser & Hogarth-Scott, 2002). У односу на предузетнице којима је раст предузећа од секундарног значаја, предузетницима је раст предузећа значајнији циљ, више га вреднују и вероватнији је за њихова предузећа (Orser & Hogarth-Scott, 2002; Verheul & Thurik, 2001). Са друге стране, при дефинисању пословних циљева власнице су у већој мери вођене спознајом

⁴⁷ Узорак су чинила предузећа са запосленима, установљена на тржишту и предузећа која су регистрована и која се не воде од куће – ово су, у односу на мала предузећа уопште, успешнија предузећа.

негативних аспеката раста, у смислу да раст подразумева већи стрес и захтева улагање времена чиме се смањује количина времена које се може посветити породици (Orser & Hogarth-Scott, 2002). У односу на предузетнике, предузетнице имају скромнија очекивања раста и шанси у окружењу, мање су спремне да прихвате ситуације са неизвесним исходом и сматрају да брзи раст угрожава односе у породици (Robichaud et al., 2007).

Предузетници и предузетнице генерално нису склони расту (Orser & Hogarth-Scott, 2002; Storey, 2010). Ипак, раст њихових предузећа може бити остварен и када нема јасног циља и стратегије раста (Morris et al., 2006). То је тзв. пасивни раст, или раст који се дешава сам по себи. Према резултатима истраживања аутора *Morris et al.* (2006), чак 30% власница предузећа која су остварила раст запослености, прихода или капацитета није тежило расту, док 36% њих није планирало раст. Супротно овим резултатима, проналазећи да раст остварују она предузећа чији су власници исказали намере ка расту, резултати других истраживања указују на значај циљева власника за раст и развој предузећа (Orser & Hogarth-Scott, 2002). Насупрот феномену пасивног раста, у концептуалном оквиру *Теорије планираног понашања*, раст представља резултат рационалног, циљно усмереног процеса. Према *Ajzen*-овој (2005) *Теорији планираног понашања*, одређено понашање је непосредно одређено намером да се дато понашање манифестује. Намера да се одређено понашање испољи ће постојати при адекватној констелацији фактора из групе личних, друштвених и фактора контроле (Слика 3.5).



Слика 3.5: Теорија планираног понашања (преузето из *Ajzen*, 2005, стр. 118)

Карактер става према одређеном понашању, као фактор личне природе, зависи од тога да ли одређено понашање појединац евалуира позитивно или негативно. Детерминанта намере из групе друштвених фактора јесте лична перцепција

друштвеног притиска да се одређено понашање (не)испољи. Ради се, дакле, о субјективно перципираној друштвеној норми. Коначно, у основи фактора који се односи на оцену могућности контроле понашања јесте самоефикасност, односно перцепција личне способности да се одређено понашање реализује и контролише. Поред посредног утицаја овог фактора, испрекидана стрелица која на Слици 3.5. овај фактор повезује са понашањем указује на то да између личне перцепције могућности контроле одређеног понашања и самог понашања постоји и директна веза. Наиме, без обзира на намеру, лична оцена контроле понашања може бити основ за прогнозу испољавања одређеног понашања, али само у оним случајевима када је ова лична перцепција могућности контроле у складу са стварном, реалном могућношћу контроле. Према томе, одређено понашање ће бити испољено када се оцењује као пожељно, када се осећа друштвени притисак (или оправдање) да се оно испољи и када се перципира да постоје начини и могућност да се то учини. Постојање одређене намере детерминишу сви ови фактори. Ипак, за генерисање неких намера довољан је утицај два од три фактора. Такође, релативан значај ових фактора ће зависити од врсте намере, као и од субјекта намере.

Одлуке о расту, као одређено понашање предузетника, сагледане у концептуалном оквиру *Теорије планираног понашања*, детерминисане су намером да предузеће расте која је условљена ставом о расту предузећа, субјективно схваћеним друштвеним нормама у вези са растом и оценом могућности реализације раста (Orser & Hogarth-Scott, 2002). Ставови о расту зависе од очекиваних резултата раста и личне оцене вероватноће њиховог остваривања. Доношење одлуке о расту зависи и од мишљења референтних особа о расту које је пондерисано релативним значајем референтне особе за субјекта одлучивања. Коначно, одлуку о расту детерминише и оцењена потреба за одређеним ресурсима и оцена могућности њиховог обезбеђења. Доказујући да ће вероватније расти она предузећа чијим је власницима раст циљ (постоји намера да предузеће расте), цитирани аутори проналазе то да нема родних разлика у природи процеса одлучивања о расту. Разлика има у карактеру параметара ове одлуке. Наиме, за предузетнице је раст мање значајан циљ, оне негативно оцењују захтеве раста због стреса који он подразумева, могућности да поремети породично-пословни баланс, као и због потребе улагања личног времена. Такође, у односу на предузетнике, предузетнице више значаја за доношење одлуке о расту придају подршци супруга кога виде као битну референтну особу чије мишљење може одредити њихову намеру за раст предузећа.

Делимично смештајући анализу у контекст *Теорије планираног понашања*, Cliff (1998) проналази да нема родних разлика по питању намере за раст предузећа. И предузетнице, и предузетници изражавају намеру за раст предузећа, иако немају исти став према расту и иако се разликују по питању расположивих ресурса за раст. У односу на власнике, власнице предузећа мање вреднују раст оцењујући га ризичним јер може да угрози остваривање осталих циљева. Такође, оне располажу мањом количином ресурса које раст захтева. Чињеница да и поред ових разлика, и очито лошијег положаја предузетница, нема разлика у исказаним намерама за раст упућује на могућност постојања квалитативних и квантитативних разлика у израженим намерама. Ове разлике се односе на разлике у намераваном интензитету и начину раста. Предузетнице и предузетници се разликују по питању граница намераваног раста, као и по питању начина достизања те границе. Горњи праг величине предузећа власнице дефинишу на нижем нивоу и за његово остваривање имплементирају конзервативнији приступ. Статистички значајно више предузетница наводи опрезну, контролисану експанзију као жељени правац раста. Овакав приступ расту оне оправдавају постојањем ризика и могућим губицима, наглашавајући при томе могуће личне губитке – време, напор, пре него економске. Што се тиче горњег прага величине предузећа који ограничава раст, поред тога што га дефинишу на нижем нивоу, предузетнице чешће дефинишу ову баријеру за даљи раст. Такође, иако горњу границу величине предузећа дефинишу и предузетници, дешава се да она оперативно не представља стварну границу раста њихових предузећа. Наиме, првенствено због свог израженог такмичарског духа, предузетници циљно усмеравају своје предузеће ка расту, и након што достигну горњи праг величине.

Често се имплицитно подразумева да је мања величина и спорији раст предузећа у власништву жена проблем, и за власнице предузећа нежељено стање (Cliff, 1998). Ипак, цитирана ауторка наводи студије чији резултати указују на то да раст не мора бити природни ток у функционисању организације, и да је ова ситуација у великој мери одраз намера власника. У том смеру је и став да многе предузетнице бирају мању величину и спорији раст својих предузећа (Buttner, 2001; Cliff, 1998; Knorr et al., 2011). Бити мали и стабилан није фаза у развоју предузећа жена, већ њихов свестан избор у функцији задовољења личних, професионалних и породичних циљева (Danes et al., 2007). У вези са претходним је и феномен тзв. *lifestyle* предузећа која представљају антипод (брзо)растућим предузећима. Иако је већина предузећа у власништву жена овог типа, она представљају мање атрактивно и актуелно поље емпиријског

истраживања (Lerner & Almor, 2002). Ова предузећа су мала, спорорастућа предузећа у приватном власништву, чијим власницима приоритет није максимирање профита, већ изградња и одржавање одређеног стила живота (Lerner & Almor, 2002; Manolova et al., 2007; Welsch, 2011). У највећем броју случајева „*предузећа у власништву жена започињу као мала и остају мала*” (Alsos et al., 2006, стр. 681; Bowen & Hisrich, 1986, стр. 402). Због породица-посао конфликта са којим су суочене, предузетнице ограничавају раст својих предузећа (Morris et al., 2006; Orser & Hogarth-Scott, 2002; Winn, 2005). Нижа граница циљне величине коју жене дефинишу за своја предузећа резултат је и њихове веће аверзије према ризику, као и доминације значаја квалитативног аспекта пословања (Watson, 2002).

2.3.2. Карактеристике менаџмент праксе предузетница и предузетника

Различити аспекти манифестације менаџерског понашања, као што су: стил менаџмента, лидерске аспирације, посвећеност организацији и слично, проучавају се и у родном контексту (Nir, 1999). Родно сензитивне разлике менаџмент праксе могу се идентификовати дуж читавог менаџмент процеса. Посматрано по фазама менаџмент процеса, разлике између жена и мушкараца менаџера су приметне и у фази планирања, и у фази организовања, и у фази контроле. Као почетна фаза процеса менаџмента, планирање је сложена менаџерска активност усмерена ка изградњи снага и ка развоју стратегијских вештина као базе за успостављање и унапређење конкурентске предности предузећа (Lerner & Almor, 2002, стр. 112). Планирање се у том смислу може схватити као стратегијска способност предузећа која омогућава развој осталих способности које су у функцији остваривања вишег нивоа пословних перформанси. У малим предузећима се активност планирања највећим делом односи на анализу окружења, дефинисање циљева, формулисање стратегије, пројекцију финансијских индикатора, односно дефинисање буџета, мерење перформанси и на активности контроле и корекције (Bracker & Pearson, 1986, стр. 592). Резултати истраживања менаџмент праксе у малим предузећима указују на то да адекватно развијени и имплементирани систем планирања доприноси њиховом успеху (Bracker et al., 1988; Lerner & Almor, 2002; Rue & Ibrahim, 1998). Стратегијски аспект планирања, као израз проактивног приступа, представља централну менаџмент активност која је изразито повезана са различитим мерилима перформанси и доприноси успеху малих предузећа (Kotey & Meredith, 1997; Lerner & Almor, 2002). Међутим, често се закључује да је стратегијско планирање генерално неразвијено у малим предузећима и да је одсуство

имплементације ове базичне менаџмент праксе један од кључних разлога за велику стопу морталитета ових предузећа (Bracker et al., 1988; Karami, 2007). Ипак, истиче се да је закључак о одсуству праксе стратегијског планирања резултат чињенице да се истраживања карактеристика и значаја активности планирања у малим предузећима углавном реализују у предузећима млађим од пет година (Bracker et al., 1988). Због кратког времена њиховог постојања у овим предузећима је стратегијско планирање углавном неразвијено што не мора бити случај у старијим, зрелим малим предузећима. На степен имплементације активности стратегијског планирања у малим предузећима, поред старости предузећа и, с тим у вези, разлика у проблемима са којима су суочена, утиче и ниво неизвесности окружења у коме ова предузећа послују (Lerner & Almor, 2002).

Према *Bracker et al.* (1988), на перформансе малих предузећа утиче ниво софистицираности планирања, пре него практиковање активности планирања само по себи. Различити нивои софистицираности активности планирања могу се идентификовати у зависности од тога да ли се у предузећу анализирају екстерни фактори, квантифицирају циљеви, дефинишу буџети, припремају писани планови и да ли се планира компарација планираног и оствареног, као и механизми отклањања геша (Rue & Ibrahim, 1998). Према нивоу софистицираности, активност планирања у малим предузећима може бити означена као структурирано стратегијско планирање, структурирано оперативно планирање и интуитивно планирање (Табела 3.2).

Табела 3.2: Нивои софистицираности активности планирања у малим предузећима

Структурирано стратегијско планирање	Формализована активност у предузећу након које остаје писани траг, а којом се на бази података и информација у временском континууму (прошлост, садашњост, будућност) анализира екстерно и интерно окружење и дефинишу мерљиви циљеви који се односе на дужи рок.
Структурирано оперативно планирање	Планска активност у предузећу којом се за текући период дефинише буџет, као и квантитативни циљеви у области производње, трошкова, људских ресурса и слично. Непосредни резултат ове активности јесу писани текући и оперативни планови.
Интуитивно планирање	Планска активност са кратким временским хоризонтом, без писаних планова као резултата, базирана на искуству и интуицији, као и циљевима власника.

Извор: Bracker & Pearson, 1986, стр. 507

Операционализација варијабле планирања за потребе емпиријских истраживања заступљености и ефеката планске активности се најчешће своди на изједначавање планске активности са постојањем писаних планских докумената (Gibson & Cassar, 2005). Посматрано у овом контексту, резултати истраживања указују на то да планска активност није учестала, конзистентна нити континуирана менаџмент активност у

малим и средњим предузећима (ibid.). Истиче се да одсуство формалног процеса планирања у малим предузећима није узроковано тиме што власници не препознају значај оваквог процеса, већ недостатком времена (Robinson & Pearce, 1984). Стога преферирање личног обављања и надгледања свакодневних пословних активности, као и приступ *држати контролу у својим рукама* који је карактеристичан за предузетнице може делимично објаснити одсуство формалног процеса планирања и чињеницу да у предузећима у власништву жена углавном нема писаних планова и политика (Cuba et al., 1983; Mukhtar, 2002).

Мала предузећа у којима се имплементира структурирано стратегијско планирање су успешнија, мерено финансијским мерилима (Bracker & Pearson, 1986). У основи успеха ових предузећа је читав процес планирања – не само ефикасне процедуре планирања, већ и адекватна имплементација и контрола извршења планова. Резултати мета анализе емпиријских студија односа између активности планирања и финансијских перформанси предузећа указују чак и на то да су позитивни ефекти планирања на финансијске перформансе израженији у малим, у односу на велика предузећа (Fossen, Rothstein, & Korn, 2006). Имплементација активности стратегијског планирања је вероватнија у предузећима која послују у неизвесном окружењу (Lerner & Almor, 2002), и од стране особа које због свог интерног локуса контроле верују да се детерминанте успеха могу идентификовати, разумети, предвидети и контролисати (Bracker et al., 1988). Ипак, и у ситуацијама када постоји, планска активност у малим предузећима по својој природи и резултатима није детаљна и ретко када има стратегијски временски хоризонт (Frost, 2003). Иако се једна од најчешћих вештина која се стиче у разним програмима за обуку предузетника односи на израду бизнис плана, у пракси се бизнис планови предузетника најчешће свде на опис тактика и програма конкретних активности (ibid.). Стога овим бизнис плановима који су оптерећени тактиком најчешће недостаје стратегијски плански приступ.

Уколико је локус контроле предузетница више екстерни, при чему су оне ређе присутне у растућим, и тиме неизвеснијим гранама, могуће је очекивати да ће стратегијско планирање које доприноси перформансама предузећа бити слабије изражено у предузећима у власништву жена. Детерминанта временског хоризонта у планирању јесте и лични однос према времену (перцепција времена) субјекта планирања (Nir, 1999). Разлог због ког се предузетнице у мањој мери баве стратегијским планирањем може бити и то што мушкарци, према резултатима одређених студија, имају временски дужу перспективу у реализацији одређених

активности (ibid.). Ипак, према цитираном аутору, недостатак студија које презентују овакве резултате јесте чињеница да оне нису реализоване у организационом контексту. Наиме, у закључивању о доминантној временској перспективи менаџерки и менаџера треба уважити могућност да хијерархијска позиција утиче на временску перспективу планирања. Позиција у хијерархијској структури менаџмента јесте одраз нивоа одговорности и комплексности задатака, па су субјекти стратегијског планирања топ менаџери. И поред повећања броја жена менаџера, ово занимање и даље карактерише вертикална родна сегрегација, односно чињеница да је релативно мањи број топ менаџерки у односу на топ менаџере. Ово може бити разлог за краћу временску димензију планске активности менаџерки. Истражујући ово питање у контексту различитих менаџерских позиција, Nir (1999) проналази да између мушкараца и жена на истом нивоу менаџерске хијерархије нема разлика у психолошкој перцепцији времена. Према томе, позиција у хијерархијској структури одређује временски оквир који у планирању имају и менаџери, и менаџерке. Другим речима, дугорочни аспект у планирању није карактеристика мушкараца менаџера, већ виших хијерархијских позиција у менаџмент структури на којима се мушкарци чешће налазе. Стога нема оправдања за вертикалну сегрегацију у менаџменту која се објашњава недостатком дугорочне визије жена. Што се тиче могуће краће временске оријентисаности предузетница, имајући претходно у виду, могуће је да чињеница да су, у ситуацијама у којима имају неког менаџерског искуства, то искуство стекле на нижим менаџерским позицијама, одређује њихову временску оријентацију и када напусте претходну организацију и започну самостално пословање.

Историјски посматрано, мушкарци доминирају у јавној (посао, држава), а жене у приватној (породица) сфери живота. Због тога су ове две сфере обојене *мушким*, односно *женским* ставовима, нормама и вештинама. Имајући ово у виду, јасно је да је организациона култура већине предузећа изграђена на мушком систему вредности (Buttner, 2001, стр. 254). Резултати емпиријског истраживања указују на то да између менаџмент стила мушкараца и жена постоје разлике, при чему је већа вероватноћа да менаџмент стил жена карактеришу партиципативност, кооперативност, адаптивност, неформалност (Bowen & Hisrich, 1986; Brush, 1992; Buttner, 1993; Knorr et al., 2011; Lerner & Almor, 2002). Предузећа у власништву жена рефлектују њихов систем вредности (Bird & Brush, 2002; Buttner, 2001). Истиче се да, због различитих видова дискриминације, жене често имају негативно искуство са хијерархијским организацијама које виде као отпорне према напредовању (Mukhtar, 2002). Стога када

могу да бирају (ситуација власништва свог предузећа), жене бирају плићу организациону структуру, структуру са мање нивоа ауторитета, флексибилну организацију која одговара њиховом партиципативном менаџмент стилу. У изградњи организационе структуре власнице и власници имају различите приступе (Bird & Brush, 2002; Brush, 1992; Mukhtar, 2002). Наиме, организације у власништву мушкараца карактеришу формализовани процеси, документоване процедуре и регрутовање људских ресурса према потребама посла – приступ базиран на постојећим пословним функцијама. Са друге стране, власнице имају више неформални и интуитивни приступ и изградњу функција око компетенција постојећих запослених – приступ базиран на постојећим људским ресурсима.

У складу са партиципативним менаџмент стилем и плићом организационом структуром, очекује се да ће власнице предузећа у већој мери делегирати одговорност (Mukhtar, 2002). Међутим, резултати истраживања указују на то да предузетнице у највећем броју преузимају личну одговорност за извршење пословних задатака (Cuba et al., 1983; Hughes, 2005; Mukhtar, 2002). Највећи део свакодневних послова обављају власнице предузећа. Проблем делегирања послова и одговорности видљив је и у чињеници да власнице предузећа нерадо одлазе на одмор. Иако резултати истраживања указују на супротно, субјективна оцена власница је да ће се њихово привремено одсуство са посла негативно одразити на перформансе предузећа (Cuba et al., 1983). Бавећи се текућим пословима предузетнице пропуштају да се баве сложенијим менаџмент активностима. Стога не чуди чињеница да су успешнија она предузећа чије власнице делегирају део послова и одговорности. Због овог приступа „држати све под контролом”, посао предузетница, али и оне саме могу бити на губитку, нарочито како се предузеће повећава (Mukhtar, 2002, стр. 309).

Један од разлога за одсуство делегирања одговорности јесте и то што предузетнице на овај начин желе да задрже контролу над својим предузећем (Cuba et al., 1983). Предузетнице карактерише израженија диспозиција ка контроли, односно жеља да имају контролу – да држе ствари под контролом и уверење да то чине (Lim & Envick, 2013; Mukhtar, 2002). Могући губитак контроле је један од разлога за спорији раст предузећа у власништву жена (Cliff, 1998; Coleman & Robb, 2009). Најчешће навођен разлог за одсуство оријентације ка расту предузећа од стране власница јесте то што је предузеће достигло горњи праг величине чије би прекорачење условило губитак контроле над пословањем. Родне разлике постоје и по питању садржаја контроле. Наиме, за разлику од предузетника чији су објекат контроле углавном финансијске

перформансе предузећа, предузетнице чешће контролишу елементе организационе културе (Bird & Brush, 2002).

Карактеристике менаџмент праксе предузетница су једним делом одређене и тзв. релационим приступом карактеристичним за жене (Jome et al., 2006; Lituchy & Reavley, 2004). Релациони приступ подразумева емпатију, способност повезивања и прихватања туђих идеја, отвореност, осећај за туђу емотивну, физичку и интелектуалну реалност (Buttner, 2001). Иако се базира на искуству жена, релациони приступ не објашњава искуство и понашање свих жена, нити се односи само на жене, али ипак у већој мери одражава њихово понашање и подразумева то да различите одлуке и догађаје жене углавном сагледавају контекстуално, не изоловано (*ibid.*). Такође, релациона перспектива жена одређује њихову перцепцију окружења које оне виде као мрежу односа а себе као интегративни део те мреже, док је мушкарцима битнија аутономија (Brush, 1992). У економској сфери живота, власнице своја предузећа не посматрају као изолован економски ентитет успостављен ради остваривања профита, већ као систем међуодноса инкорпориран у њихов систем осталих веза и односа (Manolova et al., 2007). У центру те мреже породичних, друштвених и пословних релација налазе се саме власнице (Brush, 1992). Због тога што предузеће, као систем односа, треба интегрисати у мрежу већ постојећих односа, пре доношења коначне одлуке о оснивању предузећа жене оцењују ефекте ове одлуке, пре свега, на свој породични живот (Kirkwood, 2009).

Као власнице предузећа, жене своју улогу виде у томе да координирају различите односе, да другима олакшају да дају свој допринос заједничком циљу и осећају се одговорним за људе са којима раде (Brush, 1992; Buttner, 2001). Релациона перспектива усмерава предузетнице на оснаживање чланова предузећа, на подршку и подстицање на личну иницијативу (Buttner, 2001). У контексту релационог приступа, власнице предузећа лични успех доживљавају кроз помоћ другима, а моћ схватају као могућност да се допринесе нечијој добробити (Bird & Brush, 2002; Buttner, 2001). Једна од манифестација релационог приступа предузетница јесу и флексибилније опције радног ангажовања које оне нуде својим запосленима како би им омогућиле усклађивање различитих обавеза (Bird & Brush, 2002). Такође, док се систем компензација у предузећима у власништву мушкараца базира на финансијским елементима, власнице предузећа у систем компензација у већој мери уграђују могућност унапређења личног квалитета запослених кроз професионални развој. Због остваривања веће посвећености запослених организацији, релациони приступ власница

може унапредити ефективност предузећа (Buttner, 2001). Ово може бити јако битан корак ка смањењу трошкова управљања људским ресурсима у радно интензивним гранама у којима доминирају предузећа у власништву жена. Релациони приступ је преферирани приступ власница у домену управљања сетом односа унутар предузећа, али и изван њега. Оне теже успостављању дугорочних односа и са екстерним стејкхолдерима – у првом реду са купцима и са добављачима (Tan, 2008). Приликом доношења пословних одлука оне воде рачуна о ефекту својих одлука на друге и осећају одговорност према потрошачима, добављачима и запосленима, а овај осећај одговорности се појачава растом предузећа (Buttner, 2001; Lituchy & Reavley, 2004; Tan, 2008). Релациона димензија менаџмент приступа жена видљива је и у домену мобилисања и коришћења ресурса (Bird & Brush, 2002). Наиме, за разлику од власница које се дугорочно посвећују и настоје да изграде односе вишег квалитета у односу на чисто трансакционе, власници предузећа се краткорочно везују и мало посвећују ресурсима које ангажују – радије их изнајмљују него што их купују.

2.3.3. Специфични стратегијски избори предузетница

Изабрани стратегијски правац деловања детерминише карактер и одрживост конкурентности предузећа. Стога постојање родних разлика у домену стратегијске оријентације може узроковати родни геп у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца. У основи се стратегијски избори предузетника и предузетница односе на избор генералне и специфичних пословних стратегија. Процес избора генералне пословне стратегије представља целину три међуповезане фазе стратегијског одлучивања – одлучивање о начину отпочињања посла, о стратегијском правцу пословања основаног предузећа и одлучивање о начину престанка пословања.

Процесни приступ одређивању феномена предузетништва (Bygrave & Hofer, 1991; Carton, Hofer, & Meeks, 1998) имплицира одређену хронологију стратегијских избора предузетника. Срж процеса предузетништва чини идентификовање, оцена и експлоатација профитабилних пословних шанси (Fayolle, 2007, стр. 37), стога стратегијско одлучивање предузетника започиње избором адекватне стратегије уласка, односно избором делатности пословања и избором начина за успостављање организационог оквира за експлоатацију пословних шанси. Иако се предузетништво често своди на процес оснивања нових пословних ентитета, оснивање новог предузећа није једини варијетет стратегије уласка (Parker & Praag, 2012). Поред оснивања новог

предузећа, предузетнички процес може подразумевати и куповину, преузимање или наслеђивање постојећег предузећа.

Иако су мотиви и начини оснивања предузећа емпиријски истраживанија област, истиче се да без разумевања феномена изласка из посла нема ни потпуног разумевања целине предузетничког процеса (DeTienne, 2010; Wennberg, Wiklund, DeTienne, & Cardon, 2010). Наиме, одлучивање о напуштању пословног подухвата или о његовом затварању је неодвојиви део предузетничког процеса (DeTienne, 2010). Резултати одређених студија указују на то да при оснивању предузећа чак половина власника има на уму одређену стратегију изласка (ibid.). Одлука о изласку из посла је стратегијског карактера, и као и свака друга стратегијска одлука подразумева одлучивање о тајмингу и о начину реализације дефинисаног циља. У случају стратегије изласка, циљ се може односити на излазак власника из посла који је основао, или на излазак предузећа, односно на престанак његовог пословања (DeTienne & Chirico, 2013). Ови стратегијски циљеви могу бити остварени на различите начине – препуштањем посла наследницима, продајом запосленима или менаџерима предузећа (*MBO*), продајом менаџерима изван предузећа (*MBI*), изласком на берзу и продајом акција, давањем франшизе а затим продајом предузећа франшизату, продајом трећој страни, спајањем са другим предузећем, ликвидацијом и затварањем предузећа (DeTienne & Chirico, 2013; Hawkey, 2002). Иако су ређе предмет емпиријског истраживања, данас је у академској заједници евидентна актуелизација стратегија изласка која је подстакнута чињеницом да се ефекти изабране стратегије изласка манифестују на више нивоа – на личном нивоу власника, на нивоу предузећа, на нивоу гране и на нивоу укупног привредног система (DeTienne, 2010).

Перформансе, раст и развој предузећа су у највећој мери садржај стратегијског одлучивања након оснивања предузећа и пре одлучивања о одређеној стратегији изласка. Генерално, општом пословном стратегијом у току пословања предузећа дефинишу се циљне величине пословних перформанси и начин њиховог остваривања. Када је у питању родни аспект стратегијских избора, начелно се може истаћи да је однос предузетница према општој и специфичним пословним стратегијама одређен доминантном делатношћу у којој послују, чињеницом да оне значајан део свог времена алоцирају ка извршавању породичних обавеза, да имају већу аверзију према ризику, лошију самоефикасност, као и мање изражену оријентацију на раст. Резултати појединих емпиријских студија указују на то да предузетнице чешће бирају познату технологију, производе и тржиште (Hisrich & Brush, 1984; Hughes, 2005; Menezis et al.,

2006), као и одређену стратегијску нишу за пласман своје понуде (Lituchy & Reavley, 2004). И пре него што започну пословање, предузетнице у настајању у већој мери оцењују да ће им купци бити са локалног, док предузетници своје купце чешће лоцирају на међународном тржишту (Menezis et al., 2006). Према томе, посматрајући у контексту оквира за систематизацију стратегија за ниво предузећа који је дефинисао *Ansof* (наведено према: Campbell, Stonehouse, & Houston, 2002), може се закључити да већина предузетница има конзервативан и опрезан приступ стратегији развоја тржишта и стратегији развоја производа.

Иако у већини случајева процес стратегијског менаџмента и стратегија као резултат овог процеса нису формализовани, предузетници су у свом пословању генерално суочени са истим стратегијским изборима као и менаџери великих предузећа. Избор стратегије на нивоу предузећа, стратегије појединих пословних функција, као и опредељење за базични извор конкурентности свакако су део процеса пословног одлучивања предузетника. Имајући у виду значај иновација, тржишне оријентације за конкурентност и проблем финансирања малих и средњих предузећа, као и релативно највећу заступљеност ових аспеката стратегије у пракси истраживања предузетничке активности – у наставку рада биће анализирани специфични избори предузетница у домену иновација, маркетинга и стратегије финансирања њихових предузећа као могућих детерминанти родног гена у перформансама и расту.

2.3.3.1. Приступ стратегији иновација

Стратегијско одлучивање у домену иновација се начелно односи на одређивање природе процеса иновирања, предмета иновирања и тајминга реализације активности иновирања. У зависности од карактеристика наведених елемената одлучивања разликују се одређене стратегије иновација. Класификацији ових стратегија се може приступити имајући у виду различите критеријуме – нпр. степен новитета предмета иновације, тајминг, самосталност у спровођењу процеса и слично. Теоријски оквир за обухват и истраживање процеса иновирања чине офанзивна, дефанзивна, имитативна и зависна стратегија иновирања (Freeman & Soete, 1997, стр. 265-285)⁴⁸. Стратегијска

⁴⁸ Офанзивна стратегија иновација подразумева увођење нових производа и стицање тржишне и технолошке конкурентске предности. У односу на офанзивну, дефанзивна стратегија иновација подразумева другачију природу и тајминг иновација. Избор дефанзивне стратегије не значи одсуство иновација, већ увођење иновације нижег степена новитета најчешће након иновативног потеза офанзивног конкурента. Имитативну стратегију иновација имплементирају она предузећа која имитирају

пракса предузетника често подразумева комбинацију наведених стратегијских приступа.

Иновирање технологије и производног програма генерално је позитивно корелисано са бржим растом малих предузећа (Storey, 2010). Позитивна веза између иновација и пословног успеха постоји и у групи предузећа у власништву жена. Тако се, на пример, предузетнице које дефинишу раст као пословни циљ разликују од оних које не желе раст по томе што су оријентисане на тржишну експанзију и технолошке иновације (Gundry & Welsch, 2001). Циљ да предузеће остане мало како би се ускладили породичне и пословне обавезе и задржала контрола, као и натпросечна заступљеност у делатностима у којима иновативност није кључна детерминанта опстанка, опредељују иновативну праксу предузетница (Kalleberg & Leicht, 1991; Lim & Envick, 2013). Делимично објашњење за мање интензивну иновативну праксу предузетница јесте и чињеница да се у току процеса социјализације мање подстиче и одобрава иновативност и неконформистичко понашање жена (Kalleberg & Leicht, 1991). Такође, предузећа која су у највећој мери стратегијски активна у домену производа, тржишта и менаџмент система јесу она са диверзификованим производним програмом, нижим нивоом квалитета и формално постављеним циљевима који се односе на раст продаје (Roper, 1998). Ово углавном није профил предузећа у власништву жена. Уз наведено, иновативну праксу предузетница одређује и чињеница да, са једне стране, иновације, а нарочито оне радикалне, подразумевају виши ниво ризика и захтевају одређени сет компетенција, а да, са друге стране, предузетнице имају већу аверзију према ризику и лошије оцењену самоефикасност. Имајући претходну аргументацију у виду, оправдано је претпоставити да ће предузетнице ређе бирати стратегијску опцију иновирања, а да ће у случају избора овог стратегијског правца он имати првенствено карактеристике дефанзивне, имитативне и зависне стратегије иновација.

2.3.3.2. Приступ стратегији маркетинга

Поред значаја који маркетинг, и шире – тржишни приступ имају за пословну конкурентност, потреба за истраживањем маркетинг праксе предузетника произлази и из чињенице да након почетне фазе пословања, маркетинг проблеми добијају на

већ постојеће иновације офанзивних или дефанзивних иноватора. Зависни иноватори јесу она предузећа која прихватају сателитску или, чак, подређену улогу у процесу иновирања не предузимајући никакву иницијативу у овом процесу, односно спроводећи иновирање на захтев својих купаца.

значају у структури проблема са којима су мала и средња предузећа суочена (Brush, 1992). Интензитет проблема који су у вези са маркетинг праксом може бити израженији у случају предузетница будући да оне у области маркетинга имају лошије оцењену самоефикасност на шта указују и резултати истраживања према којима је маркетинг пракса једна од најчешћих едукативних потреба предузетница (Botha et al., 2006; Loscocco & Robinson, 1991; Xavier et al., 2012).

Емпиријска истраживања маркетинг аспекта пословне праксе указују на то да, у односу на предузетнике, предузетнице чешће анализирају ниво сатисфакције купаца и врше евалуацију квалитета своје понуде сматрајући, у већем броју, да је он у основи конкурентности њихових предузећа (Chaganti & Parasuraman, 1996; Kalleberg & Leicht, 1991; Lee et al., 2010). Такође, у односу на предузетнике, предузетнице боље оцењују квалитет производа и услуга својих предузећа (Lerner & Almor, 2002). Ипак, према резултатима истраживања цитираних аутора, квалитет је у мањој мери корелисан са перформансама предузећа у власништву жена, што може упутити на закључак да предузетнице улажу у квалитет и односе са купцима више него што је економски оправдано. У складу са више квалитативним односом према успеху и релационом перспективом у пословању, истиче се да већина предузетница осећа одговорност према потрошачима, док успех мери њиховом лојалношћу (Morris et al., 2006; Tan, 2008). Полазећи од резултата наведених емпиријских студија, може се очекивати да ће, у односу на предузетнике, маркетинг праксу предузетница у Републици Србији у већој мери карактерисати приступ оријентисан ка квалитету и диференцијацији понуде, као и већи значај који предузетнице придају лојалности и сатисфакцији потрошача.

2.3.3.3. Приступ стратегији финансирања

Један од највећих проблема за пословање малих и младих предузећа, и нарочито оних у власништву жена, јесте проблем обезбеђења потребних финансијских средстава (Coleman, 2000; Coleman & Robb, 2009; Loscocco & Robinson, 1991; Morris et al., 2006; Stefanović & Simić, 2013; Vossenberг, 2013; Winn, 2005; Xavier et al., 2012; Zhang et al., 2009)⁴⁹. Ово је уједно један од најистраживанијих аспеката предузетничке активности жена (Carter & Bennett, 2006). За предузетнице се проблеми финансијске природе односе како на проблем обезбеђења стартап капитала, тако и на проблеме из домена

⁴⁹ Према оцени предузетника и предузетница у Републици Србији недостатак финансијских средстава је дужи низ година водећи на листи кључних проблема са којима су они суочени у свом пословању (Predić & Stošić, 2011; Predić, Stefanović, & Stošić, 2014).

финансијског менаџмента након оснивања предузећа (Brush, 1992). И након оснивања, предузетнице за потребе пословања, раста и развоја својих предузећа у мањој мери користе екстерне изворе финансирања (Coleman, 2000; Sena et al., 2012; Winn, 2005). Оне чешће сматрају да ће бити одбијене па ређе аплицирају за банкарске кредите, а када то учине њихов кредитни захтев подразумева мањи тражени износ (Coleman & Robb, 2009; Klapper & Parker, 2010). Према Bird и Sapp-у (2004), један од узрока родног гена у перформансама јесте и чињеница да у односу на предузетнике, предузетнице мање користе екстерне изворе финансирања. Према резултатима истраживања ових аутора, женски род власника предузећа је посредно негативно корелисан са коришћењем екстерних извора финансирања – преко варијабли власничког искуства и дужине радне недеље. Наиме, дуже искуство у вођењу свог посла, као и дужа радна недеља су у позитивној корелационој вези са коришћењем екстерних извора финансирања. По питању стања обе ове варијабле, положај предузетница је лошији.

Мања величина стартап капитала, као и мање изражено коришћење екстерних извора финансирања може ограничити ниво перформанси, раст и развој предузећа у власништву жена. Наиме, величина стартап капитала позитивно утиче на пословне перформансе предузећа (Carree & Verheul, 2012). Такође, разлике у величини стартап капитала предузећа основаних од стране жена и предузећа чији су оснивачи мушкарци објашњавају значајни део родног гена у њиховим перформансама (Alsos et al., 2006; Fairlie & Robb, 2009). Након оснивања предузећа, финансијски ресурси представљају *conditio sine qua non* његовог пословања и раста. Величина уложених финансијских ресурса углавном условљава количину напора који ће бити уложен у рад предузећа, и, тиме, подстиче унапређење пословних перформанси (Hundley, 2001). Финансијски ресурси су у основи унапређења перформанси предузећа у динамици времена, односно представљају неопходну подршку расту и развоју предузећа. Сваки раст захтева адекватно финансирање – поред тога што генерише готовину, раст захтева и одређена улагања (Gundry & Welsch, 2001). Чест проблем растућих предузећа, а у првом реду оних брзорастућих, јесте неадекватност готовинских токова да подрже раст (Smallbone & Wuer, 2006). Дакле, проблеми у финансирању угрожавају раст малих предузећа (Alsos et al., 2006; Coleman & Robb, 2009). Мање изражена склоност ка расту предузетница делимично је последица тешкоћа са којима су оне суочене при обезбеђењу неопходних финансијских ресурса (Manolova et al., 2007). Растућа предузећа и предузећа која остварују боље перформансе користе шири спектар извора финансијских ресурса (Bardasi et al., 2011; Gundry & Welsch, 2001). У структури извора

финансирања предузећа у власништву жена је релативно мање учешће дуга као извора финансирања. Ово не мора нужно бити слабост у пословању, али потенцијално може угрозити раст предузећа будући да екстерна финансијска подршка постаје потребнија растом предузећа (Haynes et al., 2000; Lituchy & Reavley, 2004). Поред коришћења овог извора финансирања у мањем обиму, постоје разлике и у преферираном екстерном извору финансирања предузетница и предузетника. Наиме, предузетнице се, за разлику од предузетника који чешће користе банкарске кредите, радије одлучују за неинституционалне екстерне изворе финансирања, односно за коришћење средстава породице и пријатеља (Coleman & Robb, 2009; Haynes et al., 2000; Rodríguez & Santos, 2009). Како се банкарским кредитима може обезбедити већа сума средстава за финансирање захтева раста, то се проблем у приступу кредитима негативно одражава на раст, развој и конкурентност малих предузећа (Penrose, 2009; Rodríguez & Santos, 2009).

Уз истраживање утицаја разлика у приступу финансирању на перформансе предузећа, разлике у коришћењу екстерних извора финансирања се испитују и у контексту њихових узрока. Наиме, поставља се питање да ли су детерминанте приступа финансијским ресурсима од стране предузетница на страни тражње, или на страни понуде (Carter & Bennett, 2006). Фактори који одређују карактеристике финансирања предузећа у власништву жена могу бити и структурне природе који ће, затим, обликовати стање фактора и на страни понуде, и на страни тражње. Фактори на страни тражње се у основи манифестују као лични избор предузетница које се због своје веће аверзије према ризику, слабије изражене оријентације на раст и жеље да задрже контролу над пословањем свог предузећа, не одлучују за коришћење финансијских средстава из екстерних извора (Alsos et al., 2006; Bardasi et al., 2011; Carter & Bennett, 2006; Coleman & Robb, 2009; Fairlie & Robb, 2009; Verheul & Thurik, 2001; Watson, 2010). Разлози за мањи број захтева за кредитирање могу бити и то што предузетнице лошије оцењују своје вештине у области финансијског менаџмента и чешће очекују да ће њихови кредитни захтеви бити одбијени (Bowen & Hisrich, 1986; Sena et al., 2012; Verheul & Thurik, 2001). Према истраживању *Watson*-а (2010), родни геп у финансирању предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца последица је финансијског одлучивања самих власница, односно власника, а не екстерно дефинисана баријера њиховог раста. Слично овоме, *Kim* (2006) проналази да су проблеми у финансирању пре одређени карактеристикама дужника, него карактеристикама кредитора.

Разлике у финансирању предузетника и предузетница често се истражују како би се испитало постојање дискриминације предузетница од стране финансијера (Parker, 2009). Дискриминација, односно различити услови за приступ екстерним изворима финансирања јесу основни фактор који са стране понуде може одредити финансирање предузећа у власништву жена. Истиче се да кредитори могу имати стереотипно схватање предузетница као власница које се не посвећују довољно предузећу, које нису способне да мобилишу ресурсе и да буду лидери брзорастућих предузећа (Winn, 2005). Због оцене да предузетнице немају особине потребне за успех предузетничког подухвата, финансијери могу отежати и/или онемогућити приступ потребним финансијским средствима (Buttner, 1993; Greene et al., 2001; Haynes et al., 2000; Parker, 2009). Од стране финансијера предузетнице могу бити перципиране као тип предузетника који је „далеко од идеалног” (Alsos et al., 2006, стр. 670). Оваквој перцепцији могу допринети одређене студије које као диферентне дефинишу моделе успешног предузетништва и моделе предузетништва жена (Ahl, 2003). Тако, на пример, први модел подразумева рационалност, одлучност, агресивност, оријентисаност на резултате, док су карактеристике другог модела скромност, ненаметљивост, емотивност и слично. Овакве студије могу у већој мери креирати одређену друштвену стварност него што представљају њену објективну рефлексију (ibid., стр. 1).

Због краћег радног искуства, укупног и у области финансијског менаџмента, као и мање формалног образовања у области финансија, предузетницама може бити отежан приступ кредитима (Bardasi et al., 2011; Haynes et al., 2000; Klapper & Parker, 2010; Verheul & Thurik, 2001). Предузећа у власништву жена се сматрају ризичнијим за пласман средстава и због мање амбициозних циљева предузетница и непуног радног времена (Alsos et al., 2006; Coleman & Robb, 2009). Непуно радно време предузетница финансијерима одаје сигнал да им посао није битан толико да му ангажованије посвете ресурсе (Verheul & Thurik, 2001). Механизам кредитора за заштиту од већег ризика који према њиховој оцени представља финансирање предузећа у власништву жена, јесу већа каматна стопа, већи износ колатерала и обавезни жирант. Резултати одређених студија потврђују то да кредитори чешће користе неки, или све претходне инструменте заштите када су у питању кредитни захтеви предузетница (Bardasi et al., 2011; Buttner, 1993; Coleman, 2000; Haynes et al., 2000; Klapper & Parker, 2010). Предузетнице теже превазилазе ове баријере у финансирању, имајући у виду то да већина жена власница предузећа располаже мањом личном и пословном имовином (Alsos et al., 2006; Klapper & Parker, 2010; Verheul & Thurik, 2001), као и жене генерално. Уз лошије плаћене

послове у сектору плаћене запослености, један део разлога мање вредности имовине жена може бити пореклом из регулаторног окружења. Резултати истраживања Светске банке указују на то да је у периоду 1960-2010. године глобално посматрано отклоњено више од половине мера различитог регулаторног третмана мушкараца и жена када су у питању имовинска права и приступ институцијама (World Bank, 2013). Ипак, у једном броју земаља и даље постоји законски дефинисан примат мужа у располагању породичном, али и личном имовином жене. Неједнака права наслеђивања су, такође, један од разлога родне неједнакости по питању власништва над имовином. Према резултатима наведеног истраживања Светске банке, већа је вероватноћа да ће жене имати банковни рачун и кредит у оним земљама у којима постоји једнакост права наслеђивања.

Иако предузетнице углавном сматрају да су дискриминисане од стране финансијера (Bowen & Hisrich, 1986; Coleman & Robb, 2009; Haynes et al., 2000), о систематској дискриминацији предузетница нема јасних емпиријских доказа (Bardasi et al., 2011; Birley, 1989; Brush, 1992; Carter & Bennett, 2006; Coleman, 2000; Klapper & Parker, 2010; Sena et al., 2012; Watson, 2010). Штавише, расте уверење да предузећа у власништву жена представљају значајно ново тржиште за банкарске производе (Carter & Bennett, 2006). Такође, иако као потенцијални дужници предузетнице теже приступају кредитним линијама, у ситуацијама када их већ користе, њима се лакше одобрава повећање износа који им је на располагању (Kim, 2006). Ово иде у прилог тврдњи да су, због контролисаног и мање ризичног раста, предузећа у власништву жена сигурнија за пласман финансијских средстава (Cliff, 1998).

Теорија хијерархијског редоследа у финансирању сугерише то да власници малих предузећа преферирају финансирање из интерних извора, и да се екстерним финансијерима обраћају када интерни изворни нису довољни (Myers, 1984). Преферирање интерног финансирања од стране предузетница се у концептуалном оквиру ове теорије може схватити или као последица мањих финансијских захтева предузећа у власништву жена, или као резултат дубље интерне базе за финансирање. Имајући у виду то да резултати већине истраживања указују на то да предузећа у власништву жена остварују лошије финансијске перформансе, што је основ за генерисање акумулације као основног интерног извора финансирања, чини се да су мањи захтеви за екстерним финансирањем (у контексту описаног теоријског оквира) последица мањих потреба предузећа у власништву жена. Уз личне преференције власница и дефинисане циљеве раста, мања потреба за финансијским ресурсима може

бити последица делатности, мање величине и старости њихових предузећа. Према томе, разлози за родни геп у финансирању могу бити и структурне природе и односити се на разлике у делатности, величини и старости предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца (Bardasi et al., 2011; Carter & Bennett, 2006; Coleman & Robb, 2009). На значај ових фактора указују и резултати студија према којима највећи, или укупни родни геп у финансирању нестаје када се у обзир узме њихово деловање (Buttner, 1993; Coleman, 2000; Haynes et al., 2000; Parker, 2009). Према томе, могуће је да евалуацију кредитних захтева и одлучивање о кредитирању не карактерише родна дискриминација од стране финансијера, већ различит третман предузећа различитих делатности, предузећа различите величине и старости (Coleman, 2000). Мању вредност стартап капитала предузећа у власништву жена може објаснити чињеница да жене своју предузетничку активност започињу углавном у делатностима са ниским улазним баријерама по питању величине стартап капитала, и у делатностима са мање инвестиција у капитална добра (Parker, 2009; Verheul & Thurik, 2001). Поред величине стартап капитала, доминантна делатност предузећа у власништву жена може одредити и приступ изворима финансирања у току пословања. Наиме, предузећа у власништву жена су натпросечно заступљена у делатностима које карактерише интензивна конкуренција, мањи профитни потенцијал и веће стопе морталитета. Оваква секторска концентрисаност предузетница може објаснити опрезнији приступ финансијера у оцени њихових кредитних захтева (Haynes et al., 2000; Parker, 2009; Verheul & Thurik, 2001). Због тога што се сматрају ризичнијим, кредитни захтеви предузећа из ових делатности се одобравају уз обезбеђење колатералног покрића веће вредности (Coleman, 2000). У исто време, предузећа у овим делатностима су ограничена у могућности да обезбеде тражени колатерал. Наиме, због мање капитално-интензивног карактера ових делатности, доминантни ресурси предузећа из ових делатности имају мању ликвидациону вредност, што их чини мање вредним потенцијалним колатералом (Verheul & Thurik, 2001). Значај карактеристика доминантне делатности ангажовања жена за приступ екстерним изворима финансирања потврђују и резултати студије према којима су предузетнице у традиционално *мушким* делатностима и делатностима са већим потенцијалом за раст суочене са мање баријера у финансирању (Coleman & Robb, 2009).

Уз делатност, карактеристике финансирања предузећа у власништву жена могу бити условљене и мањом величином и старошћу ових предузећа, релативно према предузећима у власништву мушкараца. Финансијски захтеви мањих предузећа су

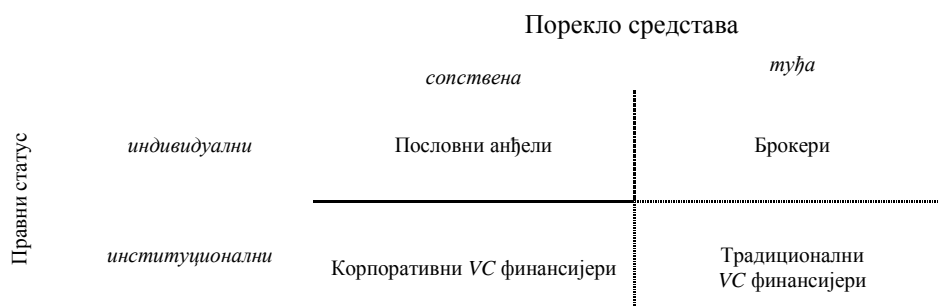
скромнији, па се она чешће финансирају из интерних извора. Уз тражњу, величина предузећа може одредити и понуду финансијских средстава. Наиме, један од критеријума за оцену кредитних захтева јесте и величина предузећа, при чему се предност даје већим, предузећима са изграђеном тржишном позицијом (Carter & Bennett, 2006). Поред тога што су мања, предузећа у власништву жена су финансијерима мање интересантна и због тога што су у просеку млађа у односу на предузећа у власништву мушкараца (Coleman, 2000). Млађа предузећа или немају, или имају краћу кредитну историју и тиме мањи тзв. *репутациони колатерал* (Klapper & Parker, 2010, стр. 247; World Bank, 2013, стр. 22) који могу заложити. Такође, и поред реалног постојања одређене кредитне историје, предузећа у власништву жена могу остати изван евиденције кредитних дужника. Наиме, кредитни бирои често воде евиденцију само оних кредитних дужника чији је износ дуга по кредиту изнад одређеног минималног износа, док су предузећа у власништву жена у значајном броју корисници програма микрофинансирања (World Bank, 2011; 2013). На овај начин највећи број предузећа у власништву жена остаје изван евиденције дужника и, тиме, без кредитне историје и репутационог колатерала. Непостојање, или краћа кредитна историја и непостојање финансијских извештаја и буџета доводи до информационе асиметрије, односно до недостатка адекватних информација о кредитном апликанту на основу којих би се могло проценити његово понашање као кредитног дужника (Coleman & Robb, 2009; Haynes et al., 2000; Verheul & Thurik, 2001; Watson, 2010). Због овога је потенцијалним кредиторима отежана оцена кредитне способности предузећа у власништву жена, чиме се делимично ограничава и понуда финансијских средстава овим предузећима.

Имајући у виду резултате цитираних студија, може се закључити да је однос између предузетништва, пола и екстерног задуживања сложен и да су разлози мањег коришћења екстерног финансирања предузетница далеко од јасних (Parker, 2009). Без обзира на разлог, мањи износ стартап капитала, ређе и финансирање из екстерних извора у мањем обиму утичу на иновативност и раст предузећа у власништву жена (Coleman & Robb, 2009).

Познавање и коришћење иновативних извора финансирања може бити начин за превазилажење финансијских баријера са којима су суочена мала предузећа (Smallbone & Wuer, 2006). Због релативног значаја који кредити имају у укупном дуговном финансирању малих предузећа, највећи број студија финансијских проблема малих предузећа се бави проблемима у приступу овом извору финансијских средстава

(Verheul & Thurik, 2001). Проблем финансирања предузећа у власништву жена изазван отежаним приступом формалним изворима финансирања, пре свега банкарским кредитима, може делимично бити превазиђен афирмисањем алтернативних извора финансирања као што су факторинг, лизинг и ризични капитал. Факторинг представља облик краткорочног финансирања продаје који се реализује тако што фактор, односно зајмодавац откупљује потраживања свог клијента (Милојевић, 1995). Што се тиче финансијског лизинга, код овог вида финансирања набавке предмета лизинга давалац лизинга је власник предмета лизинга током укупног периода уговора о лизингу при чему је предмет лизинга и средство обезбеђења наплате (детаљније у: Народна скупштина Републике Србије, 2011б). Имајући у виду чињеницу да је немогућност обезбеђења колатералног покрића за жене једна од кључних баријера за приступ банкарским кредитима, за предузећа у њиховом власништву финансијски лизинг може бити адекватно решење за превазилажење ове баријере.

Алтернативни, или допунски извор финансирања малих предузећа јесте и тзв. ризични капитал (енгл. *venture capital – VC*). Сопственим или туђим средствима *VC* финансијери подржавају пословање и раст предузетничких подухвата. У зависности од правног статуса и порекла средстава, *VC* финансијери могу бити сврстани у неку од четири категорије – Слика 3.6. (Sheperd & Zacharakis, 2005, стр. 245, 246).



Слика 3.6: Категорије *VC* финансијера (преузето из Shepard & Zacharakis, 2005, стр. 245)

Пословни анђели су богати појединци, често и сами предузетници, или бивши предузетници који сопственим средствима финансирају друге предузетничке активности у делатности у којој имају значајног искуства. Финансирање из овог извора је нарочито карактеристично за фазе пре непосредног оснивања и у првим фазама пословања предузетника. За ране фазе пословања предузетника, углавном након етапе финансирања из претходног извора, карактеристично је финансирање од стране

брокера, односно појединаца који туђим средствима финансирају предузетнички подухват. Корпоративни VC финансијери јесу институције које сопственим средствима финансирају предузетничке подухвате, најчешће из области високе технологије. Често су у питању организационе јединице великих корпорација које инвестирају у мала предузећа која су за корпорацију од стратегијског значаја. Овај вид финансирања карактеристичан је за фазу експанзије и касније фазе у развоју предузетничког подухвата. У овим фазама пословања предузетничког подухвата углавном се јавља и финансирање од стране тзв. класичних VC финансијера, односно институција које предузетнички подухват финансирају туђим средствима.

За улагача ризичног капитала овај вид финансирања подразумева средњорочну партиципацију у власништву углавном новог и/или растућег предузећа (Schell, 2005). Током '80-их година двадесетог века финансирање ризичним капиталом је било карактеристично за предузећа у почетној фази развоја, док током '90-их година двадесетог века ово постаје вид финансирања и старијих предузећа (Greene et al., 2001). У односу на некада преовладавајуће делатности које су финансиране ризичним капиталом (енергетика, висока технологија), данас је спектар финансираних делатности шири и односи се и на информационо-комуникациону технологију, медицину, развијање софтвера и пружање интернет услуга, биоинжењеринг. За предузеће ово може бити важан извор финансирања у раним фазама његовог развоја, док је за финансијере ово ризично улагање – како због карактеристика финансираног предузећа, тако и због карактеристика односа са њим (Sheperd & Zacharakis, 2005; Милојевић, 1995).

У односу на њихово релативно учешће у укупном броју предузећа, предузећа у власништву жена која су финансирана ризичним капиталом је и даље изразито мали⁵⁰ (Greene et al., 2001; Klapper & Parker, 2010). Доминанте делатности у којима су предузетнице ангажоване (трговина и услуге) нису делатности које преферирају финансијери ризичним капиталом (Alsos et al., 2006; Greene et al., 2001). Такође, техничке и природне науке су ређе поље образовања жена, док је њихово менаџерско искуство углавном стечено на позицијама оперативног менаџмента. Када финансијери ризичним капиталом евалуирају менаџере предузећа која траже финансирање, они

⁵⁰ Предузећа у власништву жена су у САД у периоду 1988-1998. године чинила свега 3,5% свих предузећа финансираних ризичним капиталом (Holmquist & Carter, 2009). Нити у једној години током периода 1957-1981. године број предузећа у власништву жена који је финансиран ризичним капиталом није био већи до три (Greene et al., 2001).

оцењују њихово искуство у оснивању предузећа, у стратегијском менаџменту, ниво образовања у области економије, техничких и природних наука (Greene et al., 2001). По свим овим питањима жене су у лошијем положају у односу на мушкарце чиме се делимично објашњава родни геп у финансирању ризичним капиталом. Поред овога, могући разлог родног гена јесте и ненаклоност предузетница овом виду финансирања. Наиме, за разлику од дуговог финансирања, код ког контрола над пословањем предузећа остаје у рукама предузетника, у случају финансирања ризичним капиталом то није случај. Због тога ово може бити мање атрактивна опција за жене које желе да задрже контролу над управљањем својим предузећем. Разлог за мање релативно учешће предузећа у власништву жена у финансирању ризичним капиталом може се пронаћи и у чињеници да на страни понуде ризичног капитала као доносиоци одлука доминирају мушкарци (Alsos et al., 2006; Coleman & Robb, 2009; Greene et al., 2001; Holmquist & Carter, 2009). Оваква структурна карактеристика тржишта ризичног капитала утиче на то да овом облашћу доминирају ставови, уверења, пракса и правила мушкараца (Greene et al., 2001), што може резултирати тиме да се приликом одлучивања о финансирању фаворизују предузећа у власништву мушкараца. Наиме, одређена истраживања указују на постојање феномена родно пристрасног одлучивања. Ово одлучивање подразумева да ће доносиоци одлука имати више разумевања за потребе рода коме припадају (World Bank, 2013). Стога не чуди податак да у оним ситуацијама када жене одлучују о избору предузећа за финансирање, у портфолиу финансираних предузећа има више предузећа у власништву жена (Holmquist & Carter, 2009).

2.4. Екстерно окружење

С обзиром на то да се предузетничка активности одвија у специфичном контексту ширег окружења, фактори овог окружења делимично детерминишу процес и резултате предузетничке активности (Noguera et al., 2013). Одређујући критеријуме за оцену исправности и прихватљивости одређеног понашања, политички, друштвени и економски системи у којима предузетници функционишу усмеравају њихово понашање (Vossenber, 2013). Будући да у овом контексту представљају најчешће истраживану групу фактора, у наставку рада биће анализирани правно-политички и социјално-културолошки фактори као детерминанте перформанси и раста предузећа у власништву жена.

2.4.1. Правно-политичко окружење као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Предузетничке организације функционишу у окружењу шанси и ограничења одређеног институционалног оквира (Estrin & Mickiewicz, 2011). Један од нивоа институционалног контекста који обликује понашање предузетника јесте и регулаторни ниво, односно правно-политичко окружење (Vossenber, 2013). Компоненте овог окружења могу бити значајна баријера, нарочито за економску активност жена. Према извештају Светске банке, у 128 од 143 анализираних земаља постоји бар једна родна регулаторна разлика која умањује економске шансе жена (World Bank, 2013). Компонента правно-политичког окружења, и један од носећих стубова тржишне економије јесте систем својинских права. Због различитих ограничења у домену права власништва, наслеђивања и располагања имовином, у систему својинских права не морају сви појединци имати исти третман, што ће водити неједнакости у приступу ресурсима (Estrin & Mickiewicz, 2011). Родна једнакост у приступу ресурсима битна је детерминанта предузетничке активности жена будући да одређује стартну позицију за отпочињање предузетничке активности, као и могућност обезбеђења ресурса за потребе функционисања и раста основаног предузећа (Estrin & Mickiewicz, 2011; World Bank, 2011). Родна неједнакост у овој области ће нарочито погодити оне предузетнице које желе раст, будући да су им ресурси потребнији. Уз права у домену располагања имовином, на функционисање предузећа у власништву жена утичу и регулаторна решења у области приступа институцијама (World Bank, 2011; 2013). Могућност отварања банковног рачуна и слободног располагања средствима на њему, као и право аутономне реализације комерцијалних трансакција, глобално посматрано, нису загарантована права жена. Ограничење или непостојање ових права битна је детерминанта предузетничке активности, која је, при томе, готово увек карактеристична за предузетничку активност жена. Рестриктивно дефинисање делатности у којима се позитивним правом ограничава учешће жена део је правног система одређених земаља. Усмеравајући предузетничку активност жена на одређене делатности и занимања, овакво законско решење посредно детерминише и приноси потенцијал предузећа у власништву жена. Правни систем одређене земље може познавати и ограничену могућност жена да самостално покрећу и воде поступке пред судом. Немогућност да жене као власнице предузећа аутономно покрећу поступке пред судом може учинити њихова предузећа слабијом конкурентском силом и, тиме, детерминисати њихово пословање и зарађивачку снагу.

Иако у принципу значајно, регулативно окружење у развијеним земљама групе *OECD*, као и у земљама региона Источне Европе и Централне Азије⁵¹ није значајна баријера предузетничкој активности жена. Према истраживањима Светске банке, у овим земљама постоји најмањи број родних регулаторних разлика (World Bank, 2009; 2011; 2013). Регулаторно диференцирање мушкараца и жена се у овим земљама односи на различита законска решења у области радног права која су углавном дефинисана у склопу мера позитивне дискриминације жена, а ради заштите и унапређења њиховог положаја у систему радних односа. Имајући у виду да је правни систем ових земаља конципиран тако да промовише родну једнакост, значајнији проблем у овим земљама може бити социо-културолошко окружење. Социо-културолошко окружење које није афирмативно за предузетничку активност жена може бити посебно значајна баријера имајући у виду динамику промена компоненти овог окружења.

2.4.2. Социо-културолошко окружење као детерминанта перформанси и раста предузећа у власништву жена

Према родном моделу анализе предузетничке активности, разлози родног гена у овој области су дубоко културолошки и институционално укорени (Loscocco & Leicht, 1993). Једна од најзначајнијих баријера за предузетничку активност жена јесу друштвене норме и са њима повезани родни стереотипи (Botha et al., 2006). Тако родни стереотипи о *мушким* и о *женским* занимањима и областима образовања *држе* жене изван највећег број лукративних занимања. Друштвени ставови који обликују родне улоге и дефинишу примарну улогу жене у извршавању породичних обавеза воде ка томе да значајан број жена предузетничку активност бира ради усклађивања захтева своје породичне и пословне улоге, а не ради остваривања веће финансијске користи. Пословање предузећа у власништву жена које се одвија у окружењу оваквих смерница и ограничења често подразумева остваривање нижег нивоа квантитативно мерених перформанси у односу на предузећа у власништву мушкараца. Различита друштвена очекивања од жена и од мушкараца, при чему се од мушкараца очекује да су фокусирани на каријеру, а од жена на породицу, утичу на развој њихове каријере (Buttner & Moore, 1997). Испуњење ових очекивања за жене углавном значи избор краћег радног времена, што негативно утиче на перформансе предузећа у њиховом власништву.

⁵¹ Према категоризацији Светске банке, овом региону припада и Република Србија.

У контексту анализе друштвених стандарда понашања истиче се могућност да је профил предузетничке активности жена ефекат одгоја, односно разлика у процесу социјализације, а не резултат биолошких разлика између жена и мушкараца (Klapper & Parker, 2010). Разлике у процесу социјализације мушкараца и жена обликују структуру њихових система вредности што утиче на различит приступ евалуацији успеха, као и на разлике у оријентацији ка расту. За разлику од већине мушкараца који се током процеса социјализације уче да више вреднују квантитативно мерене економске резултате, статус и материјално богатство, већина жена предност даје друштвеним вредностима, квалитативним односима и личном испуњењу (Cliff, 1998). У пословној сфери живота ове разлике се манифестују кроз разлике у оцени успеха пословања, при чему мушкарци успех мере величином предузећа, док жене користе мање објективна мерила. Процес социјализације током кога појединци усвајају одређене норме понашања, за жене углавном подразумева обесхрабривање ризичног, агресивног и конкурентског понашања (Morris et al., 2006). Са друге стране, оријентација на раст предузећа и њена реализација захтева управо овакво понашање.

Због родних стереотипа према којима је предузетништво традиционално мушка активност, жене сматрају да имају мање подршке друштва за отпочињање ове активности (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010; Rodríguez & Santos, 2009). Маскулинизација предузетничке активности подразумева маскулинизацију индикатора успеха, норми предузетничког понашања, као и особина успешног предузетника (Orser et al., 2011; Stevenson, 1986). Поред тога што може утицати на избор предузетничке активности као опције радног ангажовања, овакво стереотипно обликовање предузетништва има и одложено дејство, односно ефекте на одвијање саме активности након што се она изабере као опција запослености. Чињеница да се пословни успех најчешће повезује са доминантно мушким особинама (Strier & Abdeen, 2009), може утицати на то да функционисање и раст предузећа у власништву жена буде угрожено неповерењем финансијера, добављача и купаца у потенцијал жена власница предузећа. Овоме доприноси и родна сегрегација занимања у којој жене заузимају лошије рангиране позиције и која води ка погрешном уверењу да оне нису способне, или да нису заинтересоване да воде растућа предузећа (Morris et al., 2006). Такође, због родних стереотипа и уверења да женама недостају лидерске вештине (Smith, 2005), послови који се сматрају значајнијим и који подразумевају виши ниво одговорности, а чији су извршиоци *видљивији*, се у сектору плаћене запослености чешће поверавају мушкарцима (McQuarrie, 2005). Због недостатка искуства у обављању оваквих послова,

предузетницама често недостају, или оне сматрају да им недостају, вештине неопходне за вођење растућег предузећа. На тај начин су ефекти родно засноване дискриминације на тржишту рада и на пословима плаћене запослености видљиви и касније – у карактеристикама и перформансама предузећа у власништву жена (Rodríguez & Santos, 2009). Према резултатима истраживања аутора *Tan*-а (2008), постоје индиције да се због доминације мушкараца у пословном свету, предузећа у власништву жена не схватају довољно озбиљно. Цитирани аутор наводи искуства власница предузећа према којима су њихови супрузи често приморани да преговарају са владиним службеницима и наручиоцима посла како би одређени посао био реализован. Према резултатима истраживања које је спровела ауторка Бабовић (2012), две трећине предузетница у Србији сматра да се жене не прихватају и не схватају озбиљно у послу, док њих половина сматра да је женама у пословном свету теже него мушкарцима, између осталог и због различитих форми дискриминације и родних стереотипа. Један вид дискриминације са којом су суочене предузетнице у Србији јесте и одбијање клијената да преговарају са њима уз захтев да се „*пошаље шеф, муж или други сувласник који је мушкарац*”, као и немогућност да се без присуства „*мушке фигуре*” закључи одређени посао (ibid., стр. 125)

Опште окружење може бити извор претњи за предузетничку активност жена, али и могући извор фактора подршке. Значајан импулс за интензивирање предузетничке активности жена могу бити државне мере подстицаја и подршке. Ови програми развоја, односно подстицаја предузетништва жена су део процеса остваривања социјалне кохезије и битни су за запосленост и економски развој привредних система (Apergis & Pекка-Economou, 2010). Имајући у виду то да у већини друштва постоје родни стереотипи који ограничавају предузетничку активност жена, истиче се да мере за смањење родног гена у предузетништву треба имплементирати у образовни систем и њима таргетирати појединце у раној животној доби – док ограничавајући родни стереотипи још увек нису усвојени (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010; Kamberidou, 2013).

Што се тиче односа између интензитета ограничења и подстицаја економске партиципације жена, компаративна анализа указује на то да земље у којима има највише родних регулаторних разлика имплементирају најмањи број мера економског оснаживања жена (World Bank, 2013). Мере економског оснаживања жена део су ширег спектра мера националних политика промовисања и достизања родне једнакости. У остваривању истог циља – оживљавање економске активности жена, конкретни

програми подстицаја могу имати различите платформе. Тако се, на пример, у Норвешкој мерама националне политике апострофира преиспитивање родних улога у традиционално женским сферама – кућни послови и брига о деци (Alsos et al., 2006). Са друге стране, у САД напори су усмерени ка повећању броја жена менаџера, достизању једнакости у финансирању предузећа у власништву жена и слично. Без обзира да ли се приступ базира на повећању партиципације жена у традиционално мушким сферама (САД), или на повећању партиципације мушкараца у традиционално женским сферама живота (Норвешка), циљ ових политика јесте економско оснаживање жена као основ за остваривање шире родне једнакости.

Имајући у виду значај, као и широк спектар ових мера, програми јавне подршке предузетничкој активности жена биће предмет анализе посебног, односно наредног дела рада.

3. Мере подстицаја и подршке унапређењу конкурентности и развоја предузећа у власништву жена

Баријере са којима су жене суочене у отпочињању и реализацији предузетничке активности сигнализирају потребу да се дефинишу и имплементирају програми подршке предузетничкој активности жена. Подршка предузетничкој активности жена потребна је због чињенице да због своје ризичности и финансијске захтевности ова опција запослености није једноставан и лако применљив одговор жена на њихову угрожену економску позицију у друштву (Boden, 1999б). Резултати емпиријских истраживања који указују на специфичне проблеме предузетница основ су за дефинисање приступа којим би се од сада доминантног оквира већине програма који нису родно специфични (Bird & Sapp, 2004), прешло на родно сензитивни оквир програма подршке (Mukhtar, 2002). Карактеристике проблема са којима су власнице суочене упућују на потребу за ширим приступом у дефинисању програма подршке – приступом који би био дефинисан на више нивоа (национални, регионални, локални), и који би био усмерен ка већем броју релевантних питања (Vossenberг, 2013). Мере подстицаја и подршке предузетничкој активности жена виде се као начин редукције сиромаштва и достизања родне једнакости (Strier & Abdeen, 2009). Ове мере су применљиве у срединама у којима се жели родна диверзификација економске базе и повећање, како броја, тако и перформанси предузетница. Такође, ови програми су део укупног напора усмереног ка унапређењу раста и развоја националних економија

(Vossenberг, 2013), и значајно су економско, а не само питање родне једнакости (Kamberidou, 2013). У том смислу се оцењује да су програми подршке предузетничкој активности жена битни за економски развој друштва, али и за промовисање социјалне кохезије (Apergis & Pekka-Economou, 2010). Мере подршке предузетничкој активности жена најчешће подразумевају развој њихових предузетничких вештина путем специфично дизајнираних обука и семинара, обезбеђење финансијске подршке или олакшавање приступа изворима финансирања, субвенционисање трошкова за услуге чувања деце, подршку развоју и повезивању мрежа предузетница, промоцију менторства (Apergis & Pekka-Economou, 2010; Vossenberг, 2013). Истиче се да добар програм подршке треба да обезбеди ресурсе, образовање, а пожељно је да буде усмерен на корекцију оних друштвених ставова и норми који ограничавају предузетничку активност жена (Vossenberг, 2013, стр. 19).

Предузетничка активност жена постаје једна од кључних области деловања у оквиру промоције предузетничке активности у Европи (WES, 2012). Са циљем повећања видљивости овог феномена, као и унапређења перформанси и раста предузећа у власништву жена оформљена је Европска мрежа за промоцију предузетничке активности жена. Ова мрежа повезује владина тела и организације задужене за промоцију предузетничке активности жена и представља платформу за размену информација о националним политикама и мерама подршке предузетничкој активности жена. Мрежу води Генерални директорат Европске комисије за предузетништво и индустрију, а чине је тела и организације националних и регионалних влада из 31 европске земље (ЕУ28, Исланд, Норвешка и Турска). Раст, фактори раста и одрживост предузетничке активности жена, као и развој програма обуке, менторинга и унапређење приступа финансијским средствима јесу приоритетне области деловања означене од стране ове мреже.

Сет могућих мера за оснаживање жена и за подршку њиховој предузетничкој активности обухвата подршку развоју и повезивању мрежа предузетница, интеграцију мера за решавање проблема предузетништва жена у политике подстицаја и подршке малим и средњим предузећима, промоцију менторства, едукације и тренинг програме ради унапређења способности жена, олакшавање уласка и раста предузетничких активности – што захтева слободно тржиште, адекватан порески систем, политичку и монетарну стабилност (Apergis & Pekka-Economou, 2010). Имајући у виду проблем за чије су решавање дефинисани, као и очекиване непосредне резултате, програми подршке се начелно могу сврстати у групу програма финансијске и у групу програма

нефинансијске подршке. Овако класификоване мере и програми подршке биће предмет разматрања у наставку рада.

3.1. Мере и програми финансијске подршке

Приступ изворима финансирања је један од највећих проблема са којим су генерално суочена мала и средња предузећа. Недовољан износ или неадекватна структура финансијских средстава ограничава раст и развој ових предузећа без обзира на пол власника. Имајући у виду субјективну перцепцију значаја проблема приступа финансијским средствима, у домену помоћи и подршке државе коју очекује највећи број предузетника и предузетница, доминира потреба за финансијском подршком пословању (Predić et al., 2014). Иако погађа и једне и друге, истиче се да је проблем финансирања већи за предузетнице. Оне су, уз све проблеме који су заједнички за предузетнике генерално, погођене и специфичним проблемима у домену финансирања њихових предузећа. Ови проблеми се односе на чињеницу да су баријере за приступ изворима финансирања за предузећа у власништву жена подигнуте на виши ниво и то због непостојања, или краће кредитне историје њихових предузећа која су у просеку млађа, због немогућности да се обезбеди покриће у виду колатерала, натпросечне заступљености у делатностима малог потенцијала за раст, али и родних стереотипа и неповерења у конкурентски капацитет предузећа у власништву жена. Имајући у виду значај овог проблема, олакшавање приступа изворима финансирања би требало да буде један од централних момената у политици подршке предузетничкој активности жена (The European Commission, 2004).

Мере обезбеђивања кредитних гаранција, сарадње са формалним и неформалним инвеститорима у циљу смањења трошкова финансирања, унапређење и родна диверзификација базе неформалних инвеститора и одобравање микрокредита предузетницама су неке од мера финансијске подршке предузетничкој активности жена (The European Commission, 2004; The European Commission, 2009; Deakins, Graham, Sullivan, & Whittam, 1997).

Кредитним гаранцијама за финансирање обртних средстава или инвестиција настоје се ублажити негативне перцепције предузећа у власништву жена као кредитних апликаната. Повећањем финансијске сигурности за даваоце кредита, предузетницама се олакшава приступ овом извору финансирања (The European Commission, 2004). Ова мера може бити схваћена и у контексту корекције лошијег кредитног потенцијала предузетница због мање личне имовине којом располажу, али и чињенице да су оне

првенствено заступљене у делатностима које карактерише мања вредност основних средстава што смањује имовинску базу за могуће обезбеђење кредита. Финансијска подршка конкурентности предузећа у власништву жена може бити пружена и директним финансирањем, суфинансирањем или субвенционисањем њиховог пословања (The European Commission, 2004). Део ових мера може бити и таргетирање делатности за подршку. Дефинисањем адекватних делатности које ће имати приоритет у финансијској подршци може се подстаћи секторска мобилност предузетница ка атрактивнијим делатностима.

Највећи део буџета програма ЕУ за подршку предузетништву и иновативности (*EIP*)⁵² усмерен је управо ка олакшавању приступа малих и средњих предузећа изворима финансирања⁵³ (Centre for Strategy & Evaluation Services, 2011). За остваривање овог циља дефинисана су два инструмента – један се односи на финансирање растућих и иновативних предузећа (*GIF*), а други на гарантовање банкарских кредита и микрокредитирање (*SMEG*). Финансијска средства овог програма у име Европске комисије, а кроз сарадњу са финансијским посредницима (фондови ризичног капитала и пословни анђели у случају *GIF* инструмента, односно комерцијалне банке и гарантни фондови у случају *SMEG* инструмента) малим и средњим предузећима дистрибуира Европски инвестициони фонд (*EIF*). Коришћење ових средстава је додатно олакшано дисеминацијом информација о посредницима (по земљама) путем посебног веб сајта (*Your Europe – Access to Finance*).

Иако дефинисан као програм подршке малим и средњим предузећима генерално, овим програмом је препознат посебан значај проблема финансирања предузетница, односно предузећа у њиховом власништву. Значај проблема је додатно апострофиран након евалуације родне структуре корисника финансијских инструмената овог програма. Наиме, чак 97% корисника *GIF* инструмента јесу предузећа у власништву мушкараца. Око четвртина корисника средстава кроз линију гарантовања кредита *SMEG* инструмента и око трећина корисника микрокредита овог инструмента су предузећа у власништву жена. При томе је једино учешће предузећа у власништву жена у последњој линији (микрокредитирање) у складу са учешћем ових

⁵² Овај програм (*EIP*) је један од три оперативна дела програма ЕУ за унапређење конкурентности и иновативности малих и средњих предузећа (*CIP*), 2007-2013.

⁵³ Ка овој буџетској линији усмерено је 53,6% укупног буџета програма, односно 798,2 милиона евра.

предузећа у укупном броју предузећа. Овакви резултати су у складу са доминантном праксом мањег учешћа предузећа у власништву жена као корисника средстава из екстерних извора финансирања генерално, и нарочито оних која потичу из алтернативних извора као што су тржиште ризичног капитала или пословни анђели као форме активног финансирања предузећа. Затварању геча у приступу овим изворима финансирања могла би допринети и појава фондова ризичног капитала и мрежа пословних анђела специфично усмерених ка финансирању предузећа у власништву жена (Centre for Strategy & Evaluation Services, 2011, стр. 109)

Проблем финансирања малих и средњих предузећа, на жалост, не губи на својој актуелности на шта указује и то да је чак 60% планираног буџета од 2,3 милијарде евра новог пројекта ЕУ за унапређење пословне конкурентности малих и средњих предузећа (*COSME*)⁵⁴ усмерено ка области унапређења приступа ових предузећа изворима финансирања (The European Commission, 2013).

Препознајући посебне изазове са којима су у домену приступа изворима финансирања суочене предузетнице у Србији, истиче се да уклањање родних баријера мора бити део реформи за унапређење приступа малих и средњих предузећа изворима финансирања (USAID, 2012). Уз учествовање институција из Републике Србије у европским програмима *EIP* и, сада, *COSME*, неке од мера финансијске подршке предузетницама у Србији односе се и на доделу бесповратних средстава за подршку иновацијама, обуци и увођењу стандарда квалитета у предузећима у власништву жена, затим за повећање економске партиципације жена кроз финансирање отпочињања предузетничке активности и за подршку расту у раним фазама пословања предузећа у власништву жена (Национална агенција за регионални развој, 2013б; 2014; Национална служба за запошљавање, 2013; Фонд за развој, 2013). Поред директне финансијске подршке, у Републици Србији постоји и пример праксе гарантовања банкарских кредита намењених предузетницама. Наиме, ради олакшања приступа кредитним линијама пословних банака са циљем интензивирања економске активности жена, али и повећања техничке опремљености предузећа у њиховом власништву, ради бољег коришћења капацитета, и, уопште, унапређење перформанси, Гаранцијски фонд Аутономне Покрајине Војводине одобрава гаранције за обезбеђење средстава за финансирање стартап програма радно неактивних жена, као и за финансирање

⁵⁴ Програм за конкурентност малих и средњих предузећа, 2014-2020 (*COSME*) представља наставак Програма за конкурентност и иновације (*EIP*).

куповине опреме од стране предузетница (Гаранцијски фонд Аутономне Покрајине Војводине, 2011а; 2011б). Ипак, и поред чињенице да Фонд гарантује 100% за одобрену кредитну линију, изостаје веће интересовање банака, будући да се кредити по овом конкурс одобравају само у једној пословној банци у Републици Србији (Привредна комора Србије, 2012). На карактер односа финансијских институција према потенцијалу жена као предузетница у Републици Србији сликовито указује и искуство предузетница за које аплицирање за кредит у својству физичких лица често представља једини начин обезбеђења средстава из кредита банака за финансирање предузећа. Овакво искуство сугерише то да се жене као физичка лица сматрају мање ризичним клијентима него жене као предузетнице (USAID, 2012, стр. 50).

Унапређење конкурентности предузећа у власништву жена могуће је остварити и кроз (су)финансирање унапређења хуманог капитала предузетница и суфинансирање трошкова консултантских услуга у областима од значаја. Овакав тип подршке у Републици Србији остварен је кроз потпрограм *Жене у бизнису BAS*⁵⁵ програма Европске банке за обнову и развој – *EBRD* (Европска банка за обнову и развој – *BAS*). Уз доделу бесповратних средстава у максималном износу до 10.000 евра за дефинисане сврхе, пратећи ефекат овог програма је и повезивање предузетница са финансијским институцијама које финансира *EBRD* у циљу стварања основе за лакши приступ екстерним изворима финансирања.

3.2. Нефинансијски програми подршке

Анализом пројеката промовисања и подршке предузетничкој активности жена (Табела П-2.1), може се закључити да су обуке, тренинзи, менторинг програми и информациони портали основне форме нефинансијских програма унапређења предузетничке активности жена.

У контексту дилеме да ли је предузетништво вештина или уметност, односно да ли се предузетничке вештине могу научити (Vossenberг, 2013; Winn, 2005), дефинисање програма обуке и тренинга је на линији схватања да је предузетништво под значајним утицајем фактора из екстерног окружења појединаца. Наиме, резултати истраживања који указују на то да на отпочињање и успех у предузетничкој

⁵⁵ Циљ *BAS* програма Европске банке за обнову и развој јесте олакшавање приступа малим и средњим предузећима специфичним консултантским услугама (European Bank for Reconstruction and Development, 2014). Потпрограм *Жене у бизнису* трајао је током 2012. и 2013. године, а обухватио је Србију, Босну и Херцеговину и Хрватску.

активности утичу фактори као што су хумани, социјални капитал и слично, сугеришу условљеност предузетништва факторима средине, као и то да се (успешан) предузетник делимично може и *створити* (Garavan & O’Cinneide, 1994).

Чињеница да је недостатак адекватног образовања и вештина потребних за успех у предузетничком подухвату једна од основних баријера за успех предузетница (Botha et al., 2006; Lee et al., 2010; Rodríguez & Santos, 2009) указује на оправданост реализације различитих програма обуке предузетница као начина за унапређење њихових компетенција. Програми обуке и тренинга предузетница представљају неки вид накнадне корекције пропуста у образовном систему и механизам за ажурирање знања и вештина, односно, у првом реду начин за унапређење хуманог капитала предузетница.

Специфични проблеми и потребе предузетница захтевају родно сензитивни приступ при дефинисању садржаја и форме програма обуке (Apergis & Pekka-Economou, 2010; Botha et al., 2006; Mukhtar, 2002). У ситуацији у којој је специфични хумани капитал жена неадекватан, успех у предузетничкој активности захтева његово унапређење првенствено путем програма обуке и тренинга (Lituchy & Reavley, 2004). Потреба за професионалним обукама предузетница условљена је чињеницом да оне у просеку имају мање радног, менаџерског и ранијег власничког искуства (Bird & Sapp, 2004; Voden, 1999б). Недостатак искуства, као и специфичног знања у области менаџмента (општег и посебног, пре свега финансијског), треба да усмери дефинисање садржаја програма обуке чија су циљна група предузетнице (Lee et al., 2010; Lituchy & Reavley, 2004; Strier & Abdeen, 2009). Значај шире друштвене подршке програмима обуке и тренинга произлази и из чињенице да, и поред тога што већина предузетника и предузетница обуке сматра потребним, већина њих види финансирање учествовања у овим програмима као трошак, а не као инвестицију у успех, те је за њих ово пре реактивна, него мера проактивног деловања у циљу унапређења конкурентности (Walker & Webster, 2006; Winn, 2005).

Једна од честих грешака при конципирању програма обуке и тренинга јесте неусаглашеност ставова између корисника и организатора програма по питању приоритетних едукативних потреба циљне групе (Garavan & O’Cinneide, 1994). Стога је уважавање специфичних потреба предузетница императив за дефинисање и имплементацију програма обуке којим ће се затворити геп између постојећег и потребног нивоа и структуре њиховог хуманог капитала. Резултати одређених студија указују на то да се едукативне потребе предузетница највећим делом односе на

стицање знања и вештина у области пословног и финансијског планирања, менаџмента ризиком, умрежавања, пореског система, истраживања тржишта и шире маркетинг праксе, као и у области управљања растом предузећа (Botha et al., 2006; Lee et al., 2010; Strier & Abdeen, 2009; Xavier et al., 2012). Такође, како би се избегао сувише општи приступ у обуци (Garavan & O’Cinneide, 1994), потребно је уважити чињеницу да се приоритетни проблеми чијем се решавању жели допринети обукама разликују у различитим делатностима пословања предузетница (Botha et al., 2006).

Проблеми са којима се предузетници, као власници и менаџери својих предузећа суочавају су вишедимензионални па је ширина потребног знања и вештина једна од основних карактеристика предузетништва (Garavan & O’Cinneide, 1994). Стога је кратко трајање већине програма обуке у супротности са комплексношћу знања које треба усвојити. Уз адекватно трајање, препорука за дефинисање добрих програма обуке јесте и прелазак са академског на практичан и конкретан приступ обуци (ibid.). Говорећи о факторима који могу унапредити интересовање предузетника за обуке, Walker и Webster (2006) истичу потребу да садржај ових програма треба да буде практично употребљив у области битној за кориснике програма, секторски специфичан, да програм буде конципиран уз уважавање методике андрагогије, и да евентуално подразумева и учешће других предузетника који су били корисници програма. Такође, препоручује се модулarna концепција програма која би подразумевала комбинацију обуке у пољу сета базичних области (финансије, маркетинг, рачуноводство) и могућности избора додатних едукативних области од стране самих полазника (The European Commission, 2004). На овај начин би била унапређена флексибилност програма обуке и тренинга, док би корисници били самостални у избору потребних области усавршавања.

Уз формалне програме тренинга и обуке, механизам за стицање и унапређење компетенција предузетница јесу и менторинг програми. Резултати одређених студија указују на то да је менторинг адекватна мера подршке предузетника без обзира на пол, али да предузетнице, ипак, боље реагују на овакву форму подршке (Stavropoulou & Protopara, 2013). Менторинг се начелно може схватити као процес интензивног односа између ментора и менторисаног током кога ментор, као старији и/или искуснији појединац, менторисаном обезбеђује каријерну, односно инструменталну и психолошку подршку са циљем његовог развоја (Bozeman & Feeney, 2007; Chao, 1997; Ебу, 1997). Инструментална подршка се односи на пружање савета, тренинга и на све оне активности које директно утичу на каријерно напредовање менторисаног, док се

психолошком подршком утиче на самопоуздање и на самоефикасност менторисаног (Chao, 1997).

Менторисање потенцијалних и постојећих предузетника и предузетница подстиче предузетничку активност и доприноси унапређењу перформанси предузетничких подухвата (Apergis & Pekka-Economou, 2010; Deakins et al., 1997). Менторинг програми омогућавају учење из искуства ментора, односно стицање *just in time* знања битног за конкретан посао (Stavropoulou & Protopara, 2013). На тај начин ова форма подршке допуњује програме обуке и тренинга који су више формално конципирани. Такође, менторинг програми представљају потребан вид *продужене подршке* предузетницама, односно подршке након завршетка формалних програма обуке (Botha et al., 2006, стр. 485). Остваривање краткорочних циљева, унапређење способности решавања проблема, учења и управљања, као и повећање прихода, профитабилности и запослености неке су од области доприноса менторинг програма пословању предузетника (Deakins et al., 1997). Успех у остваривању овог доприноса менторинг програма захтева однос поверења између ментора и менторисаног, заинтересованост обе стране и конструктивни фидбек (Stavropoulou & Protopara, 2013).

Један од могућих приступа у конципирању менторинг програма захтева да полазна тачка буду снаге и таленат предузетница, а не њихове слабости (Stavropoulou & Protopara, 2013). Циљ оваквог приступа јесте да предузетнице препознају, разумеју и усмере своје снаге. Овако конципиран менторинг програм се реализује у неколико фаза. Након што се предузетницама помогне у идентификовању њихових снага, пружа им се подршка у препознавању ситуација и активности у којима се идентификоване снаге могу експлоатисати. Реализација препознатих снага и шанси захтева идентификовање начина да се шансе експлоатишу имплементацијом снага. Тиме се предузетнице охрабрују да јасно сагледају своје циљеве и очекивања. Улога ментора у наредној фази јесте да помогне у дефинисању циљева и усмери на њихово остваривање кроз експлоатацију снага предузетница. Овакав приступ повећава оптимизам будући да менторисане предузетнице схватају да остваривању успеха доприносе сопственим снагама. Након систематског и смисленог ангажовања сопствених снага у функцији остваривања дефинисаних циљева, ментор врши евалуацију, односно указује на то како је менторисана искористила своје снаге.

У оквиру мера промовисања предузетништва и инклузивног раста предвиђених након ревизије Акта о малим предузећима (The European Commission, 2011), Европска комисија је 2011. године оформила Европску мрежу ментора женског предузетништва.

Циљ овог менторског програма је да ментори предузетницама пруже саветодавну и друге видове подршке оснивању и расту предузећа у власништву жена старости од две до четири године (The European Commission, 2014a). Део ове мреже јесте и национална мрежа ментора женског предузетништва Републике Србије. Едукативна и саветодавна функција менторинга може бити проширена тиме што менторинг програм постаје оквир за стварање контаката, било кроз повезивање менторисаних, било кроз приступ мрежи ментора (Carter et al., 2003; Deakins et al., 1997). На тај начин мрежа односа у менторинг оквирима предузетницама омогућава приступ ширем спектру материјалних и финансијских ресурса. Менторинг може бити адекватан оквир за лакши приступ информацијама, чиме се предузетницама може значајно олакшати процес идентификовања шанси и начина за њихову експлоатацију (Xavier et al., 2012).

Један од резултата пројекта подршке предузетничкој активности жена Европске комисије (пројекат *Promoting Entrepreneurship amongst Women*) јесте препознавање потребе да се додатно промовише умрежавање предузетница и олакша приступ информацијама. У том циљу дефинисан је посебан веб портал – *Women Entrepreneurship Portal* – који обезбеђује линкове ка организацијама и мрежама предузетница, пројектима и догађајима који се тичу промовисања и подршке предузетничкој активности жена. Анализом описа приказаних организација и мрежа предузетница (Табела П-3.1), може се закључити да спектар активности ових организација углавном покрива област обезбеђења информација, унапређења компетенција кроз организовање обука, тренинга и менторинг програма, подразумева дефинисање оквира за умрежавање и подстицање ове праксе, као и утицај на повећање афирмативности окружења према предузетничкој активности жена. Један број организација предузетница подстиче истраживања феномена предузетништва жена у циљу идентификовања специфичних проблема и дефинисања прилагођених мера подршке. Мањи број организација у опису својих активности експлицитно наводи олакшавање приступа изворима финансирања. Што се тиче Републике Србије, у европске пројекте промовисања и подршке предузетничкој активности жена укључене су различите организације. Неке од организација и тела која се директно и експлицитно баве предузетничком активношћу жена у Републици Србији јесу: Удружење пословних жена, Савет за женско предузетништво Привредне коморе Србије, секторска група за женско предузетништво у оквиру Европске мреже предузетништва, Национална агенција за привредни развој.

Један од начина афирмације предузетничке активности жена јесте и повећање видљивости и промоција успешне праксе предузетница. Предузетничка активност се углавном перципира као домен резервисан за мушкарце, те се промовисањем (успешних) предузетница врши својеврсна феминизација ове активности (Noguera et al., 2013). На овај начин се смањује перципирани геп између предузетништва и система вредности жена (Gurta et al., 2009). Значај других предузетница као узора је и у томе што се повећањем њихове видљивости могу охрабрити оне жене чија је предузетничка самоефикасност неоправдано лоша (Noguera et al., 2013). Предузетнице узори могу бити и значајан извор информација чиме се смањује неизвесност, страх од неуспеха и чиме се повећава самопоуздање жена (Minniti & Nardone, 2007; Noguera et al., 2013). Практична подршка овој аргументацији јесте и пројекат Европске комисије – Европска мрежа амбасадора женског предузетништва, чији је део и национална мрежа Републике Србије (The European Commission, 2014б). Циљ овог пројекта јесте промовисање предузетничке активности жена од стране амбасадора женског предузетништва активностима као што су мотивациони семинари и радионице, конференције, медијски ангажман. У пројекту учествују амбасадори из 22 европске земље. Један од непосредних резултата пројекта је и повећање броја новооснованих предузећа у власништву жена и створених радних места у њима кроз директну подршку амбасадора. Имплементација програма микрокредитирања, обуке и менторинга, као и иницирање нових пројеката подршке предузетничкој активности жена неки су од пратећих резултата овог пројекта (Kamberidou, 2013). Повећање видљивости и промовисање успешних предузетница постиже се и установљавањем награда, односно доделом адекватних признања⁵⁶. Уз промовисање добре праксе, на овај начин се може утицати и на промену ставова о предузетничком потенцијалу жена.

⁵⁶ Примери оваквих награда и признања у Републици Србији јесу: *Цвет успеха за жену змаја* – Удружење пословних жена Србије, 2013; *Успешна у бизнису* – Национална агенција за регионални развој, 2013в; *Жена за 10* – Opportunity Bank Srbija, 2013.

ПОГЛАВЉЕ IV

ЕМПИРИЈСКО ИСТРАЖИВАЊЕ ПЕРФОРМАНСИ, РАСТА И РАЗВОЈА МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА У ВЛАСНИШТВУ ПРЕДУЗЕТНИЦА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Емпиријски приступ истраживачкој теми садржај је овог поглавља и подразумева две логички следствене целине. Дефинисане хипотезе и методологија истраживања, као оквир за прикупљање и анализу података, предмет су разматрања прве целине овог дела рада. У овој целини детаљно ће бити описан истраживачки оквир, односно коришћена мерила зависних и независних варијабли, извори и начин прикупљања података, начин узорковања, као и изабране статистичке методе за њихову обраду и анализу. Имајући у виду чињеницу да је предузетничка активност жена израженија у урбаним срединама, емпиријско истраживање ће бити спроведено на стратификованом случајном узорку предузећа⁵⁷ са територије града Ниша и Новог Сада. Уз дескрипцију наведених питања, у овом делу рада биће аргументован и избор конкретних решења за практичну реализацију истраживања. Допринос корпусу знања у области предузетничке активности жена биће пружен кроз емпиријску проверу дефинисаних хипотеза. У том смислу ће у другој целини овог дела рада бити приказани резултати истраживања, након чега ће они бити дискутовани у контексту изложених теоријских разматрања. Уз закључна разматрања изграђена на бази добијених резултата, у овом делу рада биће изложене и одређене импликације и препоруке за унапређење положаја предузећа у власништву жена у Републици Србији. Ограничења спроведене студије биће презентована у завршном делу рада. Коначно, рад ће бити заокружен сумирањем закључака теоријског и емпиријског сагледавања дефинисаног предмета докторске дисертације.

⁵⁷Полазећи од приступа у истраживању ауторке *Бабовић* (2012), термин *предузеће* ће бити коришћен да се једном речју означе привредни субјекти – односно привредна друштва и предузетници.

1. Хипотезе и методологија истраживања

У овом делу рада биће извршена конкретизација предмета истраживања дефинисањем хипотеза као очекиваних одговора на постављена истраживачка питања. Полазећи од резултата истраживања публикованих у анализираним емпиријским студијама, у раду ће бити дефинисано, а затим и емпиријски проверено пет хипотеза које се тичу предузетничке активности жена и родног гена у перформансама, расту и развоју предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца. Реализација емпиријског истраживања захтева и дефинисање спектра мерила истраживаних феномена, избор извора података, оквира узорка и метода истраживања. Ови аспекти истраживања биће обрађени након дефинисања хипотеза.

1.1. Истраживачка питања и хипотезе

Основни истраживачки проблем докторске дисертације је у домену стања и динамике предузетничке активности жена, као и постојања родног гена у перформансама и расту предузећа у њиховом власништву. Овако одређен истраживачки проблем може се конкретизовати одређеним истраживачким питањима – Какво је стање и динамика предузетничке активности жена релативно према предузетничкој активности мушкараца?, Какав је однос између перформанси и оствареног раста предузећа у власништву мушкараца и предузећа у власништву жена?, Које су кључне детерминанте перформанси и раста предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца?, Да ли у вредности и/или карактеру утицаја ових детерминанти постоје родне разлике?, Да ли ове родне разлике могу објаснити родни ген у перформансама предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца?

Полазећи од основних истраживачких питања, могу се дефинисати хипотезе, које су, на основу анализираних резултата већ спроведених емпиријских истраживања, очекивани одговор на постављена истраживачка питања у контекстуалном амбијенту Републике Србије. Полазећи од опште класификације хипотеза у друштвеним наукама, дефинисане су хипотезе које се према својој природи схватају као хипотезе којима се претпостављају одређене карактеристике популације ($X1$), хипотезе којима се претпоставља постојање разлика између две популације ($X2$, $X4$), хипотезе којима се претпоставља одређена системска, односно корелациона веза између променљивих ($X3$, $X5$), и као хипотезе којима се претпостављају одређени узрочно-последични односи ($X3$, $X5$).

Повећање броја предузетница, као и њиховог релативног учешћа у структури укупне предузетничке активности глобални је феномен и једна је од кључних манифестација динамике на тржишту рада (Aperigis & Pekka-Economou, 2010; Carr, 1996; Carter & Benett, 2006; Devine, 1994a). Ипак, и уз евидентно повећање броја предузетница, предузетничка активност као опција запослености је и даље вероватнији избор за мушкарце. Без обзира на то који се индикатор предузетничке активности прати, предузетничка активност мушкараца је и даље доминантан родни аспект укупне предузетничке активности (Parker, 2009). У складу са претходним, дефинисање прве хипотезе логички је фундирано на резултатима истраживања који су детаљније изложени у другом поглављу рада. У том смислу је прва хипотеза дефинисана као хипотеза којом се претпоставља одређена родна структура и динамика предузетничке активности у Републици Србији.

X1: Предузетничка активност жена у Републици Србији је слабије изражена у односу на предузетничку активност мушкараца, али показује израженију позитивну динамику, односно раст.

Уз релативно ређе изражену предузетничку активност жена, карактеристика организационих форми реализације предузетничке активности жена јесте да су њихове перформансе на нижем нивоу и да остварују мањи интензитет раста у односу на предузећа у власништву мушкараца. Овај родни геп у перформансама и расту евидентиран је у широком спектру индикатора перформанси и величине предузећа – број запослених, величина имовине, пословни приход, профит, географски обухват тржишта, стопа морталитета, личне зарада (видети у Bardasi et al., 2011; Carter & Bennett, 2006; Fairlie & Robb, 2009; Kamberidou, 2013; Müller & Arum, 2004; Rosti & Chelli, 2005; Vossenber, 2013). Имајући претходно у виду, реално је очекивати да ће се постојање оваквог родног геха потврдити и у случају предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца у Републици Србији. У том смислу емпиријска верификација друге хипотезе биће основ за идентификовање родног геха у перформансама и расту предузећа.

X2: Перформансе предузећа у власништву жена, као и раст који ова предузећа остварују су на нижем нивоу у односу на ниво који остварују предузећа у власништву мушкараца.

Перформансе и раст предузећа јесу феномени чије је стање и динамика детерминисано већим бројем фактора. Системски приступ анализи перформанси и раста предузећа подразумева обухват свих релевантних фактора на начин који омогућава холистичко сагледавање ових сложених феномена. Уз усвајање оквира за класификацију фактора перформанси и раста малих предузећа који предлажу *Smallbone* и *Wyer* (2006), трећом хипотезом се дефинише очекивана структура фактора перформанси и раста предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца.

Х3: На перформансе и раст предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца утичу фактори из групе карактеристика предузетника/ца, карактеристика предузећа, менаџмент праксе и стратегије, као и фактори из општег окружења.

Уз претпоставку да су перформансе и раст предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у основи детерминисани истим факторима, очекивање је да значајне разлике постоје у вредности ових фактора и/или карактеру њиховог утицаја. Полазећи од резултата истраживања који указују на то да у домену карактеристика предузетника (*Bird & Sapp, 2004; Coleman, 2000; Manolova et al., 2007; Menezis et al., 2006; Morris et al., 2006; Sena et al., 2012*), карактеристика предузећа (*Bardasi et al., 2011; Brush, 1992; Danes et al., 2007*), менаџмент праксе и стратегије (*Brush, 1992; Kepler & Shane, 2007; Cliff, 1998; Hughes, 2005; Klapper & Parker, 2010; Knorr et al., 2011; Menezis et al., 2006; Orser & Hogarth-Scott, 2002; Winn, 2005*), као и у домену фактора општег окружења (*Botha et al., 2006; World Bank, 2013*) постоје разлике, дефинисана је четврта хипотеза.

Х4: Постоје разлике у вредности и/или карактеру утицаја фактора који детерминишу перформансе и раст предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца.

Повезујући импликације треће и четврте хипотезе, петом хипотезом се дефинише очекивање да су разлике у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца управо одређене модерационим и медијационим утицајем фактора на перформансе и раст ових предузећа.

X5: *Родни ген у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца може се објаснити разликама у вредности и карактеру утицаја детерминанти перформанси и раста предузећа.*

1.2. Мерила, извори података и узорковање

У овом делу рада ће у оперативном смислу бити дефинисане варијабле обухваћене хипотезама. Такође, садржај овог дела рада биће и објашњења у вези са коришћеним изворима података, узорковања, као и остале методолошке напомене битне за реализацију емпиријског истраживања.

1.2.1. Дефинисање и операционализација варијабли

Имајући у виду да нема јединственог схватања нити дефиниције феномена предузетништва, емпиријско сагледавање предузетништва од истраживача захтева да или креира своје мерило предузетничке активности, или да прихвати неки индикатор о коме има расположивих података (Parker, 2009). Такође, рад у оваквом теоријском оквиру од истраживача захтева опис и аргументацију избора популације коју истражује (Bygrave & Hofer, 1991). Стога ће у овом делу рада најпре бити одређено и аргументовано оперативно схватање предузетника као субјеката истраживања. Након тога, биће објашњен сет зависних и независних варијабли, уз дефинисање мерила за њихову оцену.

1.2.1.1. Субјекти истраживања – предузетник/ца

У складу са одређењем предузетничког процеса и прихваћеном дефиницијом предузетника⁵⁸, за потребе емпиријске провере хипотеза у оперативном смислу се у идентификовању предузетника и предузетница полази од става да се субјектима предузетничке активности могу сматрати појединци који су у складу са законом регистровани као предузетници, као и особе које су власници/це неке правне форме привредног друштва. Ради избегавања термиолошке конфузије треба истаћи да је прихватањем овог полазног критеријума за идентификовање субјеката истраживања, феномен предузетника одређен у ширем смислу у односу на његово схватање у Закону о привредним друштвима (Народна скупштина Републике Србије, 2011а). Наиме, предмет наведеног закона јесу привредни субјекти – односно привредна друштва и

⁵⁸ Детаљније обрађено у I поглављу рада.

предузетници. Привредно друштво је према одредби Закона *правно лице које обавља делатност у циљу стицања добити* (ibid., чл. 2), док се предузетником сматра *пословно способно физичко лице које обавља делатност у циљу остваривања прихода и које је као такво регистровано у складу са законом о регистрацији* (ibid., чл. 83)⁵⁹. Укључивањем и власника привредних друштава у групу предузетника (што је у складу са прихваћеном дефиницијом предузетника) шири се истраживачки обухват. Одступање од законског одређивања предузетника честа је појава у емпиријским студијама, па и у извештајима државних органа и институција. Тако, на пример, у називу једног од извештаја који је коришћен као извор података фигурира само термин *предузетник*, док су извештајне јединце и микро, мала и средња предузећа (Национална агенција за регионални развој, 2012)⁶⁰.

Уз одступање од одредби Закона о привредним друштвима, шире схватање субјеката предузетничке активности је у складу са другим регулаторним и статистичким решењима у Републици Србији. Наиме, правно-регулаторни аспекти сагледавања, праћења и евиденције привредних субјеката у Републици Србији дефинисани су и Законом о рачуноводству, Законом о регистрацији привредних субјеката и методолошким решењима Републичког завода за статистику. Тако се према Закону о рачуноводству *предузетници сматрају микро правним лицима* (Народна скупштина Републике Србије, 2013, чл. 6). Слично овоме, РЗС у својим публикацијама о предузетништву усваја француски модел статистичког третмана предузетника (Републички завод за статистику, 2013в). Овај модел се заснива на претпоставци да су услови и начин пословања предузетника приближно једнаки условима и начину пословања микро предузећа⁶¹. И привредна друштва и предузетници се према Закону о регистрацији привредних друштава сматрају привредним субјектима који се региструју

⁵⁹ Овим измењеним законским решењем предузетничке радње се не препознају као организационо-правна форма активности предузетника.

⁶⁰ Мисли се на извештај: *Стање, потребе и проблеми предузетника у Србији у 2012. години*.

⁶¹ У појединим аспектима анализе предузетници су прикључени групи микро предузећа и у Извештају о малим и средњим предузећима и предузетништву за 2012. годину (Министарство привреде, Министарство регионалног развоја и локалне самоуправе & Национална агенција за регионални развој, 2013, стр. 16)

у Регистру привредних субјеката⁶² (Народна скупштина Републике Србије, 2009, чл. 2, 4).

Уз компоненту власништва, кључни критеријум за оперативно идентификовање субјеката анализе јесте и димензија управљања. Повезаност власништва и контроле види се као битан аспект предузетништва који предузетника чини потпуно одговорним и изложеним ризику (Garavan & O’Cinneide, 1994). Претходно разматрана решења у домену одређења предузетника/предузетништва не уводе елемент управљања – а његово сагледавање је битно за потребе реализације истраживачког циља дисертације. Наиме, у студијама родног гена у перформансама и расту предузећа истиче се да је корен узрока родног гена питање пола кључног субјекта одлучивања, а не власништво само по себи (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011). Стога је у родним студијама перформанси предузетничких подухвата учествовање у управљању један од базичних критеријума чије задовољење представља основ за укључивање у узорак јединица за истраживање (видети, на пример, код: Babović, 2012; Buttner, 2001; Cliff, 1998).

Укључивањем аспекта управљања отвара се питање шта је основ за оцену адекватног учешћа у власништву предузећа. Наиме, постоје различити приступи у схватању границе власничког удела на основу које би одређено предузеће могло бити окарактерисано као предузеће у власништву жене. Тако се предузећем у власништву жене може сматрати оно у коме жена има пуно, натполовично или подједнако власништво као и мушкарац сувласник (Carter & Bennett, 2006). Када је у питању родни аспект власништва и са њим повезано питање управљања предузећем, може се истаћи да ће реализација управљачке функције жене власнице бити вероватнија што је њен власнички удео у предузећу већи. У том смислу резултати одређених истраживања указују на то да је у предузећима са родно мешовитим власништвом, улога власница у већини случајева сведена на обављање административних послова, док је власник мушкарац субјекат планирања, и уопште управљања предузећем (Aterido & Hallward-Driemeier, 2011; Kirkwood, 2009). Посредна потврда оваквог стања јесу и резултати истраживања према којима је у контексту одређених специфичних питања екстерног финансирања пронађено више сличности између предузећа у родно мешовитом и оних у чисто мушком власништву (Kirkwood, 2009). Имајући ово у виду, у једном броју

⁶² Регистар привредних субјеката у АПР-у чине регистар привредних друштава и регистар предузетника.

емпиријских студија родног гена узоркују се само предузећа са чистим родним власништвом (видети, на пример, код: Bird & Sapp, 2004; Jome et al., 2006). Уз питање утицаја на управљање, овакав методолошки приступ може бити оправдан и чињеницом да највећи број предузећа у власништву жена чине предузећа у којима жене имају потпуно власништво⁶³ (Babović, 2012; Carter & Bennett, 2006).

Допуном власничког основа критеријумом управљања сужава се оквир узорка јединица истраживања и анализе. Оправданост оваког приступа може се пронаћи и у резултатима истраживања који указују на то да је број предузећа у којима жене имају и власништво и истовремено обављају менаџерску функцију више од два пута мањи у односу на број предузећа у којима жене имају само власничког удела и не управљају предузећем (Министарство економије и регионалног развоја, Републички завод за развој & Републичка агенција за развој МСП и предузетништва, 2009). Укључивањем овог критеријума за избор јединица истраживања повећава се реалност показатеља предузетничке активност жена и мушкараца. Према томе, предузетнице које ће се у раду истраживати – нису само *власнице на папиру*, оне доносе кључне одлуке у својим предузећима. При томе је степен значаја улоге у управљању предузећем одређен нивоом инволвираности у доношење стратегијских одлука о пословању предузећа, као и одлука које су у вези са текућим пословањем. Оне, наравно, нису ни запослене менаџерке, оне су власнице предузећа којима управљају. Укључивањем критеријума власништва и управљања из узорка се искључују субјекти интерног предузетништва. Такође, изабрани оквир узорка из анализе искључује предузетнике/це из неформалног сектора.

Уз одређивање субјекта, узорковање захтева и дефинисање објекта власништва и управљања. Имајући у виду чињеницу да је релативно највећи број предузећа у власништву жена у Републици Србији из групе микро предузећа (Babović, 2012), као и то да се предузетничка активност најчешће анализира у оквирима истраживања праксе малих и средњих предузећа, али и чињенице да је у предузећима ове величине најчешћа појава персонификације функције власништва и функције управљања у једној особи – власништво и управљање овом категоријом предузећа је дефинисано као базични критеријум избора јединица истраживања и анализе.

⁶³ У Републици Србији је према истраживањима ауторке Бабовић (2012) у 83,5% предузећа у којима жене имају власничког удела овај удео 100%. У САД је 2/3 свих предузећа у власништву жена у њиховом потпуном власништву (Carter & Bennett, 2006).

Имајући у виду укупну претходну аргументацију, јединицом анализе у раду биће третирани *појединци који су у складу са законом регистровани као предузетници, као и особе које су власници/це неке регистроване правне форме привредног друштва у групи микро, малих и средњих предузећа, и који уз власништво имају и кључну улогу у управљању предузећем.*

Изузетак од овако одређене јединице анализе биће схватање субјеката предузетничке активности за потребе емпиријске провере прве хипотезе. Наиме, због природе садржаја ове хипотезе, за потребе њене валидације користиће се извори секундарних података – извештаји домаћих и међународних организација. Стога ће јединица анализе бити одређена карактером, односно врстом расположивих података у коришћеним изворима. Иако их, због разлика у методологији примењеној у различитим изворима података треба прихватити са одређеном дозом резерви, закључци у вези са родном димензијом предузетничке активности у Републици Србији ће бити изведени и генерализовани на нивоу ширег спектра показатеља предузетничке активности.

1.2.1.2. Зависне варијабле – перформансе, раст и развој

Финансијска димензија перформанси је најчешће стандард за оцену успеха пословања. У складу са тим, у највећем броју случајева анализе перформанси предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца пословни успех се мери финансијским показатељима (Buttner & Moore, 1997; Loscocco et al., 1991). У складу са постављеним концептуалним оквиром који представља водич за емпиријско истраживање, перформансе предузећа у власништву предузетница и предузетника ће у раду бити мерене и оцењиване првенствено на бази финансијских индикатора. Базична мерила перформанси и раста јединица анализе у раду биће пословни приход, нето добитак/губитак и број запослених, имајући у виду да су ово најчешће коришћена мерила перформанси, и у динамици времена – раста малих и средњих предузећа (Delmar, 2006; Storey, 2010). Подаци о вредности ових величина биће преузети из базе Агенције за привредне регистре. Ипак, имајући у виду искуство истраживача у вези са расположивошћу ових података, резервни показатељ динамике ових показатеља биће субјективно дата оцена испитаника.

Раст ће бити оцењиван на бази динамике изабраних показатеља перформанси, при чему ће индикатор ове динамике бити стопе раста/опадања, израчунате као:

$$\frac{\text{вредност показатеља}_{(n+3)} - \text{вредност показатеља}_{(n)}}{\text{просечна вредност показатеља}_{(n, n+1, n+2, n+3)}} * 100 \quad (1)$$

С обзиром на то да су у Бази финансијских извештаја Агенције за привредне регистре доступни подаци за период 2010-2013. године, раст привредних субјеката биће оцењиван на бази кретања изабраних показатеља у посматраном периоду. За оне субјекте за које подаци не постоје за читав период, релевантним ће се сматрати подаци из прве и из последње године за које подаци постоје у конкретном случају. Наравно, за оне привредне субјекте за које подаци постоје само за једну годину, неће бити утврђивана динамика кретања изабраних показатеља. Полазећи од приступа у истраживању аутора *Aterido*-а и *Hallward-Driemeier*-а (2011), просечна вредност показатеља у бројиоцу израза за израчунање стопе раста узета је како би се ублажио ефекат који би на резултате имале екстремне промене у случају појединих узорачких јединица. Што се тиче сагледавања развоја, овај аспект пословања биће оцењен кроз призму имплементираних стратегије раста и развоја одређене димензијама производа и тржишта.

1.2.1.3. Независне варијабле – фактори родног гена у перформансама и расту

Као независне варијабле биће оцењени фактори из концептуалног оквира за обухват фактора перформанси, раста и развоја малих и средњих предузећа предложеног од стране *Smallbone*-а и *Wyer*-а (2006), а у складу са најчешће испитиваним детерминантама родног гена. Из групе фактора који се односе на карактеристике предузетника/ца биће истраживани: хумани и социјални капитал испитаника, породичне варијабле и однос према ризику предузетника/ца. Делатност, старост и величина предузећа, као и карактеристике тржишта које опслужују биће испитивани као детерминанте које се односе на карактеристике предузећа. У оквиру менаџмент праксе и стратегије предузећа у контексту утицаја на перформансе, односно на раст и развој биће истраживани пословни циљеви, менаџмент пракса и стратегијски избори предузетница и предузетника. Као фактори родног гена из екстерног окружења биће испитивано правно-политичко и социо-културолошко окружење.

Хумани капитал

Хумани капитал предузетница и предузетника у Републици Србији биће оцењен имајући у виду њихове године старости, као и карактеристике њиховог образовања,

искуства, предузетничке самоефикасности и локуса контроле. Образовање испитаника ће бити сагледано кроз призму нивоа и области стеченог формалног образовања. Ниво образовања, или образовно достигнуће је одређено највишим нивоом завршене школе у званично признатом образовном систему. За дефинисање области образовања као квалитативне и предметно специфичне карактеристике образовања коришћена је Међународна стандардна класификација образовања – ISCED 2011 (UNESCO Institute for Statistics, 2012)⁶⁴.

Искуство предузетница и предузетника као мултидимензионални феномен биће вредновано на бази оцене компоненте општег радног искуства, искуства у обављању послова менаџмента и компоненте власничког искуства. Квантитативна и квалитативна димензија општег радног искуства биће рефлектоване у дужини укупног радног искуства (изражене у годинама), занимању у којем је искуство стечено, као и у повезаности стеченог радног искуства и тренутне делатности сопственог предузећа. Менаџерско искуство ће бити оцењено са аспекта његовог постојања, пословне функције у којем је стечено, као и са аспекта хијерархијског нивоа у менаџмент структури на којем је искуство стечено. Број година власништва тренутног и, евентуално, ранијег предузећа биће критеријуми за оцену власничког искуства предузетница и предузетника.

Полазећи од мерила коришћених у емпиријским студијама (на пример у студијама аутора: Chen, Greene, & Crick, 1998; Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010; Hisrich & Brush, 1984; Walker & Webster, 2006), предузетничка самоефикасност као аутоперцепција способности за извршавање карактеристичних предузетничких задатака биће мерена по пословним областима маркетинга, финансија, иновација, оперативног менаџмента (производња, залихе), информационо-комуникационих технологија, електронског пословања и у домену активности општег менаџмента (активности планирања, организовања, контроле).

Иако има и других, чини се да *Rotter*-ова скала доминира као база за дефинисање мерила локуса контроле у области предузетништва (Gürol & Atsan, 2006). Према *Rotter*-овој (1966) изворној скали локус контроле појединца се оцењује на бази одговора датих на 29 питања. Овај инструмент за мерење локуса контроле је

⁶⁴ Међународна стандардна класификација образовања је коришћена и у Анкети о радној снази и у Анкети о образовању одраслих Републичког завода за статистику. У овим анкетама је коришћена класификација из 1997. године (*ISCED* 1997). Између *ISCED* 1997 и *ISCED* 2011 нема разлика по питању идентификованих поља образовања.

мултидимензионалан и треба га прилагодити за потребе истраживања предузетништва. Стога су, полазећи од приступа усвојеног у одређеним емпиријским студијама локуса контроле предузетника (на пример у студијама аутора: Chen et al., 1998; Engle, Mah, & Sadri, 1997; Gürol & Atsan, 2006; Mueller & Thomas, 2001), из оригиналног *Rotter*-овог упитника издвојена питања која се непосредно могу довести у везу са предузетничком активношћу.

Социјални капитал

Социјални капитал власника као детерминанта перформанси, раста и развоја предузећа сагледан је кроз аспект социјалних контаката које власник има у вези са пословањем свог предузећа, односно у вези са контактима које остварује ради пословног саветовања. Избор саветодавне функције друштвених мрежа као критеријума за оцену социјалног капитала власника оправдава се схватањем да је овај аспект социјалног умрежавања власника директно у функцији перформанси, раста и развоја предузећа. Ове *пословно-дискусионе мреже*⁶⁵ власника (Renzuli et al., 2000, стр. 525) оцењене су са аспекта опсега мреже, фреквенције контаката, апсолутне и релативне структуре, као и са аспекта степена родне хомофилије мреже.

Опсег мреже је одређен бројем различитих типова појединаца са којима се ступа у односе ради пословног саветовања. Полазећи од приступа коришћених у емпиријским студијама (Carter et al., 2003; Loscocco et al., 2009; Renzuli et al., 2000; Rodríguez & Santos, 2009), за мерење опсега мреже идентификовано је 10 типова особа – чланови породице (фамилије), пријатељи, колеге и пословни сарадници, чланови професионалних удружења, рачуновође, адвокати, банкари, професионални консултанци, представници владиних агенција и тела, клијенти.

Фреквенција контаката, као једна од димензија за оцену социјалног капитала, односи се на учесталост односа са члановима мреже. Редовност контаката може бити оцењена описно – на пример: често, ретко (као код: Verheul & Thurik, 2001). Ипак, имајући у виду неодређеност овакве оцене која за различите испитанике може имати различито значење, у раду се не усваја приступ мерењу фреквенције контаката на бази квалитативне оцене. Како би се повећала реалност добијене оцене, фреквенција контаката ће бити мерена на бази броја контаката са сваким чланом мреже у јединици

⁶⁵ Мреже односа са особама са којима предузетник разматра пословна питања (Renzuli et al., 2000, стр. 525).

времена. Полазећи од оцене дефинисане у делу *Watson*-а (2010), учесталост контаката биће мерена на квантитативној скали.

У складу са одређењем које даје *Moore* (1990), апсолутна структура мреже биће оцењена на бази просечног броја сваког од наведених типова особа са којима се ступа у контакт. Релативну структуру мреже одражава релативно учешће сваког од дефинисаних типова контакта у укупном броју контакта. У контексту релативне структуре мрежа, нарочито ће бити испитана њихова родна структура која ће бити оцењена на бази *индекса родне хомофилије*⁶⁶ који предлаже *Ibarra* (1992, стр. 432).

Породичне варијабле

Имајући у виду да се породичне варијабле односе на већи број фактора, дефинисано је неколико индикатора ове детерминанте перформанси, раста и развоја, али и родног гена у пословању предузетница и предузетника. Породичне варијабле су операционализоване кроз брачно стање, број и старост деце и историју предузетничке активности у породици предузетница и предузетника. Будући да породица-посао конфликт може бити један од значајнијих фактора родног гена (*Carree & Verheul, 2012; Hundley, 2001; Vossenbergh, 2013*), један аспект оцене породичних варијабли се односи и на самооцену испитаника постојања конфликта између пословних и породичних улога (мерила породица-посао конфликта дефинисана су полазећи од: *Jome et al., 2006; Knorr et al., 2011; Lechmann & Schnabel, 2012; Loscocco & Robinson, 1991; Scott, 1986; Ufuk & Özgen, 2001*). У том смислу се од испитаника тражи да оцене успех у усклађивању пословних и кућних обавеза, расподелу времена, своју позицију у обављању кућних послова, као и ниво подршке коју добијају од брачног партнера.

Однос према ризику

Однос према ризику се може мерити опсервацијом субјекта истраживања и оценом његовог понашања као мање или више ризичног, или аутооценом сопственог односа према ризику од стране испитаника, односно пријављеним понашањем у стварној или у хипотетичкој ситуацији која подразумева ризик (*Burnes et al., 1999*). Имајући у виду природу истраживања, однос према ризику предузетница и предузетника у Републици Србији биће оцењен на бази њихове субјективне перцепције сопствене склоности ка ризичном понашању. Друго методолошко питање на које у

⁶⁶ Индекс родне хомофилије=број контаката са припадницима једног пола релативно према броју укупних контаката у оквиру мрежа у које су испитаници укључени (*Ibarra, 1992, стр. 432, 433*).

вези са операционализацијом ове варијабле треба дати одговор се односи на то да ли ће се у конкретної ситуацији мерити однос према ризику као генерална психолошка карактеристика појединца, или ће се мерилом обухватити само аспект ризичног понашања које је специфично за пословну сферу живота појединца. Тако, на пример, *Bönte* и *Piegeler* (2012) користе мерило опште склоности ка ризику истичући да је генерална склоност ка ризику добар предиктор понашања у специфичним контекстима. Сличан приступ усвајају и *Lim* и *Envick* (2013). Ипак, полазећи од мерила дефинисаних у студијама аутора *Dawson*-а и *Henley*-а (2015), *Runyan et al.* (2006) и *Tan*-а (2008) однос према ризику предузетница и предузетника ће бити оцењен на бази њихове склоности ка ризичном понашању у пословању. У том смислу ће се од испитаника тражити да оцене своју склоност ка избору мање или више ризичних пословних потеза. Такође, однос према ризику испитаника биће оцењен и на бази асоцијације коју имају у вези са финансијским ризиком (да ли га виде као опасност или као шансу).

Карактеристике предузећа – делатност, старост и величина предузећа, карактеристике тржишта

Имајући у виду да привредни субјекти у Републици Србији имају законску обавезу разврставања према величини на дан састављања финансијских извештаја (Народна скупштина Републике Србије, 2013, чл. 6), њихова величина ће бити одређена њиховом тренутном званичном класификацијом као микро, малог или средњег предузећа. Старост предузећа биће мерена у годинама. Што се тиче делатности у којој се послује, имајући у виду да је класификација дефинисана Уредбом о класификацији делатности (Влада Републике Србије, 2010) изузетно детаљна, одређивање дистрибуције фреквенције делатности пословања биће базирано на припадности одређеном сектору⁶⁷. Карактеристике тржишта које се опслужује биће сагледане кроз тип купаца (физичка/правна лица, из приватног/јавног сектора), као и кроз географски обухват тржишта на коме послују (локално/регионално/национално/инострано).

⁶⁷ Сектор је хијерархијски највиши ниво класификације испод ког се налазе нивои нижег реда – област, грана и група. Класификацијом делатности из 2010. године препознаје се 21 сектор, 88 области, 272 гране и 615 група (Влада Републике Србије, 2010).

Пословни циљеви

Будући да пословни циљеви власника усмеравају процес управљања и одређују перформансе њихових предузећа, разлике у карактеру дефинисаних циљева могу бити значајна детерминанта родног гена. Испитивање постојања ове разлике у случају предузетница и предузетника у Републици Србији биће оцењено на бази субјективно оцењеног значаја који за испитанике имају циљеви дефинисани у ширем спектру циљева. Начелно се дефинисани циљеви чији значај испитаници треба да оцене односе на остваривање раста предузећа, на остваривање интереса стејкхолдера предузећа и на циљеве који се тичу личног богаћења и сатисфакције власника. У контексту оцене ове варијабле биће испитано и то шта предузетнице и предузетници сматрају садржајем раста (да ли је раст искључиво квантитативно повећање или има и квалитативну димензију). Полазећи од приступа изложеног у раду *Orser* и *Hogarth-Scott* (2002), биће оцењено и то како испитаници перципирају ефекте раста предузећа, односно да ли раст сагледавају првенствено у позитивном или у негативном контексту. Коначно, биће евидентирани и ставови испитаника о средњорочним циљевима који се односе на раст запослености и прихода чиме ће бити оцењена намера за раст предузетница и предузетника.

Менаџмент пракса

Полазећи од приступа усвојеног у студијама аутора *Brush* (1992), *Cuba et al.* (1983) и *Mukhtar* (2002), менаџмент стил предузетница и предузетника биће оцењен кроз призму њиховог односа према делегирању одговорности и ауторитета у одлучивању и извршењу, као и на бази степена формализације процеса. Имајући у виду значај који активност планирања може имати за привредне субјекте који због своје појединачне економске снаге не могу имати значајнијег утицаја на окружење, карактеристике овог аспекта менаџмент праксе биће посебно оцењене – и то у смислу оцене временске и предметне димензије планске активности, као и нивоа њене формализације. Присуство релационе перспективе у менаџмент пракси предузетница и предузетника биће оцењено на бази степена слагања испитаника са тврдњама које се тичу односа са запосленима, купцима, добављачима, као и на интегративно схватање различитих сфера живота.

Стратегијски избори

Стратегијски избори предузетница и предузетника биће оцењени на бази карактеристика њихове генералне пословне стратегије, као на бази њиховог стратегијског приступа иновацијама, тржишном наступу и финансирању. Оцена карактеристика генералне пословне стратегије биће спроведена у оквирима *Ansof*-ове (наведено према: Campbell et al., 2002) категоризације стратегија раста у којој је основ диференцирања стратегија одређени ниво иновације димензије производа, односно тржишта.

Што се тиче оцене функционалних стратегија, избор три аспекта праксе стратегијског менаџмента – стратегије иновација, маркетинга и стратегије финансирања извршен је имајући у виду значај који иновације и тржишна оријентација имају за раст предузећа (Gundry & Welsch, 2001; Storey, 2010), као и чињеницу да проблеми у вези са финансирањем представљају једну од кључних препрека за раст и развој, или, чак, и за опстанак малих и средњих предузећа (Coleman & Robb, 2009; Vossenberг, 2013; Xavier et al., 2012). Ове три специфичне стратегије су, такође, поље манифестације значајних разлика у приступу предузетница и предузетника што делимично може објаснити родни геп у перформансама и расту њихових предузећа. Карактеристике приступа стратегији иновација биће оцењене на бази имплементације одређене стратегије иновација, и то – стратегије офанзивног и дефанзивног иновирања, стратегије имитације и зависне стратегије иновирања. Битни аспекти маркетинг стратегије предузетника и предузетница биће сагледани у контексту значаја који у њиховом тржишном наступу имају квалитет, цена и диферентност понуде, као и сатисфакција и лојалност купаца. Што се тиче приступа финансирању, ова питања ће бити сагледана кроз призму коришћених извора финансирања, праксе аплицирања за кредит и исхода кредитних захтева, разлога за некоришћење кредита банака као извора финансирања, као и на бази коришћења специфичних извора финансирања као што су финансијски лизинг, факторинг, средства пословних анђела и фондови ризичног капитала.

Правно-политичко и социо-културолошко окружење

Будући да према истраживањима Светске банке у Републици Србији нису регистроване значајне родно специфичне баријере дефинисане позитивним правним нормама (World Bank, 2009; 2011; 2013), правно-политичко окружење, односно евентуално постојање одређених родно заснованих разлика у њему биће оцењено са

аспекта значаја који за пословање испитаника имају поједине административне препреке. У дефинисању листе административних препрека поћи ће се од административних препрека које су се према истраживању Националне агенције за регионални развој (2013) издвојиле као најзначајније за предузетнике у Србији.

Резултати истраживања спроведеног у амбијенту социо-културолошког окружења Републике Србије указују на то да жене сматрају да је због одређених родних стереотипа мушкарцима лакше у пословном свету (Babović, 2012). Будући да узорак у цитираном истраживању чине само жене, његови резултати не омогућавају компаративно поређење ставова и социо-културолошког положаја предузетница и предузетника. У циљу оцене социо-културолошког окружења као детерминанте родног гена, као и сагледавања одређених кросродних перцепција биће коришћен субјективно оцењен утицај околине на избор занимања, изложеност проблемима у пословању због свог пола, као и кросродна перцепција усаглашености особина мушкараца/жена са оним које су потребне за успех у пословном свету.

1.2.2. Извори података и узорковање

1.2.2.1. Извори података

За емпиријску проверу дефинисаних хипотеза биће коришћена комбинација примарних и секундарних података. Имајући у виду карактер прве хипотезе, и у првом реду аспект испитивања динамике предузетничке активности, њена емпиријска провера подразумева коришћење секундарних података. Наиме, статистичка евиденција стања предузетничке активности мушкараца и жена у Републици Србији током дужег низа година је изван домета ове докторске дисертације, те ће се као извори података за верификацију ове хипотезе користити резултати истраживања и извештаји националних и међународних организација. У том смислу биће коришћени подаци из *GEM* извештаја, подаци из базе родне статистике Светске банке, подаци из извештаја Министарства економије и регионалног развоја, Републичког завода за развој и Републичке агенције за развој малих и средњих предузећа и предузетника, затим – подаци добијени истраживањем Националне агенције за регионални развој, као и подаци из Анкете о радној снази Републичког завода за статистику.

Извор секундарних података је, такође, базни извор коришћен за мерење запослености и прихода као зависних променљивих. Избор Регистра финансијских извештаја Агенције за привредне регистре за извор података аргументује се

чињеницом да су правна лица и предузетници у складу са Законом дужни да Агенцији за привредне регистре достављају редовне годишње финансијске извештаје за извештајну годину, при чему је Агенција дужна да достављене извештаје јавно публикује на својој интернет страници у оквиру Регистра финансијских извештаја (Народна скупштина Републике Србије, 2013, чл. 33 и чл. 36).

У циљу обезбеђења осталих података потребних за емпиријску проверу хипотеза организовано је теренско истраживање, са периодом реализације од јула до октобра 2014. године. Битне методолошке напомене у вези са реализацијом овог истраживања односе се на циљну групу истраживања, на узорковање и на коришћени инструмент прикупљања података.

1.2.2.2. Циљна популација

У складу са дефинисаним субјектима истраживања, јединице узорковања ће бити микро, мала и средња привредна друштва и предузетници регистровани код Агенције за привредне регистре. Елементи узрока, односно јединице анкетања биће појединци који су власници и у исто време и менаџери својих економско активних микро, малих и средњих предузећа и предузетници. Имајући у виду чињеницу да је предузетничка активност жена у Републици Србији у већој мери карактеристична за урбана подручја (Babović, 2012), градови ће бити оквир за дефинисање подручја покривености циљне популације. При томе је захтев за изводљивошћу истраживања, у смислу података расположивих истраживачу и економичности истраживања, ограничио подручје покривености на градове Ниш и Нови Сад. Оправданост избора ових градова може се аргументовати чињеницом да су ово два највећа града у региону Јужне и источне Србије, односно у региону Војводине⁶⁸. У ова два региона живи 3.586.947 становника што представља половину становништва Републике Србије. У исто време, ово су региони који се међусобно значајно разликују по битним макроекономским показатељима (Табела 4.1) чиме се ствара могућност праћења дефинисаних варијабли у различитим макроекономским оквирима.

⁶⁸ У Републици Србији постоје пет статистичких региона: Београдски регион, регион Војводине, регион Јужне и Источне Србија, регион Шумадије и Западне Србија, и регион Косова и Метохије (Народна скупштина Србије, 2010, чл. 5).

Табела 4.1: Изабрани демографски и макроекономски показатељи за Републику Србију, за регион Јужне и Источне Србије, за регион Војводине и за градове Ниш и Нови Сад

Показатељ	Република Србија	Јужна и Источна Србија		Војводина	
		регион	град Ниш	регион	град Нови Сад
Број становника	7.258.753	1.641.167	255.612	1.945.780	333.268
Број запослених на 1.000 становника	241	186	242	237	405
Број незапослених на 1.000 становника	102	120	139	104	94
Просечне зараде	37.976	32.941	33.275	36.950	43.600
Бруто друштвени производ (мил. РСД)	3.208.620,2	466.978	-	859.808,1	-
Бруто друштвени производ <i>per capita</i>	442	285	-	442	-

Извор: Републички завод за статистику, 2012б; 2014б

На основу података приказаних у Табели 4.1. може се закључити да су по питању броја запослених, односно броја незапослених на 1.000 становника, као и по питању просечне зараде оба региона у лошијој позицији у односу на просечне вредности ових показатеља на нивоу Републике Србије. Ипак, са аспекта вредности ових показатеља регион Војводине и град Нови Сад су у релативно бољем положају у односу на регион Јужне и Источне Србије, односно град Ниш. Што се тиче вредности бруто друштвеног производа, БДП региона Војводине чини 26,8% БДП-а Србије, док је БДП региона Јужне и Источне Србије свега 14,6% БДП-а Србије. БДП по становнику региона Војводине једнак је просечној вредности БДП-а по становнику Републике Србије. Са друге стране, остварен БДП по становнику у региону Јужне и Источне Србије је најнижи у Републици⁶⁹ и представља 64,4% БДП-а по становнику Републике Србије. Компаративно посматрано, БДП региона Јужне и Источне Србије чини 54% БДП региона Војводине, док је БДП *per capita* у региону Јужне и Источне Србије на нивоу од 64% овог показатеља за регион Војводине.

1.2.2.3. Узорковање – оквир узорка, поступак извлачења узорка, величина и репрезентативност узорка

Оквир узорка представља АПР база привредних друштава и предузетника за градове Ниш и Нови Сад. У бази привредних друштава за град Ниш расположиви су подаци за 2.807 малих и средњих предузећа, док је у бази за град Нови Сад 4.434 малих и средњих предузећа. Базу предузетника чини укупно 3.352 предузетника, од чега се

⁶⁹ Републички завод за статистику не располаже подацима за регион Косова и Метохије.

1.158 односи на базу за град Ниш, док је у бази за град Нови Сад 2.194 предузетника. Из овог оквира генерисан је стратификовани узорак са стратумима Ниш и Нови Сад и подстратумима – мала и средња предузећа и предузетници у оквиру сваког од стратума. Величина узорка у сваком стратуму, односно подстратуму директно је пропорционална величини релевантног стратума/подстратума. Граница за величину случајног узорка сваког стратума дефинисана је на нивоу од 5%.

Случајним узорковањем из оквира базе малих и средњих предузећа у граду Нишу изабрано је 139 јединица узорка (Табела 4.2). Као што се и очекивало, имајући у виду карактер оквира узорка и чињеницу да је он дефинисан у одређеном тренутку, накнадном провером изабраних јединица узорка утврђено је да постоји проблем *надскупа* оквира узорка (Aker, Kumar, & Deј, 2008; Bethlehem & Biffignandi, 2012). Ажурирањем података за 139 извучених јединица, из иницијалног узорка су избачена она предузећа која су у међувремену избрисана из регистра, она која су у поступку стечаја или ликвидације, као и она предузећа која су у јавном, родно мешовитом и у власништву правних лица. Након овога, у узорку за стратум Ниш је остало 89 јединица малих и средњих предузећа. Из базе предузетника за град Ниш случајно је узорковано 48 предузетника. Након додатне провере тренутног статуса и брисања предузетника који су у међувремену избрисани из регистра, коначни узорак предузетника за стратум Ниш чини 36 јединица. Што се тиче другог стратума, из оквира узорка за град Нови Сад најпре је генерисан случајни узорак од 235 малих и средњих предузећа и случајни узорак од 117 предузетника. Као и у случају узорка за стратум Ниш, пратећи исте критеријуме а ради решавања проблема *надскупа*, извршена је додатна провера података о извученим јединицама узорка за стратум Нови Сад. Резултат извршене провере је брисање одређених јединица узорка чиме је генерисан коначни узорак малих и средњих предузећа за стратум Нови Сад од 160 јединица и узорак од 42 предузетника. Синтезом случајних узорка посматраних стратума и подстратума, дефинисан је узорак за реализацију истраживања са укупно 327 јединица истраживања, од којих се 249 односи на мала и средња предузећа а 78 на предузетнике. Заступљеност јединица узорка из сваког од посматраних стратума у укупном узорку статистички значајно одговара заступљености јединица из ових стратума у коришћеном оквиру узорка ($p=0,766$).

Табела 4.2: Квантитативна структура оквира узорка, узорка и реализованог узорка

		Ниш		Укупно Ниш	Нови Сад		Укупно Нови Сад
Оквир узорка	стратум						
	подстратум	МСП	2.807	3.965	МСП	4.434	6.628
		Пр.	1.158		Пр.	2.194	
		Ниш и Нови Сад					
		МСП		7.241			
		Пр.		3.352			10.593
<hr/>							
		Ниш		Укупно Ниш	Нови Сад		Укупно Нови Сад
Узорак	стратум						
	подстратум	МСП	89	125	МСП	160	202
		Пр.	36		Пр.	42	
		Ниш и Нови Сад					
		МСП		249			
		Пр.		78			327
<hr/>							
		Ниш		Укупно Ниш	Нови Сад		Укупно Нови Сад
Реализовани узорак	стратум						
	подстратум	МСП	26	47	МСП	40	54
		Пр.	21		Пр.	14	
		Ниш и Нови Сад					
		МСП		66			
		Пр.		35			101

Репрезентативност родне структуре власништва привредних субјеката јединица узорка оцењена је према подацима о броју предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца презентованих у истраживању ауторке Бабовић (2012). Ова референтна величина је изабрана имајући у виду да се у наведеном истраживању посебно приказује број предузећа у чистом и број оних у мешовитом родном власништву. Будући да су у узорак укључена само предузећа са чистим родним власништвом, подаци из наведеног истраживања се могу компарирати са подацима релевантним за узорак⁷⁰. Од 327 јединица узорка, 79 њих, или 24,2% јесу привредни субјекти у власништву жена. Оваква родна структура узорка са статистичком значајношћу репрезентује родну структуру власништва привредних субјеката на нивоу Републике Србије ($p=0,058$).

Са друге стране, заступљеност привредних субјеката из различитих сектора у узорку не одговара у потпуности секторској структури на нивоу укупне популације

⁷⁰ У Извештају о малим и средњим предузећима и предузетништву за 2012. годину, који се користи као извор података за проверу репрезентативности узорка са аспекта секторске структуре предузећа, подаци о броју предузећа у власништву жена се односе и на предузећа у којима жене имају делимичног учешћа у власништву.

($p=0,0001$). Наиме, у узорку нема јединица из сектора O^{71} , док је релативна заступљеност јединица из осталих сектора нешто другачија у односу на секторску структуру популације на нивоу Републике Србије. Разлици у секторској структури узрока и популације предузетника у највећој мери доприноси чињеница да је у узорку израженије учешће јединица из сектора Трговине и Прерађивачке индустрије, док су јединице из сектора Саобраћај и складиштење, Остале услужне делатности и Услуге смештаја и исхране заступљене у мањој мери (Табела 4.3).

Табела 4.3: Дистрибуција фреквенција секторске заступљености јединица у узорку и на нивоу популације

Сектор ⁷²	Број опсервација у узорку	Очекивани број јединица	Резидуал	% учешће	
				Узорак	Р. Србија
A	5	5,9	-0,9	1,53	1,83
B	1	0,5	0,5	0,31	0,14
C	62	53	9,0	18,96	16,21
D	1	0,6	0,4	0,31	0,18
E	1	1,2	-0,2	0,31	0,37
F	26	24,3	1,7	7,95	7,44
G	113	99	14,0	34,56	30,27
H	20	32,7	-12,7	6,12	10,01
I	14	22,7	-8,7	4,28	6,94
J	10	8,7	1,3	3,06	2,66
K	6	2,5	3,5	1,83	0,76
L	2	1,7	0,3	0,61	0,52
M	32	38	-6,0	9,79	11,61
N	10	7,8	2,2	3,06	2,37
P	9	2,2	6,8	2,75	0,67
Q	6	4,4	1,6	1,83	1,33
R	1	2,3	-1,3	0,31	0,70
S	8	19,7	-11,7	2,45	6,01

⁷¹ У овом сектору (Државна управа и обавезно социјално осигурање) нема предузетника ни на нивоу Републике Србије, док у коришћеном оквиру узорка није било привредних субјеката из овог сектора тако да нису ни могли бити узорковани.

⁷² Делатности: А – Пољопривреда, шумарство и рибарство; В – Рударство, С – Прерађивачка индустрија; D – Снабдевање електричном енергијом, гасом и паром; Е – Снабдевање водом и управљање отпадним водама; F – Грађевинарство; G – Трговина на велико и мало и поправка моторних возила; H – Саобраћај и складиштење; I – Услуге смештаја и исхране; J – Информисање и комуникације; K – Финансијске делатности и делатност осигурања; L – Пословање некретнинама; M – Стручне, научне, иновационе и техничке делатности; N – Административне и помоћне услужне делатности; P – Образовање; Q – Здравствена и социјална заштита; R – Уметност, забава и рекреација; S – Остале услужне делатности.

Са друге стране, између описаног случајног узорка и укупне популације постоје одређене сличности у структури са аспекта заступљености одређених сектора које иду у прилог оправданости прихватања узорка. Наиме, и у узорку, и у популацији малих и средњих предузећа и предузетника у Републици Србији највећи број њих (око 50%) послује у сектору трговине и у сектору прерађивачке индустрије. Такође, слично структури популације на нивоу Републике Србије, и јединице у узорку које послују у прва три рангирана сектора⁷³ чине око 60% посматраних субјеката.

Реализација узорка износи 30,89%, односно 101 узорачка јединица. За испитивање хипотеза које су у вези са перформансама и растом предузећа коришћени су подаци за 86 испитаника (26 предузетница и 60 предузетника) у случају хипотеза које се односе на перформансе, односно за 83 испитаника (24 предузетнице и 59 предузетника) у случају хипотеза које се односе на раст предузећа. Мањи узорак за потребе провере ових хипотеза резултат је чињенице да један значајни део узорачких јединица јесу предузетници/це који нису у систему ПДВ-а и који према Закону о порезу на доходак грађана порез на приходе од самосталне делатности плаћају на паушално утврђен приход (Народна скупштина Републике Србије, 2014б, члан 40). Ова лица, према Закону о рачуноводству, нису у обавези да Агенцији за привредне регистре достављају своје финансијске извештаје (Народна скупштина Републике Србије, 2013). Стога се дешава да Агенција ове податке не поседује како би их учинила јавно доступним. Податке неопходне за анализу поседује одговарајућа филијала Пореске управе, међутим – Пореска управа не може да омогући увид у ове податке, будући да се према Закону пореском поступку и пореској администрацији ови подаци сматрају службеном тајном у пореском поступку (Народна скупштина Републике Србије, 2014а, члан 7). Свих 15 испитаника/ца за које су поменути подаци недостајали, изричито је одбило да да тражене податке.

1.2.2.4. Инструмент и техника прикупљања података од јединица анкетирања

Коришћени метод прикупљања примарних података јесте анкета, док је примењени анкетни метод онлајн, односно веб упитник. Јединицама узорка је послат имејл са објашњењем предмета и циља истраживања, позивом за учешће у истраживању и са линком ка веб адреси на којој је упитник постављен. Упитник је

⁷³ Према броју привредних субјеката, прва три рангирана сектора у узорку, као и на нивоу укупне популације јесу: Трговина на велико и трговина на мало, Прерађивачка индустрија и Стручне, научне, иновационе и технолошке делатности.

креиран помоћу *Google Docs* сервиса и садржи 47 питања. У циљу обезбеђења једнозначности и упоредивости одговора готово сва питања у упитнику су питања са затвореним одговорима, док је приступ *додатног пропитивања* (Aker et al., 2008, стр. 329), односно коришћења отвореног одговора као наставка питања са затвореним одговором примењен у неколико случајева. Уз питања којим се траже подаци о карактеристикама власника и њиховог пословања, један део упитника обухвата скале ставова којим се од испитаника захтева да рангирају, односно да покажу свој степен слагања/неслагања са већим бројем изјава у вези са одређеним ставом или предметом посматрања. За скалирање су коришћене номиналне, и у већем броју случајева интервалне скале, и то Ликертова скала са 5 подеока.

Због своје веће трошковне ефикасности у односу на лично интервјуисање, поштански упитник је често коришћен анкетни метод (Dillman, 1991; Edwards et al., 2002; Newby, Watson, & Woodliff, 2003). Истиче се да се специфичним типом поштанског упитника може сматрати онлајн, односно веб упитник који, развојем и повећањем доступности савремене информационо-комуникационе технологије, постаје све актуелнији анкетни метод (Bethlehem & Biffignandi, 2012). Поред мањих трошкова реализације, предност ових упитника је и у томе што испитаници сами одређују темпо одговарања и стога пажљивије читају и одговарају на постављена питања, имају увид у читав контекст упитника⁷⁴, док је због одсуства испитивача на испитанику мањи притисак да да друштвено пожељан одговор (Aker et al., 2008; Bethlehem & Biffignandi, 2012; Dillman, 1991). Такође, истиче се да је дистрибуција одговора код овог анкетног метода равномернија, док су одговори у случају телефонског или личног интервјуисања ближи екстремним вредностима (Dillman, 1991). Како би се добила имејл адреса предузећа елемента узорка и извршило упознавање јединице анкетирања са студијом, спроведена је претходна телефонска нотификација. Ово је, иначе, често препоручен приступ за обезбеђење *проласка поруке кроз филтер опажања* испитаника, као и за повећање стопе одговора (Edwards et al., 2002; Linsky, 1975; Newby et al., 2003). Приликом успостављања телефонског контакта значајан број привредних субјеката из Ниша је изразио жељу да им се упитник достави лично у штампаној верзији. Онима који нису имали такву врсту захтева упитник је достављен путем електронске поште. Имејл, односно поштански упитници јесу трошковно

⁷⁴ Приликом телефонског или личног интервјуисања испитаници чују питање по питање (Dillman, 1991).

ефикаснији, међутим, карактерише их нижа стопа одговора. Стопа одговора, односно реализације поштанских и онлајн упитника је упоредива и, у зависности од извора података, креће се од 1% до 30% (Aker et al., 2008; Fox, Robinson, & Boardley, 1998). Мала стопа одговора извор је тзв. *грешке неодговора* која подразумева опасност да се они субјекти анкетања који нису одговорили значајно разликују од оних који јесу, што ствара пристрасност (Aker et al., 2008, стр. 400). Иако мала стопа одговора не мора нужно узроковати грешку неодговора⁷⁵, генерална је препорука истраживачима да учине напор како би ова стопа била повећана. Имајући претходно у виду и у циљу повећања стопе одговора, односно смањења грешке неодговора, уз опште мотивационе приступе (као што су гарантовање анонимности, истицање значаја студије и значаја доприноса испитаника, као и пружање могућности увида у резултате) примењено је и неколико пратећих (*follow-up*) техника присећања. Будући да вишеструки *follow-up* приступ у већој мери повећава стопу одговора (Fox et al., 1998; Linsky, 1975), испитаницима који након иницијалног слања писма нису одговорили, послат је најпре још једном имејл са линком, а затим су, уколико ни након другог слања нису одговорили, они још једном телефонски контактирани. Накнадни телефонски контакт је успостављен и са оним испитаницима којима је упитник достављен лично, а који нису одговорили у договореном року. Додатни проблем у прикупљању података и обезбеђењу веће стопе одговора представљала је чињеница да један број узорачких јединица реално није постојао, иако су и у тренутку покушаја успостављања контакта имали статус активног привредног субјекта у бази АПР-а. Нарочити проблем се појавио у стратуму Нови Сад. Услед вишеструког неуспеха да се обезбеди прихватљива стопа одговора испитаника из овог града, за прикупљање података из Новог Сада ангажована је агенција за истраживање тржишта и јавног мњења (*Ninamedia Research d.o.o.*). Агенцији је достављен списак узорачких јединица, као и линк ка упитнику. Начин прикупљања података од стране ангажоване агенције је, као и у случају за град Ниш, подразумевао комбиновани приступ – лично и достављање упитника путем електронске поште.

Описани приступ прикупљања података се може сместити у *Dillman*-ов (1991) метод дизајнирања упитника (познат као Метод целовитог дизајна упитника – енгл.

⁷⁵ Када нема дискрепанце у ставовима и у другим испитиваним карактеристикама оних који су одговорили и оних који нису, мала стопа одговора неће изазвати грешку неодговора (Aker et al., 2008; Dillman, 1991).

Total Design Method (TDM)). Овај оквир дизајнирања упитника се базира на теоријској премиси да се вероватноћа да ће испитаници одговорити повећава уколико они перципирају да су бенефити од учествовања у истраживању већи од трошкова одговарања. У том смислу се препоручује смањење трошкова одговарања⁷⁶, повећање бенефита за испитанике⁷⁷ и повећање поверења⁷⁸. Наравно, имајући у виду да је овај оквир иницијално дефинисан за дизајнирање класичних поштанских упитника, за дефинисање онлајн упитника се користи ужа верзија овог оквира⁷⁹.

1.3. Методе истраживања

У складу са добром научном праксом, истраживање дефинисане теме биће методолошки засновано на примени сета логичких и статистичко-математичких метода уобичајених за поље друштвено-хуманистичких наука.

Као логичка подлога за дефинисање хипотеза у раду је коришћен метод синтезе резултата истраживања по издвојеним темама, као и методе индукције и дедукције у циљу дефинисања одређених закључака. Препознајући да узроци лошијих перформанси и положај предузећа у власништву жена имају и своје структурално и институционално утемељење, како је већ истакнуто – емпиријска провера појединих хипотеза, или њихових делова, извршена је кабинетским истраживањем секундарних података из релевантних база података и различитих пословно-финансијских извештаја

⁷⁶ Смањење трошкова одговарања се првенствено постиже дизајнирањем једноставнијег упитника чије попуњавање не захтева много времена. Како нема јединствених резултата по питању утицаја дужине упитника на повећање стопе одговора (Dillman, 1991; Linsky, 1975; Newby et al., 2003), онлајн попуњавање упитника је изабран као основни начин за смањење трошкова (утрошка времена, пре свега) за испитанике. Претпоставка је да се оваквим приступом олакшава давање одговора и скраћује време потребно за попуњавање упитника (Bethlehem & Biffignandi, 2012).

⁷⁷ Повећање нивоа перципираних користи од учествовања у истраживању се може постићи истицањем значаја теме, понудом увида у резултате, истицањем улоге и значаја доприноса испитаника истраживачком напору. Наравно, један од могућих и практично коришћених начина повећања користи јесте и понуда директних финансијских подстицаја. Ипак, у раду је прихваћен приступ истицања нефинансијских бенефита за испитанике. Интересантно је истаћи да је у току прикупљања података било случаја да испитаници сугеришу потребу да се обезбеди одређена „новчана надокнада за утрошено време”.

⁷⁸ Поверење испитаника се може повећати гарантовањем анонимности и коришћења података само у наглашене сврхе истраживања, истицањем титуле истраживача и афилијације.

⁷⁹ Наиме, *TDM* је иницијално развијен за класичне поштанске упитнике па се бави и величином писма, штампом и сличним питањима која нису од значаја за онлајн реализацију анкете.

предузећа, као и из извештаја одговарајућих националних и интернационалних организација. Емпиријско тестирање осталих хипотеза подразумева теренско истраживање, односно прикупљање примарних података анкетирањем власника и власника предузећа, о чему је детаљније било речи у претходном делу рада.

Практична примена података добијених одговорима на питања код којих је било могуће дати више одговора (*multiple response*) обезбеђена је тако што је сваки од понуђених одговора трансформисан у засебну дихотомну варијаблу. Овако добијене варијабле су затим груписане у *multiple response* сет података над којим су спроведене анализе. Код варијабли за чије је мерење коришћена скала за оцену степена слагања са понуђеним ставовима, за потребе квантификације варијабле извршено је утврђивање интерне конзистентности скале применом *Cronbach α* теста (гранична вредност $\alpha=0,60$). Пре утврђивања вредности *Cronbach α* теста, тамо где је било потребно извршено је риверзно кодирање одговора – како би се обезбедила истосмерна скалираност. У ситуацији када интерна конзистентност скале за мерење одређене варијабле постоји ($\alpha \geq 0,60$), и када се она не може додатно унапредити, као мерило односне варијабле коришћена је просечна оцена просечних оцена за сваки од ставова. Када интерна конзистентност скале постоји, али се она додатно може унапредити елиминисањем одређене димензије (става), просечна оцена просечних оцена је утврђена без односне димензије. Коначно, просечна оцена сваког појединачног аспекта (става) је коришћена као мерило варијабле у ситуацијама када је интерна конзистентност скале оцењена неадекватном ($\alpha < 0,60$).

У циљу квантификације мултидимензионалних варијабли, на емпиријским подацима о њима је извршена Анализа кључних компоненти (*PCA*), са *Varimax* ротацијом. Гранична вредност коефицијента међусобне корелације за укључивање одређених димензија варијабле у анализу је 0,3. За оцену адекватности узорка коришћена је вредност *Kaiser-Meyer-Olkin* теста, као и *Bartlett*-ов тест сферичности. Критичне вредности за оцену факторабилности корелационе матрице јесу $KMO \geq 0,6$ за цео сет података, односно $KMO \geq 0,5$ по појединим димензијама, као и *Bartlett* $p < 0,05$. Као критеријум за избор кључних компоненти коришћен је *Kaiser*-ов критеријум карактеристичне вредности (*eigenvalue*). Имајући у виду величину узорка ($n=101$), значајним факторским оптерећењем сматра се оно веће од 0,55. У ситуацијама у којима је то било потребно, спроведен је већи број итерација *PC* анализе. Квантификација издвојених фактора извршена је израчунавањем факторских скорова као композитних мера сваког од фактора.

У циљу емпиријске провере дефинисаних хипотеза закључивање је спроведено на бази анализе која подразумева коришћење сета статистичко-аналитичких метода и техника. Коришћени статистички инструментаријум обухвата технике из домена дескриптивне, униваријационе и мултиваријационе статистике (Janssens, Wijnen, Peismacker, & Van Kenhove, 2008). Подаци су дескриптивно сагледани кроз индикаторе као што су мерила дистрибуције фреквенције и мерила централне тенденције и дисперзије. Анализа већег броја варијабли извршена је коришћењем метода експлораторне, односно анализе међуодноса, као и метода конфирмационе, односно анализе зависности. Као техничка подршка за спровођење статистичке анализе прикупљених података коришћен је софтверски пакет *SPSS*.

Статистичка значајност разлике у вредности континуираних варијабли између две групе испитана је адекватним статистичким тестовима – *t-тест*, једнострана *ANOVA*, *Mann-Whitney*, *Kruskal-Wallis*. Параметарски статистички *t-тест* је коришћен у ситуацијама када постоји нормалан распоред података и када међу њима нема нетипичних и екстремних вредности. Карактер распореда података оцењен је на бази статистичке значајности вредности *Shapiro-Wilk* теста, док је постојање нетипичних и екстремних вредности утврђено на бази визуелне оцене *box-plot* дијаграма. У случајевима када подаци имају асиметричан распоред (*Shapiro-Wilk* $p < 0,05$), односно када се на бази оцене удаљености њихове вредности од *box-plot* дијаграма утврди да међу њима има нетипичних и екстремних вредности (удаљеност већа од 1,5, односно већа од 3 стандардне девијације), за оцену статистичке значајности у разлици вредности континуираних варијабли између две групе коришћен је непараметарски *Mann-Whitney* тест. За потребе интерпретације резултата *Mann-Whitney* теста, увидом у популациону пирамиду проверена је сличност облика дистрибуције података о зависној варијабли. За поређење вредности изабраних показатеља перформанси и раста у ситуацији када је независна променљива категоријска варијабла са више од два нивоа, а подаци о вредности континуиране зависне променљиве имају нормалан распоред за све посматране нивое и међу њима нема нетипичних вредности – коришћена је једнострана *ANOVA*. У случају постојања статистички значајне разлике у вредности зависне променљиве између различитих нивоа категоријске независне променљиве спроведен је накнадни (*post-hoc*) тест како би било прецизирано између којих група постоји идентификована разлика и која је величина ове разлике. У оним ситуацијама када постоји хомогеност варијанси (*Levene* $p > 0,05$) коришћени су резултати *ANOVA* теста и примењен је *Tukey* накнадни тест, док су у осталим

ситуацијама коришћени резултати *Welch* статистике и *Games-Howell* накнадног теста. Када међу подацима о вредности зависне променљиве има нетипичних вредности, и они не показују особине нормалне расподеле (*Shapiro-Wilk* $p < 0,05$) – за поређење вредности изабраних показатеља перформанси и раста уместо једностране ANOVA-е примењен је *Kruskal-Wallis H* тест оцене разлике. У случајевима у којима постоји статистички значајна разлика у вредности зависне променљиве, извршене су упарене компарације уз примену *Dunn*-ове процедуре са *Bonferroni* корекцијом вредности p , како би се идентификовали нивои независне варијабле између којих постоје разлике у вредности зависне променљиве.

За оцену разлике у вредности зависне променљиве која има карактер категоријске варијабле (са два или више нивоа), коришћен је χ^2 тест независности обележја. У случајевима када између зависне и независне променљиве постоји статистички значајна повезаност, за оцену јачине ове зависности коришћена је вредност *Cramer V* показатеља.

Утврђивање смера и интензитета односа између фактора и перформанси и раста предузећа извршено је применом метода линеарне регресије – просте, вишеструке и хијерархијске вишеструке линеарне регресије. Пре интерпретације резултата спроведених анализа, извршена је провера одређених методолошких претпоставки које регресиона анализа подразумева. Постојање линеарног односа између варијабли регресионог модела проверено је на бази визуелног увида у дијаграм распршености. Независност опсервација испитана је на бази вредности *Durbin-Watson* теста (при чему се вредношћу која указује на неповезаност резидуала, односно прихватљивом вредношћу овог показатеља сматра вредност ≈ 2). Оцена хетероскедастичности извршена је визуелним увидом у дијаграм распршености односа стандардизованих предвиђених вредности и стандардизованих резидуала. Постојање мултиколинеарности варијабли у моделима вишеструке регресије оцењено је на бази вредности показатеља *Tolerance* (прихватљиво: $Tolerance > 0,10$) и *VIF* (прихватљиво: $VIF < 10$). Референтном вредношћу за утврђивање левериц тачака одређена је $LEV > 0,20$ (постоје левериц тачке), постојање утицајних вредности оцењено је на бази *Cook*-ове дистанце (када је $Coo > 1$ постоје утицајне вредности). У ситуацијама у којима је независна варијабла категоријска, за потребе спровођења регресионе анализе је извршено дихотомно (*dummy*) кодирање категоријских варијабли, при чему је један ниво категорије одабран као референтни ниво. Свака добијена дихотомна варијабла

посматрана је као посебна независна променљива чији се утицај оцењује према изабраној референтној категорији.

За потребе испитивања постојања и статистичког значаја пола предузетника (дихотомна варијабла) као модеарционог фактора спроведена је модерациона анализа у оним случајевима када је независна променљива по типу континуирана. Аналитички поступак за проверу хипотезе о томе да је пол предузетника варијабла која модерира утицај између посматраних фактора и показатеља перформанси и раста подразумева да се у регресиони модел као предикциона варијабла уведе *услов интеракције (interaction term)*. У основи је на овај начин спроведена хијерархијска вишеструка регресија са *условом интеракције* као додатом варијаблом. Статистичка значајност модерационог ефекта оцењена је на бази оцена статистичке значајности промене у R^2 , односно оцене значајности у делу варијације зависне променљиве који је објашњен додавањем *услова интеракције*. И у случају када промена у R^2 није статистички значајна, спроведена је додатна анализа регресионих линија како би се стекао увид у природу односа између независне и зависне променљиве, засебно у групи предузетница и у групи предузетника.

2. Резултати истраживања и валидација хипотеза

Пратећи логички след установљен дефинисаним хипотезама, у овом делу рада ће најпре бити презентовани резултати добијени обрадом секундарних и примарних података. Након приказа добијених резултата, приступиће се њиховом тумачењу и анализи у циљу емпиријске валидације дефинисаних хипотеза.

2.1. Резултати истраживања

Резултати истраживања ће бити презентовани по целинама у складу са постављеним хипотезама. У том смислу ће у овом делу рада бити приказани резултати анализе секундарних података који се односе на обим предузетничке активности жена и мушкараца у Републици Србији, као и резултати анализе примарних података који се тичу перформанси и раста предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца, фактора који их детерминишу, разлика у њиховој факторској условљености и могућих детерминанти родног гена у перформансама и расту.

2.1.1. Обим предузетничке активности жена и мушкараца у Републици Србији

Праћење и анализа родног аспекта предузетничке активности у Републици Србији отежани су чињеницом да званично *није успостављен систем редовног праћења предузетничке активности према полу предузетника* (Министарство финансија и привреде, Министарство регионалног развоја и локалне самоуправе, Национална агенција за регионални развој, 2012, стр. 81). Такође, примећује се да и у извештајима једне исте националне институције нема конзистентности у саопштавању података о предузетничкој активности жена током времена. Тако су, на пример, у извештајима о истраживању стања, потреба и проблема малих и средњих предузећа и предузетника које спроводи Национална агенција за регионални развој, подаци о релативном учешћу предузетника и привредних друштава у којима су жене власници/оснивачи детаљно приказани само за 2013. годину, док су ови подаци за раније године дати узгред, понекада и имплицитно (видети у: Национална агенција за регионални развој, 2010; 2011; 2012; 2013а).

Уз неразвијен национални систем родно сензибилне евиденције и праћења предузетничке активности, проблем представља и чињеница да у извештавањима о предузетничкој активности жена од стране међународних организација и институција Република Србија често није јединица анализе у континуитету. Тако се, на пример, у родној статистици Светске банке за Србију могу пронаћи подаци о релативном учешћу предузећа у којима жене имају власничког удела за 2003, 2005, 2009. и за 2013. годину (World Bank, 2014г). Дисконтинуитет у извештавању о предузетничкој активности жена у Републици Србији је приметан и у *GEM* извештајима. Како је већ истакнуто, предузетничка активност жена у Србији била је предмет истраживања у извештају о глобалној предузетничкој активности жена за 2007. годину, али не и у извештајима за 2010. и за 2012. годину. Слично овоме, подаци о укупној предузетничкој активности и у оквиру ње о предузетничкој активности жена у Републици Србији део су годишњих *GEM* извештаја само за 2007, 2008. и 2009. годину. Ови извештаји се, иначе, публикују редовно годишње почев од 1999. године.

Уз разлике у коришћеном индикатору предузетничке активности, као и у расположивости података у посматраном десетогодишњем периоду (2004-2013. године), подаци из различитих извештаја о предузетничкој активности у Републици Србији углавном указују на то да је у посматраном периоду дошло до повећања обима предузетничке активности жена – уз изузетак *TEA* показатеља (Табела 4.4). Без обзира на коришћено мерило, предузетничка активност жена у Републици Србији је према

подацима из свих коришћених извора мање изражена у односу на предузетничку активност мушкараца. Разлика у предузетничкој активности жена и мушкараца у Републици Србији, мерено стопом њихове samozапослености, статистички значајно је у корист мушкараца ($t=-17,441$, $p=0,001$).

Табела 4.4: Обим предузетничке активности жена у Републици Србији у периоду 2004-2013. године

Индикатор	Извор	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	$t_{t_1-t_2}$	
% предузећа са власничким уделом жена	Светска банка	-	23	-	-	-	28,8	-	-	-	38,3	15,3	
TEA	GEM	ж	-	-	-	5,1	2,8	-	-	-	-	-2,3	
		м	-	-	-	12,1	10	7	-	-	-	-5,1	
% samozапослености ⁸⁰	PЗС	ж	13,8	12,2	10,8	11,3	16,5	14,8	15,7	13,7	13,9	15,4 [*]	1,6
		м	30,0	26,2	26,6	26,5	31,1	29,7	30,7	28,3	29,3	31,6	1,6
% МСПП ⁸¹ у којима је жена власник/оснивач	МЕРР,РЗР,РАР МСПП,НАРР ⁸²	-	-	-	19,5	27,2	25,7 ⁸³	21	20	39	34,9	15,4	

*За однос стопа samozапослености жена и мушкараца $p<0,05$

Извор: GEM, 2014; World Bank, 2014г; Министарство економије и регионалног развоја, Републички завод за развој & Републичка агенција за развој малих и средњих предузећа и предузетника, 2010; Национална агенција за регионални развој, 2010; 2011; 2012; 2013а; Републички завод за статистику, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012а; 2013а; 2014а.

Имајући у виду то да су подаци о кретању предузетничке активности током читавог посматраног периода доступни једино за стопу samozапослености, динамика предузетничке активности жена и мушкараца у Републици Србији у периоду 2004-2013. године оцењена је на бази кретања вредности овог индикатора. Релативна годишња промена стопе samozапослености израчуната је према обрасцу (1) док су вредности овог показатеља приказане у Табели 4.5.

⁸⁰ Релативно учешће samozапослених жена/мушкараца у структури укупно запослених жена/мушкараца старости 15 и више година.

⁸¹ Приказано као просек појединачних релативних учешћа жена власника/оснивача сваког од облика привредних друштава и предузетника – микро, мало, средње предузеће и предузетници.

⁸² Подаци за 2007. и за 2008. годину су преузети из: Министарство економије и регионалног развоја, Републички завод за развој & Републичка агенција за развој МСП и предузетништва, 2010; док су подаци за период 2010-2013. године преузети из извештаја о истраживању НАРР (Национална агенција за регионални развој, 2010; 2011; 2012; 2013а)

⁸³ Подаци за период 2007-2009. године се односе само на привредна друштва, не и на предузетнике.

$$\frac{\%сз_{t+1} - \%сз_t}{\%сз_t} * 100 \quad (1)$$

%сз – стопа самозапослености

Подаци о динамици предузетничке активности жена и мушкараца у Републици Србији указују на то да је готово у свакој посматраној години динамика предузетничке активности жена израженија. Такође, предузетничка активност жена је у просеку у читавом анализираном периоду расла по већој стопи у односу на предузетничку активност мушкараца. Ипак, у овим разликама нема статистички значајне разлике ($t=0,238$, $p=0,815$).

Табела 4.5: Релативне годишње промене стопе самозапослености жена и мушкараца у Републици Србији, сукцесивно по годинама периода 2004-2013. године

	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	Просечно ⁸⁴
ж	-11,6	-11,5	4,6	46	-10,3	6,1	-12,7	1,5	10,8	2,5
м	-12,7	1,5	-0,4	17,4	-4,5	3,4	-7,8	3,5	7,8	0,9

Извор: калкулације извршене на бази: Републички завод за статистику, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012а; 2013а; 2014а

Динамика предузетничке активности може бити оцењена и на бази промене релативног учешћа самозапослених жена и мушкараца у укупном броју запослених жена, односно мушкараца – сукцесивно по годинама анализираног периода. Вредности ових промена приказане су у Табели 4.6. На основу ових резултата, може се закључити да у просеку у посматраном периоду нема разлике у промени обима предузетничке активности жена и мушкараца у Републици Србији.

⁸⁴ Израчунато као просек релативних годишњих промена стопа самозапослености.

Табела 4.6: Промена релативног учешћа самозапослених жена и мушкараца у укупном броју запослених жена и мушкараца у Републици Србији, сукцесивно по годинама периода 2004-2013. године

	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	Просечно
ж	-1,6	-1,4	0,5	5,2	-1,7	0,9	-2	0,2	1,5	0,13
м	-3,8	0,4	-0,1	4,6	-1,4	1	-2,4	1	2,3	0,13

Извор: калкулације извршене на бази: Републички завод за статистику, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012а; 2013а; 2014а

2.1.2. Перформансе и раст предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији

Идентификовање карактера односа перформанси и раста предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца извршено је параметарским и неапараметарским тестирањем једнакости у средњим вредностима показатеља стања перформанси и њихове динамике, односно раста. Такође, оцена постојања разлике у субјективној оцени динамике пословања извршена је применом χ^2 теста независности обележја.

Просечне вредности пословног прихода, нето добитка⁸⁵ и броја запослених у предузећима у власништву жена су на нивоу испод просечне вредности ових показатеља у предузећима у власништву мушкараца, као и у односу на просечне вредности за узорак у целини (Табела 4.7). Како подаци о просечној величини пословног прихода, нето добитка/губитка и броју запослених у обе посматране групе имају асиметричан распоред (свако $p=0,0001$), на подацима је спроведен *Mann-Whitney* тест ради утврђивања значајности разлике у перформансама предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца. Статистички се значајно предузећа у власништву жена и она у власништву мушкараца разликују само по питању просечне величине нето добитка ($U=1.053,00$, $p=0,010$). По питању просечне величине пословног прихода и броја запослених нема статистички значајне разлике између предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца ($U=916,50$, $p=0,199$, односно $U=836,00$, $p=0,665$).

⁸⁵ Надаље ће у случајевима када се вредност пословног прихода и нето добитка изражавају експлицитно у новчаним јединицама, оне бити изражене у 000 РСД.

Табела 4.7: Просечно стање и динамика изабраних показатеља перформанси и раста предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца

	Пол		Укупно	Mann-Whitney U	p
	жене	мушкарци			
Пословни приход	14.651,68	31.410,40	26.343,81	916,50	0,199
Нето добитак/губитак	155,83	2.996,10	2.137,41	1.053,00	0,010
Број запослених	3 (3,35)	5 (4,68)	4 (4,28)	826,00	0,665
Стопа раста (опадања) пословних прихода	-18,43	7,06	-0,22	801,00	0,423
Стопа раста (опадања) нето добитка/губитка	-41,97	-67,81	-60,24	651,00	0,647
Стопа раста (опадања) броја запослених	-33,80	5,02	-6,21	909,00	0,043
	χ^2	p			
Субјективна оцена динамике запослености	10,28	0,527			
Субјективна оцена динамике пословних прихода	2,47	0,290			

Величина пословних прихода и нето добитка/губитка је изражена у 000 РСД

Предузећа у власништву жена су у периоду 2010-2013. године остварила опадање свих праћених показатеља, док је у предузећима у власништву мушкараца опадање евидентно само по питању оствареног нето добитка – при чему је смањење нето добитка интензивније у предузећима у власништву мушкараца (Табела 4.7). Ипак, резултати статистичке оцене значајности евидентираних разлика указују на то да је једино разлика у динамици броја запослених у предузећима у власништву жена и у оним у власништву мушкараца статистички значајна (пословни приход: $U=801,00$, $p=0,423$; нето добитак: $U=651,00$, $p=0,647$; број запослених: $U=909,00$, $p=0,043$).

Највећи број предузетника/ца (посматрано појединачно и на нивоу целине) оцењује да у односу на протекли период у њиховом предузећу (пословном подухвату) није остварена промена запослености (Табела 4.8) и да је дошло до смањења величине пословног прихода (Табела 4.9).

Табела 4.8: Субјективна оцена динамике броја запослених

		Број	Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Број запослених	смањен	Број	7	15	22
		% у оквиру ове групе	31,8	68,2	100,0
		% у оквиру пола	20,6	22,4	21,8
		% у укупној популацији	6,9	14,9	21,8
	без промена	Број	24	41	65
		% у оквиру ове групе	36,9	63,1	100,0
		% у оквиру пола	70,6	61,2	64,4
		% у укупној популацији	23,8	40,6	64,4
	повећан	Број	3	11	14
		% у оквиру ове групе	21,4	78,6	100,0
		% у оквиру пола	8,8	16,4	13,9
		% у укупној популацији	3,0	10,9	13,9
Укупно	Број	34	67	101	
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

Иако предузетнице у релативно мањем броју оцењују да је дошло до раста запослености и прихода – резултати указују на то да између пола предузетника и кретања запослености и прихода (субјективно оцењеног) нема односа повезаности (за оцену динамике запослености: $\chi^2=1,28$, $p=0,527$; за оцену кретања прихода: $\chi^2=2,47$, $p=0,290$).

Табела 4.9: Субјективна оцена динамике величине пословних прихода

			Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Пословни приходи	смањен	Број	14	26	40
		% у оквиру ове групе	35,0	65,0	100,0
		% у оквиру пола	41,2	38,8	39,6
		% у укупној популацији	13,9	25,7	39,6
	без промена	Број	14	20	34
		% у оквиру ове групе	41,2	58,8	100,0
		% у оквиру пола	41,2	29,9	33,7
		% у укупној популацији	13,9	19,8	33,7
	повећан	Број	6	21	27
		% у оквиру ове групе	22,2	77,8	100,0
		% у оквиру пола	17,6	31,3	26,7
		% у укупној популацији	5,9	20,8	26,7
Укупно	Број	34	67	101	
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

2.1.3. Фактори перформанси и раста предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији

Имајући у виду да је примарни циљ истраживања идентификовање родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца, као и узрока ових разлика – у наставку ће бити оцењена факторска условљеност нето добитка и раста запослености, будући да је између групе предузетница и групе предузетника статистички значајна разлика забележена само по питању ових показатеља.

2.1.3.1. Факторска условљеност нето добитка

Старост и образовање предузетника/ца

Имајући у виду да је варијабла *Старост предузетника/ца* категоријска варијабла са 4 нивоа, на подацима о величини нето добитка у различитим старосним категоријама предузетника/ца спроведен је *Kruskal-Wallis H* тест (Табела П-4.1). Емпиријски подаци указују на то да је просечна величина нето добити већа у групи предузетника/ца старости 26-45 година, у односу на старосну групу 46-65 година

(Табела П-4.2)⁸⁶. Међутим, резултати спроведеног *Kruskal-Wallis H* теста не указују на постојање статистички значајне разлике у нето добитку између посматраних старосних група ($H(3)=5,037$, $p=0,169$) – Табела П.4.1. Слични резултати су добијени и испитивањем односа у величини нето добитка предузетника/ца различитог нивоа и области образовања (Табела П-4.2). Наиме, испитаници/це чији је последњи стечени ниво образовања магистратура/мастер остварују највећу, а испитаници са завршеним факултетом најмању вредност нето добитка. Затим, предузећа чији су власници/це своје образовање стекли у области пољопривреде и ветеринарства остварују највеће, док она чији су власници образовани у пољу услуга остварују најмању вредност нето добитка. Међутим, као и у случају варијабле *старости предузетника/ца* – и у овим разликама нема статистичке значајности (ниво образовања: $H(4)=3,189$, $p=0,527$; поље образовања: $H(8)=6,612$, $p=0,579$) – Табела П.4.1.

Искуство

Што се тиче претходног радног искуства власника/ца, резултати указују на то да је просечна величина нето добитка већа у случају оних предузећа чији су власници/це имали претходног радног искуства (Табела П-4.2). Ипак, тестирањем ове разлике није потврђена њена статистичка значајност ($U=403,00$, $p=0,389$) – Табела П.4.1. Утицај дужине претходног радног искуства на величину нето добитка испитан је креирањем регресионог модела. Дужина претходног радног искуства објашњава свега 0,6% варијације зависне променљиве, односно нето добитка ($R^2=0,006$). Према добијеном регресионом моделу (Табела П-4.3), следи да свака додатна година претходног радног искуства у просеку смањује величину нето добитка. Међутим, статистичка значајност ових резултата није идентификована ($F(1,84)=0,493$, $p=0,485$). Слично овоме, уочена разлика у величини нето добитка у зависности од сродности делатности у којој је претходно радно искуство стечено (Табела П-4.2) није статистички значајна ($H(2)=0,609$, $p=0,738$) – Табела П.4.1.

Имајући у виду да је варијабла *Занимање у коме је претходно радно искуство стечено* категоријска варијабла са 4 нивоа, при чему су испитаници могли да изаберу више понуђених одговора – извршено је дихотомно кодирање три типа занимања (*стручњак*, *административни службеник* и *радник*), док је занимање *руководилац*

⁸⁶ Просечна вредност нето добитка у најмлађој и најстаријој старосној групи су изузете из закључка, будући да је у овим старосним групама само по један испитаник/ца. Овакав приступ ће бити примењен увек када је у некој анализираној групи само по један испитаник/ца.

изабрано као контролна група. Затим је на подацима спроведена вишеструка регресиона анализа како би се утврдило у којој мери занимање у коме је предузетника/ца стекао претходно радно искуство утиче на величину нето добитка, релативно према референтном занимању. На основу резултата може се закључити је претходно искуство предузетника стечено на руководећим радним местима од највећег значаја за просечну величину нето добитка његовог/њеног пословног подухвата (Табела П-4.3). У односу на контролну групу, најмању просечну вредност нето добитка остварују власници/це који су пре отпочињања сопствене активности били радници ($p=0,009$), затим они који су имали занимање стручњака ($p=0,006$), и, затим, они који су радили као административни службеници ($p=0,011$). Посматрана занимања као независне величине објашњавају 14,7% варијације просечне величине нето добитка ($R^2=0,147$). Добијени регресиони модел има добру експланаторну моћ будући да независне варијабле статистички значајно утичу на зависну променљиву ($F(3,96)=3,945, p=0,012$).

У просечној величини нето добитка предузећа чији су власници/е имали претходног менаџерског искуства и оних чији су власници/е започели посао без овог искуства постоји статистички значајна разлика ($U=1.084,00, p=0,049$) – Табела П.4.1. И док постојање претходног менаџмент искуства значајно доприноси остваривању већег износа нето добитка (Табела П-4.2), утицај нивоа менаџмента на ком је ово искуство стечено није статистички значајан ($F(2,29)=0,690, p=0,510$)⁸⁷. Варијабла *Ниво менаџмента на ком је стечено претходно менаџмент искуство* је категоријска варијабла са 3 три нивоа и могућношћу вишеструких одговора. Стога је, ради испитивања утицаја ове варијабле на величину нето добитка извршено дихотомно кодирање два нивоа менаџмента (*средњи* и *оперативни* ниво менаџмента), док је ниво *топ* менаџмента означен референтним нивоом. Према резултатима добијеног регресионог модела, анализирани нивои менаџмента на којима је стечено менаџмент искуство објашњавају 4,5% варијације просечне вредности нето добитка ($R^2=0,045$). Интересантно је приметити да је, у односу на референтну величину, просечна вредност нето добитка већа у случају оних предузећа чији су власници своје менаџмент искуство стекли на оперативном нивоу (Табела П-4.3). Ипак, експланаторна моћ нити једне посматране варијабле није статистички значајна ($p>0,05$). Поред нивоа менаџмента, ни пословна функција у којој је менаџмент искуство стечено не утиче значајно на

⁸⁷ У анализу укључени само испитаници/це са претходним менаџмент искуством.

величину нето добитка ($F(4,28)=0,975, p=0,437$). Иако је просечна величина пословног добитка највећа у предузећима чији су власници/е претходно менаџмент искуство стекли у функцији маркетинга (референтна вредност) – Табела П-4.3, ове варијабле статистички значајно не утичу на динамику зависне променљиве.

Дужина власништва тренутног посла објашњава свега 1,3% варијације величине нето добитка ($R^2=0,013$) и статистички значајно не утиче на ову зависну променљиву ($F(1,83)=1,131, p=0,291$). У величини нето добитка нема статистички значајне разлике ни између предузећа чији су власници имали ранијег власничког искуства и оних који нису ($U=720,00, p=0,208$) – Табела П.4.1.

Предузетничка самоефикасност

Перцепција сопствених способности за обављање предузетничког посла мерена је на бази просечне оцене којом су испитаници оценили своје знање и вештине у седам области од значаја за успешно обављање пословне активности. Оценом поузданости анализираних аспеката предузетничке самоефикасности утврђено је да коришћена скала има висок ниво интерне конзистентности ($\alpha=0,852$). Према резултатима спроведене регресионе анализе, просечна оцена предузетничке самоефикасности не објашњава варијације у нето добитку ($R^2=0,000$). У складу са тим су и резултати који указују на неадекватну експланаторну моћ овог регресионог модела ($F(1,84)=0,015, p=0,904$). Ипак, посматрано појединачно, по аспектима оцењиване предузетничке самоефикасности – добија се регресиони модел са адекватном значајношћу у могућности предикције зависне варијабле ($F(7,73)=2,357, p=0,032, R^2=0,184$). Према вредности коефицијената у добијеном моделу (Табела П-4.3), може се закључити да већа оцена предузетничке самоефикасности у домену иновација позитивно доприноси величини нето добитка ($p=0,026$), док је однос између оцене знања и вештина у области управљања људским ресурсима и просечне величине нето добитка по смеру негативан ($p=0,006$). Утицај осталих аспеката предузетничке самоефикасности није статистички значајан.

Локус контроле

Имајући у виду чињеницу да су одређена питања којима је мерен локус контроле предузетника/ца кодирана у супротном смеру, пре спровођења анализе извршено је риверзно кодирање одређених оцена како би се добила истосмерна скала за мерење овог аспекта хуманог капитала – у смеру интерног локуса контроле. Након

ове трансформације података, добијена је скала за мерење локуса контроле предузетника на којој већа оцена упућује на постојање интерног локуса контроле. Оценом интерне конзистентности коришћених аспеката за мерење ове варијабле утврђено је да постоји прихватљив ниво интерне конзистентности скале, без могућности њеног значајнијег унапређења ($\alpha=0,598$)⁸⁸. Као и у случају просечне вредности предузетничке самоефикасности, и варијабла *Интерни локус контроле* објашњава 0% варијације пословног добитка ($R^2=0,000$), а добијени регресиони модел није прихватљиве експланаторне моћи ($F(1,84)=0,000$, $p=0,982$).

Социјални капитал

Разлика у нето добитку у зависности од фреквенције контаката са анализираним типовима појединаца је статистички значајна једино у групи колега и адвоката као чланова пословно-дискусионих мрежа предузетника/ца (колеге: $H(2)=10,146$, $p=0,006$ адвокати: $H(2)=6,404$, $p=0,041$) – вредности теста за остале анализирание групе су приказане у Табели П-4.1. У овим групама у којима постоји статистички значајна разлика у вредности нето добитка у зависности од фреквенције контаката, извршене су упарене компарације уз примену *Dunn*-ове процедуре са *Bonferroni* корекцијом вредности p (приказане су кориговане p вредности). Резултати ове накнадне анализе су указали на то да постоји статистички значајна разлика у нето добитку између предузетника/ца чија је фреквенција саветовања са колегама 1-3 пута годишње и оних чија је фреквенција контаката са овом категоријом појединаца више од 3 пута годишње ($p=0,005$). Такође, статистички значајна разлика постоји у вредности нето добитка између оних предузетника/ца који никада не контактирају са адвокатима и оних који остварују више од 3 контакта годишње ($p=0,043$). У оба случаја разлика у величини нето добитка је у корист друге групе (Табела П-4.2).

Регресиони модел у коме је просечан број чланова пословно-дискусионих мрежа предузетника/ца независна променљива објашњава 0,4% ($R^2=0,004$) варијације нето добитка и нема статистички значајну моћ предикције зависне варијабле ($F(1,84)=0,345$, $p=0,558$). Када се модел конципира тако да просечан број чланова мреже из сваке од посматраних категорија представља независну променљиву – повећава се део варијације зависне променљиве који се објашњава независним

⁸⁸ Избацивањем пете варијабле: *Сматрам да није паметно планирати на дужи период зато што се на крају испостави да су догађаји одређени судбином*, конзистентност скале би била маргинално унапређена ($\alpha=0,601$).

променљивим ($R^2=0,101$). Ипак, експланаторна моћ укупног модела није статистички значајна ($F(10,68)=0,768$, $p=0,659$). Посматрано по појединим категоријама чланова, резултати регресионе анализе указују на то да једино број адвоката са којима се предузетници/це саветују статистички значајно повећава просечну вредност нето добитка ($p=0,045$) – Табела П-4.3.

Регресиони модели у којима је просечан број жена чланица пословно-дискусионих мрежа независна променљива објашњавају 0%, односно 7,6% (када се свака категорија посматра појединачно) варијације зависне варијабле ($R^2=0,000$, односно $R^2=0,076$). Ни један од регресионих модела нема задовољавајући експланаторни потенцијал ($F(1,84)=0,023$, $p=0,881$, односно $F(10,67)=0,549$, $p=0,849$). Према вредностима регресионих коефицијената може се закључити да највећи позитиван утицај на нето добитак има додатни број адвокатица са којима се ступа у контакт ради пословног саветовања (Табела П-4.3). Ипак, за разлику од утицаја броја адвоката генерално, овај позитиван утицај броја жена адвоката у пословно-дискусионим мрежама није статистички значајан ($p=0,392$).

Породичне варијабле

Просечна вредност пословног добитка неударних/неожењених предузетника/ца је већа у односу на просечну вредност пословног добитка оних предузетника/ца који су ожењени, односно удате (Табела П-4.2). Ипак, резултати непараметарског тестирања указују на то да у вредности нето добитка између ове две групе предузетника/ца нема статистички значајних разлика ($U=860,00$, $p=0,186$) – Табела П.4.1. Број деце у породици предузетника/ца објашњава 4,5% варијације нето добитка њихових предузећа ($R^2=0,045$). Експланаторна моћ регресионог модела са бројем деце као независном променљивом је на граници прихватљивости ($F(1,83)=3,895$, $p=0,052$) и указује на то да свако повећање броја деце умањује нето добитак за 1.856,81 РСД (Табела П-4.3). Варијабла која се тиче старости деце предузетника је категоријска променљива са три нивоа старости – стога су ради испитивања њеног утицаја на нето добитак два нивоа старости деце (*до 6 година* и *6-25 година*) дихотомно кодиране, док је ниво *деца старија од 25 година* означен као референтна вредност. Овако добијен регресиони модел објашњава 1,1% варијације нето добитка ($F(2,69)=0,399$, $p=0,673$, $R^2=0,011$), али без статистичке значајности⁸⁹. Статистички значајних разлика у

⁸⁹ У анализу укључени само испитаници/це који имају деце.

величини нето добитка нема ни између предузетника/ца са различитом породичном предузетничком историјом ($H(3)=3,319$, $p=0,345$) – Табела П.4.1.

За оцену постојања породица-посао конфликта дефинисано је пет аспеката скалираних у истом смеру – у смеру да већа оцена на сваком од њих указује на израженији феномен породица-посао конфликта. Како провером интерне конзистентности ове скале није добијена прихватљива вредност *Cronbach α* показатеља ($\alpha=0,457$), као ни могућност да се елиминисањем неког од мерених аспеката унапреди поузданост дефинисане скале – значај сваког од дефинисаних аспеката је оцењен посебно. Модел у коме је сваки од анализираних аспеката манифестације породица-посао конфликта независна променљива објашњава 3,5% ($R^2=0,035$) варијације зависне променљиве. Међутим, не постоји статистичка значајност експланаторне моћи модела ($F(5,79)=0,570$, $p=0,723$), као ни посматраних аспеката породица посао конфликта (у свим случајевима $p>0,05$) – Табела П-4.3.

Однос према ризику

Оцена односа према ризику предузетница и предузетника извршена је на бази њихових одговора на три групе питања од којих прва група рефлектује њихово реално понашање у вези са ризиком у пословању. Одговорима на преостала два питања фокус посматрања се сужава на финансијски ризик, при чему се једним питањем оцењује психолошка асоцијација на овај ризик, док се другим питањем испитује понашање испитаника у хипотетичким ситуацијама које подразумевају различит ниво ризика.

Стварно понашање испитаника у односу на ризичне ситуације оцењено је на бази просечне оцене којом су они оценили сваки од три посматрана аспекта, будући да постоји изражена интерна конзистентност скале без могућности њеног унапређења ($\alpha=0,717$). Такође, с обзиром на то да су сви аспекти истосмерно скалирани (у смеру да већа оцена упућује на већу аверзију према ризику, односно на мање ризично понашање) – није било потребе за трансформацијом податка. Однос према ризику објашњава 2,9% варијације нето добитка ($R^2=0,029$), међутим – предикциона моћ овог регресионог модела није статистички значајна ($F(1,84)=2,515$, $p=0,117$). Статистички значајне разлике нема ни између вредности нето добитка између група предузетника/ца са различитом доминантном асоцијацијом на финансијски ризик ($H(3)=5,610$, $p=0,132$) – Табела П.4.1. Такође, иако су идентификоване одређене разлике у величини нето добитка између предузетник/ца који бирају опције за улагање различите ризичности

(Табела П-4.2) – ове разлике нису статистички значајне ($H(2)=0,862$, $p=0,650$) – Табела П.4.1.

Карактеристике предузећа

Према добијеном регресионом моделу – старост предузећа статистички значајно не утиче на нето добитак ($F(1,84)=0,040$, $p=0,842$, $R^2=0,000$). Статистички значајних разлика у оствареном нето добитку нема ни између предузетника/ца који опслужују различит тип купаца (физичка/правна лица: $U=1.041,00$, $p=0,306$), или купце из различитих сектора (приватни/јавни сектор: $U=355,00$, $p=0,210$) – Табела П.4.1. Регресиони модел који као независне променљиве укључује тржишта различитог географског опсега објашњава 8,2% ($R^2=0,082$) варијације нето добитка ($F(3,82)=2,445$, $p=0,070$). Будући да је ова варијабла категоријска, са могућношћу вишеструких одговора – извршено је дихотомно кодирање различитих типова тржишта, при чему је инострано тржиште означено референтним нивоом варијабле. Посматрајући поједине типове тржишта, статистички је значајан позитиван утицај пословања на регионалном тржишту ($p=0,035$), релативно према референтном типу тржишта – Табела П-4.3. Регресиони коефицијенти осталих типова тржишта нису статистички значајни.

Највећи просечни нето добитак остварују предузећа у сектору *Грађевинарство*, док се најмања величина нето добитка бележи у сектору *Услуге смештаја и исхране* (Табела П-4.2). Међутим, резултати *Kruskal-Wallis H* теста указују на то да између забележених разлика у величини нето добитка нема статистички значајне разлике ($H(11)=14,186$, $p=0,223$) – Табела П.4.1. С обзиром на то да највећи број предузетника/ца послује у сектору *Трговина*, ова делатност је означена референтном, док су остале дихотомно кодирани, након чега је креиран регресиони модел. Добијени модел статистички значајно објашњава 29,6% варијације нето добитка ($F(11,74)=2,83$, $p=0,004$, $R^2=0,296$). У односу на сектор *Трговине*, пословање у сектору *Грађевинарство* и *Информисање и комуникација* статистички значајно доприносе порасту просечног нето добитка ($p=0,0001$ и $p=0,001$) – Табела П-4.3. Утицај осталих делатности није статистички значајан.

Менаџмент пракса и стратегија

Имајући у виду хетерогеност аспеката који су оцењивани, ради редукције података и идентификовања кључних компоненти фактора из групе *Менаџмент пракса и стратегија*, на одређеним питањима је спроведена Анализа главних компоненти

(PCA). Ова анализа је спроведена на подацима који су добијени одговорима испитаника на питања у вези са значајем осам пословних циљева (међу подацима нису идентификоване екстремне вредности). Свака посматрана варијабли у корелационој матрици има бар један коефицијент корелације већи од 0,3. На факторабилност матрице указали су резултати *Kaiser-Meyer-Olkin*-овог показатеља адекватности узорка (укупни $KMO=0,712$, све вредности KMO на нивоу појединачних варијабли су веће од 0,54), као и вредност *Bartlett*-овог теста ($p=0,0001$). *PC* анализа је указала на три значајне компоненте са карактеристичном вредношћу (*eigene value*) већом од 1 које редом објашњавају 39,89%, 16,21% и 12,59% укупне варијансе. Ово трофакторско решење кумулативно објашњава 69% укупне варијансе. Факторско оптерећење сваке од варијабли по компонентама дато је у Табели 4.10.

Табела 4.10: Ротирана факторска матрица – циљеви раста предузетника/ца

	Компонента			Комуналитети
	1	2	3	
Изградити односе са запосленима, купцима, добављачима	<u>0,801</u>			0,674
Успети у остваривању баланса између породичних и пословних обавеза	<u>0,770</u>			0,604
Остварити сатисфакцију и развој запослених	<u>0,724</u>	0,342		0,657
Остварити лично остварење и развој		<u>0,804</u>		0,721
Остварити лично богаћење		<u>0,776</u>	0,331	0,712
Остварити сатисфакцију и лојалност купаца	0,509	<u>0,615</u>		0,638
Остварити раст у смислу раста запослености	0,323		<u>0,854</u>	0,836
Остварити раст у смислу раста прихода и профита		0,399	<u>0,691</u>	0,653

Имајући у виду карактер варијабли које у највећој мери оптерећују издвојене факторе, они су названи: Фактор 1 – *Релациони циљеви*, Фактор 2 – *Лични циљеви*, Фактор 3 – *Квантитативни циљеви*. Вишеструка регресиона анализа спроведена је на факторским скоровима идентификованих компоненти циљева. Добијени регресиони модел објашњава 1,4% ($R^2=0,014$) варијације нето добитка, међутим – без статистичке значајности ($F(3,80)=0,387$, $p=0,763$).

За оцену схватања садржаја раста дефинисано је осам питања која осветљавају различите аспекте раста. Како би ови аспекти били груписани у мањи број сродних категорија, у корелационој матрици је проверена величина коефицијента корелације за сваку од варијабли (међу подацима нису уочене екстремне вредности). Након што је утврђено да је задовољен услов да за сваку од варијабли са бар још неком варијаблом постоји коефицијент корелације већи од 0,3, проверена је факторабилност матрице (укупни $KMO=0,826$, све вредности KMO на нивоу појединачних варијабли су веће од 0,78; *Bartlett* $p=0,0001$). На бази критеријума карактеристичне вредности изабрана су

два кључна фактора која објашњавају 52,13% и 12,86% укупне варијансе, односно кумулативно 65% варијансе. Факторско оптерећење варијабли је дато у Табели 4.11.

Табела 4.11: Ротирана факторска матрица – перцепција садржаја раста

	Компонента		Комуналитети
	1	2	
Повећање тржишног учешћа	<u>0,810</u>		0,677
Увођење нових производа и услуга	<u>0,750</u>		0,603
Повећање запослености	<u>0,710</u>		0,555
Повећање прихода и профита	<u>0,690</u>	0,360	0,606
Остварити лични развој		<u>0,867</u>	0,766
Повећање сатисфакције купаца		<u>0,840</u>	0,757
Повећање квалитета понуде	0,499	<u>0,668</u>	0,696
Повећање задовољства и продуктивности запослених	0,476	<u>0,562</u>	0,542

Уз уважавање карактера варијабли које оптерећују издвојене факторе, може се истаћи да садржај првог фактора чине такозване *hard* компоненте раста, док се варијабле везане за други фактор могу назвати *soft* компонентама раста. Увођењем факторских скорова у регресиони модел – добија се решење које објашњава 0,2% варијације нето добитка ($R^2=0,002$), али без статистичке значајности ($F(2,81)=0,067$, $p=0,935$).

У циљу оцене схватања ефеката раста извршена је корекција дефинисане скале са девет питања. Наиме, након првог корака анализе уочено да су коефицијенти корелације за варијаблу *Повећање личних примања* на граници прихватљивости, као и то да су вредност комуналитета, као и њена факторска оптерећења мала (комуналитет=0,351; оптерећење за фактор 1=0,485; оптерећење за фактор 2=0,340). Стога је ова варијабла изузета из поновљеног поступка *PC* анализе. У новој корелационој матрици свака варијабла има бар један коефицијент корелације већи од 0,3. Такође, утврђено је да постоји добра факторабилност матрице (укупни $KMO=0,781$, све вредности KMO на нивоу појединачних варијабли су веће од 0,69; $Bartlett p=0,0001$). Карактеристична вредност два фактора који објашњавају 43,49% и 17,56% укупне варијансе је већа од 1, на основу чега су ови фактори издвојени као кључни. У Табели 4.12. се може видети факторско оптерећење варијабли.

Табела 4.12: Ротирана факторска матрица – ефекти раста за предузетнике/це

	Компонента		Комуналитети
	1	2	
Смањена количина времена које могу да посветим породици	<u>0,803</u>		0,686
Смањена могућност контроле пословања предузећа	<u>0,743</u>		0,552
Повећани стрес коме сам изложен/а	<u>0,725</u>		0,526
Смањена количина времена које могу да посветим себи	<u>0,694</u>	0,334	0,593
Повећање папирологије и административних трошкова	<u>0,617</u>	0,368	0,515
Стицање угледа у стручној заједници		<u>0,880</u>	0,564
Повећање мотивације запослених		<u>0,812</u>	0,672
Пружање доприноса развоју друштвене заједнице	0,356	<u>0,661</u>	0,564

На основу природе варијабли које оптерећују факторе, јасно је да садржај фактора 1 чине варијабле које упућују на негативни аспект раста, док су варијабле фактора 2 оне које асоцирају на позитивне аспекте ефеката раста. Регресиони модел у коме су добијени факторски скорови који се тичу перцепције ефеката раста независне променљиве објашњава 6% варијације нето добитка ($R^2=0,060$) – међутим, без статистичке значајности ($F(2,75)=2,395$, $p=0,098$). Посматрано по факторима (Табела П-4.3) – утицај фактора *Позитивни аспекти раста* је на граници статистичке значајности ($p=0,055$).

Конкретни циљеви у вези са растом које предузетници/це дефинишу не утичу значајно на пословни добитак (Табела П-4.3). Регресиони модел са овим независним варијаблама објашњава 2,9% варијације зависне променљиве ($R^2=0,029$), међутим, експланаторна моћ модела није прихватљива ($F(2,81)=1,210$, $p=0,304$).

Како би скала којом су мерене карактеристике пословног планирања била униформна, извршено је риверзно кодирање петог питања (*Планирам на бази личног искуства, осећаја и интуиције*). Након овога, добијена је скала на којој већи скор упућује на развијенију активност планирања – у погледу формалности и садржаја планске активности ($Cronbach \alpha=0,750$, без могућности унапређења). Увођењем просечне оцене развијености активности пословног планирања генерише се регресиони модел који статистички значајно објашњава 4,9% ($R^2=0,049$) варијације нето добитка ($F(1,84)=4,31$, $p=0,041$). Сваком додатном оценом за развијеност активности планирања нето добитак се повећава за 2.949,33 РСД (Табела П-4.3).

Са циљем да се идентификују кључне компоненте феномена *Стил менаџмента*, на подацима о осам варијабли (међу којима није било екстремних вредности) спроведена је *PC* анализа. У првој итерацији анализе откривено је да три варијабле имају мале вредности коефицијента корелације ($<0,30$) и комуналитета ($<0,50$). Након што су ове три варијабле (*Ја већину ствари држим у својој глави и нема потребе за*

формалним планирањем, Самостално обављам или надгледам извршавање свакодневних пословних активности, Моји лични циљеви усмеравају управљање предузећем) избачене, спроведена је друга итерација *PC* анализе. Новом анализом се показало да све задржане варијабле у корелационој матрици имају задовољавајући ниво коефицијента корелације, као и то да је матрица факторабилна (укупни $KMO=0,737$, све вредности KMO на нивоу појединачних варијабли су веће од 0,69; $Bartlett\ p=0,0001$). Добијено је једнофакторско решење са фактором који има карактеристичну вредност већу од 1 и који објашњава 56,50%. Према томе, све посматране варијабле оптерећују један фактор који је назван *Стил менаџмента*. Имајући у виду природу варијабли које оптерећују овај фактор, скала за његову оцену је у смеру да већа оцена указује на стил менаџмента који карактеришу партиципативност, делегирање задатака и одговорности, као и формализација. Регресиони модел у коме је стил менаџмента независна варијабла објашњава 1,9% ($R^2=0,019$) варијације нето добитка, међутим, без статистичке значајности ($F(1,83)=1,586, p=0,211$).

Сва питања на скали за оцену релационе перспективе предузетника/ца су истосмерна, у смеру да већа оцена на скали упућује на развијенију релациону перспективу ($\alpha=0,880$). Ипак, како су питањима третиране различите сфере односа и са циљем да се издвоје основне димензије овог феномена, на подацима је спроведена *PC* анализа. Након што је у првом кораку анализе, на основу вредности комуналитета и факторског оптерећења (комуналитет=0,32, факторско оптерећење=0,43), осма варијабла искључена (*Ефекте пословних одлука које доносим оцењујем са аспекта њиховог утицаја на потрошаче, добављаче и ширу друштвену заједницу*), спроведена је друга итерација анализе. Коефицијенти корелације преосталих варијабли су у новој анализи већи од граничне вредности, док вредност укупног KMO ($=0,827$), све вредности KMO на нивоу појединачних варијабли ($>0,77$) и $Bartlett\ p$ ($=0,0001$) указују на прихватљиву факторабилност матрице. Анализом су издвојена два фактора који заједно објашњавају 77,67% укупне варијансе (појединачно 63,29% и 14,38%). Оптерећење које посматране варијабле врше на факторима приказано је у Табели 4.13.

Табела 4.13: Ротирана факторска матрица – релациона пракса предузетника/ца

	Компонента		Комуналитети
	1	2	
Подстичем развој компетенција и самопоуздања својих запослених	0,915		0,884
Подстичем развој односа и кооперацију између запослених	0,903		0,853
Успех у обављању посла мојих запослених је и моја одговорност	0,896		0,854
Подстичем комуникацију у свом предузећу	0,881		0,829
Развијам дугорочне и односе поверења са потрошачима и добављачима	0,729		0,584
Не може се направити јасна граница између мог посла, са једне стране, и приватне и друштвене сфере мог живота, са друге стране		0,831	0,724
Ефекте пословних одлука које доносим оцењујем и са аспекта њиховог утицаја на живот моје породице		0,809	0,708

Уочљиво је да су *Пословно окружење предузећа* (фактор 1) и *Приватно/породично окружење* (фактор 2) две битне релационе сфере у којима предузетници/це граде односе битне за пословање. Регресиони модел у коме су ове две релационе средине независне променљиве објашњава 1,3% ($R^2=0,013$) варијације нето добитка, али модел нема задовољавајући предикциони потенцијал ($F(2,82)=0,520$, $p=0,596$).

Дихотомно кодирање нивоа категоријске варијабле која се односи на примењену општу пословну стратегију извршено је за *стратегију развоја тржишта*, *развоја производа*, *стратегију диверзификације* и *стратегију стабилизације*, док је *стратегија пенетрације тржишта* означена референтном вредношћу. Регресиони модел добијен увођењем дефинисаних дихотомних варијабли као независних променљивих објашњава 3,3% ($R^2=0,033$) варијације зависне променљиве. Ипак, експланаторна моћ модела није адекватна ($F(4,81)=0,696$, $p=0,597$).

Стратегија офанзивног иновирања базирана на сопственом истраживању и развоју означена је референтном, док су преостале три стратегије иновирања (*офанзивно истраживање на бази куповине лиценце*, *дефанзивна*, *имитативна и зависна стратегија*) дихотомно кодиране. Регресиони модел настао увођењем ових варијабли као независних променљивих објашњава 11,8% ($R^2=0,118$) варијације нето добитка оних предузећа која су имплементирала неку стратегију иновирања, међутим, без статистичке значајности ($F(4,62)=2,064$, $p=0,096$). Посматрано појединачно, једино стратегија офанзивног истраживања на бази куповине лиценце у односу на офанзивну стратегију на бази сопственог истраживања и развоја статистички значајно повећава величину нето добитка ($p=0,025$) – Табела П-4.3. Регресиони модел у коме су различити аспекти маркетинг стратегије (*квалитет*, *цена*, *диференцијација*, *лојалност*) независне променљиве објашњава 2,2% варијације нето добитка. Ипак, предикциона

моћ укупног модела ($F(4,80)=0,448$, $p=0,773$), као ни појединачних варијабли није статистички значајна.

Што се тиче стратегије финансирања, како је варијабла *Извори финансирања* категоријска варијабла са пет нивоа и могућношћу вишеструких одговора – извршено је дихотомно кодирање четири нивоа (*лична средства, позајмице пријатеља и рођака, кредити банака и државни програми подршке*), док је опција коришћења *интерних извора предузећа* одређена као референтна. Овако добијени регресиони модел објашњава 7,8% ($R^2=0,078$) варијације нето добитка. Ипак, модел нема адекватну експланаторну моћ ($F(4,81)=1,722$, $p=0,153$). Евидентирана разлика у просечној величини нето добитка предузетника/ца који су аплицирали за кредит и оних који нису (Табела П-4.2) није статистички значајна ($U=1.139,00$, $p=0,063$) – Табела П.4.1. Слично је стање и када је у питању исход кредитне апликације – предузетници/це којима је кредит одобрен остварују већи нето добитак (Табела П-4.2), међутим ова разлика није статистички значајна ($U=36,00$, $p=0,364$) – Табела П.4.1⁹⁰. У оцени значаја разлога због којих се не аплицира за кредит, ниво варијабле *Ова средства ми до сада нису била потребна* је означен референтним, док су остали нивои дихотомно кодирани. Добијени регресиони модел објашњава 7,1% ($R^2=0,071$) варијације нето добитка. Међутим, нити модел у целини, нити посматране варијабле немају задовољавајући предикциони потенцијал ($F(3,42)=1,075$, $p=0,370$). Слично је и са моделом који као независне променљиве укључује оцене неповољности услова кредитирања ($F(3,80)=0,282$, $p=0,838$, $R^2=0,010$). Подаци показују да предузетници/це који користе алтернативне изворе финансирања у просеку остварују већи нето добитак (Табела П-4.2), али да, ипак, ова разлика није статистички значајна ($U=689,00$, $p=0,729$) – Табела П.4.1. Модел који укључује само алтернативне изворе финансирања објашњава 24,1% ($R^2=0,241$) варијације нето добитка, али без статистичке значајности ($F(3,6)=0,633$, $p=0,620$) – финансијски лизинг је означен референтним извором финансирања.

Екстерно окружење

Оцена значаја проблема из правно-политичког окружења са којима су предузетници/це суочени извршена је на бази просечне оцене читаве скале, имајући у виду да је испитивањем података утврђено да је ниво интерне конзистентности скале значајан ($\alpha=0,898$). Регресиони модел који је дефинисан тако да просечна оцена значаја

⁹⁰ Ове резултате треба прихватити са резервом имајући у виду чињеницу да је само једном/ој предузетнику/ци кредитна апликација одбијена.

правно-политичких баријера представља независну променљиву објашњава 2% ($R^2=0,020$) варијације нето добитка, али модел нема адекватну експланаторну моћ ($F(1,84)=1,674, p=0,199$).

Што се тиче фактора из домена социо-културолошког окружења, будући да је, са једне стране, дефинисано више питања за оцену различитих аспеката овог фактора, али да, са друге стране, број тих аспеката (3) није довољан како би факторска анализа била оправдана – свака од варијабли је посматрана као посебна независна променљива. Највећи негативни утицај на нето добитак има суочавање са искључиво родно заснованим проблемима у послу, док предузетници/це који се у већој мери слажу са ставом да су особине мушкараца адекватније за успех у пословном свету остварују највећи нето добитак (Табела П-4.3). Овако дефинисаним регресионим моделом се објашњава 2,9% ($R^2=0,029$) варијације нето добитка, али, без статистичке значајности ($F(4,81)=0,612, p=0,655$).

2.1.3.2. Факторска условљеност стопе раста запослености

Старост и образовање предузетника/ца

Вредност стопе динамике запослености се статистички значајно разликује у зависности од тога којој старосној групи припада предузетник/ца ($H(3)=8,094, p=0,044$) – Табела П-4.4. Међутим, резултати упарених компарација у којима се вредност p коригује поштујући *Bonferroni* процедуру указују на то да је једино разлика у величини стопе раста између старосне групе 26-45 и старосне групе 46-65, у корист млађе старосне групе (Табела П-4.5), на граници прихватљивости ($p=0,071$, алтернативно – *пједнострано*=0,035). Статистички значајне разлике у просечној величини стопе раста запослености нема у зависности од нивоа образовања предузетника/ца ($F(4,78)=1,837, p=0,130$) – Табела П-4.4. Са друге стране, разлике у величини стопе раста запослености постоје и статистички су значајне између предузетника/ца различите области образовања ($F(7,75)=2,326, p=0,033$) – Табела П-4.4. Резултати *post hoc Tukey* теста указују на то да је стопа раста запослености коју остварују предузетници/це општег образовања статистички значајно већа у односу на ону коју остварују предузетници/це образовани у пољу природних наука ($p=0,021$).

Искуство

Регресиони модел у коме је дужина радног искуства независна променљива објашњава свега 0,5% варијације стопе раста запослености ($R^2=0,005$), и то без

статистичке значајности ($F(1,81)=0,371$, $p=0,544$). Статистички значајних разлика нема ни у величини стопе раста запослености у зависности од тога да ли је предузетник/ца имао претходног искуства ($U=495,00$, $p=0,615$), као ни у зависности од тога колико је делатност у којој је стечено претходно радно искуство блиска делатности садашњег посла ($H(2)=1,138$, $p=0,566$) – Табела П-4.4. Регресиони модел у коме су занимања предузетника/це пре отпочињања сопственог посла независне променљиве⁹¹ (занимање *руководилац* је дефинисано као референтни ниво), објашњава 5,9% ($R^2=0,059$) варијације стопе раста запослености, међутим, без статистичке значајности ($F(3,66)=1,380$, $p=0,257$). Статистички је значајно већа стопа раста запослености у предузећима чији су власници пре започињања предузетничке активности имали одређеног менаџмент искуства у односу на оне чији власници нису обављали менаџмент активности ($U=1.059,50$, $p=0,022$) – Табела П-4.4. Међутим, регресиони модел који као независне променљиве укључује ниво менаџмента на коме је стечено претходно менаџмент искуство⁹² (*ниво топ менаџмента* је одређен као референтна вредност) статистички значајно не предцира зависну променљиву ($F(2,29)=1,772$, $p=0,188$, $R^2=0,109$). Са друге стране, модел у коме су пословне функције у којима је стечено менаџмент искуство независне променљиве (функција *маркетинга* као референтна вредност) статистички значајно објашњава чак 50,1% ($R^2=0,501$) варијабилитета стопе раста запослености остварене у оним предузећима чији су власници/е имали менаџмент искуства ($F(4,27)=6,767$, $p=0,001$). У односу на референтну величину, статистички је значајно највећа стопа раста запослености у оним предузећима чији су власници своје претходно менаџмент искуство стекли радећи у пословној функцији истраживања и развоја ($p=0,001$) – Табела П-4.6.

Дужина текућег власничког искуства статистички значајно објашњава 15,1% варијација стопе раста запослености ($F(1,80)=14,278$, $p=0,0001$, $R^2=0,151$), и то у смеру да свака додатна година власничког искуства у просеку смањује стопу раста запослености (Табела П-4.6). Сличан је и утицај дужине претходног власничког искуства на величину стопе раста запослености – међутим, у овом случају нема статистичке значајности ($F(1,15)=1,676$, $p=0,215$, $R^2=0,101$). Само постојање претходног власничког искуства није у вези са величином стопе раста запослености ($U=690,00$, $p=0,114$) – Табела П-4.4.

⁹¹ У анализу су укључени само подаци о испитницима/цама са претходним радним искуством.

⁹² У анализу су укључени само подаци о испитаницима/цама са менаџмент искуством.

Предузетничка самоефикасност

Регресиони модел у коме је просечна оцена предузетничке самоефикасности једина независна варијабла без статистичке значајности објашњава 0,3% варијације стопе раста запослености ($F(1,81)=0,216$, $p=0,643$, $R^2=0,003$). На основу резултата модела свака додатна оцена на скали за мерење предузетничке самоефикасности смањује стопу раста запослености у просеку за 7,14% (Табела П-4.6). Када се сваки од аспеката предузетничке самоефикасности посматра посебно, добија се модел који објашњава 11,4% ($R^2=0,114$) варијације стопе раста запослености, али – и у овом случају без статистичке значајности експланаторне моћи укупног модела ($F(7,71)=1,302$, $p=0,262$). Посматрано по варијаблама, статистички је значајан негативни утицај боље оцењене предузетничке самоефикасности у домену финансија на кретање стопе раста запослености ($p=0,040$).

Локус контроле

Просечна оцена интерног локуса контроле објашњава 0,3% ($R^2=0,003$) варијације стопе раста запослености, и свако додатно повећање интензитета интерног локуса контроле за 1 повећава стопу раста запослености за 10,86% (Табела П-4.6). Међутим, експланаторна моћ описаног модела није прихватљива на начин да се овај ефекат може интерпретирати за читаву популацију ($F(1,81)=0,267$, $p=0,607$).

Социјални капитал

Различита фреквенција контаката са члановима пословно-дискусионих мрежа углавном није у статистички значајној вези са разликама у стопи раста запослености (Табела П-4.4). Изузетак представља учесталост контаката са пријатељима ($p=0,021$). Наиме, стопа раста запослености је статистички значајно већа у оним предузећима чији власници контактирају са пријатељима ради пословног саветовања више од 3 пута годишње, у односу на она предузећа чији власници имају умерену фреквенцију саветовања са пријатељима (1-3 пута годишње) – Табела 4.5, $p_{кориговано}=0,044$. Опсег пословно-дискусионих мрежа предузетника/ца статистички значајно објашњава 5,1% ($R^2=0,051$) варијације стопе раста запослености ($F(1,81)=4,368$, $p=0,040$), при чему свако повећање броја чланова мреже утиче на повећања стопе раста запослености (Табела П-4.6). Када се свака категорија чланова мреже уведе као независна променљива, добијени регресиони модел објашњава 14,1% ($R^2=0,141$) варијабилитета зависне променљиве, међутим – без статистичке значајности ($F(10,65)=1,066$, $p=0,401$).

Посматрано по категоријама, једино повећање броја адвоката као чланова пословно-дискусионих мрежа статистички значајно утиче на повећање стопе раста запослености ($p=0,045$) – Табела П.4.6.

Регресиони модел у коме је просечан број жена из свих категорија чланова пословно-дискусионих мрежа независна променљива објашњава 1,1% ($R^2=0,011$) варијације стопе раста запослености. Ипак, овај модел није адекватне експланаторне моћи ($F(1,81)=0,941$, $p=0,335$). Слично је стање и са моделом који укључује просечан број жена из сваке од категорија понаособ – овај модел објашњава 19,2% ($R^2=0,192$) варијација зависне променљиве, али без статистичке значајности ($F(10,64)=1,521$, $p=0,153$). Посматрано по категоријама, са повећањем броја жена из категорије клијената статистички се значајно повећава стопа раста запослености ($p=0,001$) – Табела П-4.6. Утицај броја жена из осталих категорија чланова пословно-дискусионих мрежа није статистички значајан.

Породичне варијабле

Брачно стање предузетника/ца не утиче статистички значајно на разлике у величини стопе раста запослености њихових пословних подухвата ($U=787,50$, $p=0,319$) – Табела П-4.4. Са друге стране, број деце у породици статистички значајно објашњава 5,2% ($R^2=0,052$) варијације стопе раста запослености ($F(1,80)=4,365$, $p=0,040$), и свако повећање броја деце утиче на смањење стопе раста запослености (Табела П-4.6). Постојање деце старости до 6 година статистички значајно повећава стопу раста запослености у односу на групу предузетника/ца који имају децу старију од 25 година ($p=0,047$) – Табела П-4.6. Међутим, модел у целини нема прихватљиву експланаторну моћ ($F(2,66)=2,104$, $p=0,130$, $R^2=0,060$). Регресиони модел који је конципиран тако да оцене значаја различитих аспеката породица-посао конфликта представљају независне променљиве објашњава 3,5% ($R^2=0,035$) варијације стопе раста запослености. Међутим, ни модел у целини ($F(5,76)=0,546$, $p=0,741$), нити појединачне варијабле немају статистички значајан предикциони потенцијал. Идентификоване разлике у просечној вредности стопе раста запослености између предузетника/ца са различитом породичном предузетничком историјом (Табела П-4.5) нису статистички значајне ($H(3)=3,740$, $p=0,291$) – Табела П-4.4.

Однос према ризику

Повећање просечне оцене аверзије према ризику у испољеном понашању предузетника/ца утиче на смањење стопе раста запослености (Табела П-4.6). Ипак, овај утицај није на нивоу статистичке значајности ($F(1,81)=1,195$, $p=0,278$, $R^2=0,015$). Ни преостала два аспекта односа према ризику нису у статистички значајној вези са разликама у стопи раста запослености. Наиме, предузетници/це којима је кључна асоцијација на финансијски ризик *узбуђење*, и они који би изабрали најсигурнију опцију за улагање у просеку остварују највећу стопу раста запослености (Табела П-4.5). Са друге стране, предузетници/це који финансијски ризик повезују са опасношћу и они који бирају најризичнију опцију за улагање остварују најмању стопу раста запослености. Ипак, ове разлике нису статистички значајне (редом: $H(3)=6,347$, $p=0,096$ и $H(2)=0,009$, $p=0,995$) – Табела П-4.4.

Карактеристике предузећа

Старост предузећа статистички значајно објашњава 6,7% ($R^2=0,067$) варијације стопе раста запослености ($F(1,81)=5,779$, $p=0,018$). Свака додатна година старости предузећа утиче на смањење стопе раста запослености (Табела П-4.6). Већу стопу раста запослености у просеку остварују предузетници/це који покривају тржиште финалних потрошача, као и они чији су купци претежно из јавног сектора (Табела П-4.5). Међутим, уочене разлике нису статистички значајне ($U=742,50$, $p=0,290$ и $U=467,00$, $p=0,680$) – Табела П-4.4. Регресиони модел у коме је референтна независна променљива *инострано тржиште*, док су остале категорије географски одређеног тржишта дихотомно кодиране варијабле објашњава 0,2% ($R^2=0,002$) варијације зависне променљиве, при чему ова предикциона моћ нема статистичку значајност ($F(3,79)=0,054$, $p=0,983$).

Највећу стопу раста запослености остварују предузећа која послују у сектору *Информисање и комуникације*, док се највећа стопа опадања запослености бележи у сектору *Остале услужне делатности*⁹³ (Табела П-4.5). Идентификоване разлике између сектора нису статистички значајне ($H(11)=9,833$, $p=0,545$) – Табела П-4.4. Како би се ближе одредила природа односа између величине стопе раста запослености и сектора пословања, креиран је регресиони модел у коме је сектор *Трговина* означен референтном вредношћу. Добијени модел објашњава 11,2% ($R^2=0,112$) варијације

⁹³ Из закључивања је, због чињенице да је у овом сектору пословао само један испитаник/ца, изузет сектор *Здравство и социјална заштита*.

зависне променљиве, међутим – експланаторна моћ модела у целини, нити сектора посматраних појединачно није адекватна ($F(11,71)=0,815, p=0,625$).

Менаџмент пракса и стратегија

Значај који анализирани циљеви раста имају за предузетнике/це објашњава 13,9% ($R^2=0,139$) варијације стопе раста запослености. Статистичка значајност постоји на нивоу експланаторне моћи укупног модела ($F(3,77)=4,132, p=0,009$), као и на нивоу личних ($p=0,014$) и квантитативних ($p=0,016$) циљева раста. Предузетници/це који придају већи значај личним циљевима раста остварују већу, док предузетници којима су битнији квантитативни циљеви раста у просеку остварују мању стопу раста запослености (Табела П-4.6). Перцепција садржаја раста се не јавља као битна експланаторна детерминанта варијације стопе раста запослености ($F(2,78)=0,083, p=0,921, R^2=0,002$). Предузетници/це који ефекте раста сагледавају у више позитивном контексту остварују већу стопу раста запослености (Табела П-4.6). Међутим, експланаторна моћ овог модела у целини, као и појединих варијабли није статистички значајна ($F(2,72)=0,661, p=0,520, R^2=0,018$). Већи значај раста запослености који као експлицитном циљу за будући период придају предузетници/це позитивно доприноси стопи раста запослености (Табела П-4.6). Међутим, резултати не указују на статистички значај ове предикције, као ни укупног регресионог модела који као независне варијабле укључује циљеве који се односе на раст запослености и раст прихода ($F(2,78)=0,278, p=0,758, R^2=0,007$).

Развијеност активности планирања доприноси повећању стопе раста запослености (Табела П-4.6), међутим, утицај овог предиктора стопе раста запослености није статистички значајан ($F(1,81)=0,131, p=0,718, R^2=0,002$). Слично је и са варијаблом која указује на партиципативни, формални и стил менаџмента који подразумева делегирање обавеза и одговорности. Наиме, позитиван утицај који овакав менаџмент стил има на повећање стопе раста запослености (Табела П-4.6), није статистички значајан ($F(1,80)=0,200, p=0,656, R^2=0,002$). Релациона перспектива као карактеристика менаџмент праксе предузетника/ца објашњава 0,4% ($R^2=0,004$) варијације стопе раста запослености, при чему придавање већег значаја односима у пословној сфери доприноси расту, док већи значај који се придаје односима у приватној сфери утиче на опадање стопе раста запослености (Табела П-4.6). Описани утицај нема статистичког значаја ($F(2,79)=0,142, p=0,868$).

Регресиони модел који укључује различите опште пословне стратегије као независне варијабле, при чему је *стратегија пенетрације тржишта* означена референтном, објашњава 4,5% ($R^2=0,045$) варијације стопе раста запослености. Међутим, експланаторна моћ модела, као и ни једне независне варијабле (релативно према стратегији пенетрације тржишта) није адекватна у мери да се може употребити за објашњење динамике стопе раста запослености на нивоу читаве популације ($F(4,78)=0,909, p=0,463$).

Регресиони модел у коме је *стратегија офанзивног истраживања на бази сопственог истраживања и развоја* референтна величина објашњава 10,1% ($R^2=0,101$) варијације зависне променљиве⁹⁴. Ипак, предикциони потенцијал дефинисаног модела, као и однос доприноса стопи раста запослености већине различитих стратегија иновирања немају статистичку значајност ($F(4,60)=1,686, p=0,165$). Једино је негативан утицај дефанзивног истраживања (према референтној величини) статистички значајан ($p=0,041$) – Табела П-4.6.

Што се тиче значаја који различити аспекти имају у конципирању маркетинг стратегије и њиховог утицаја на стопу раста запослености, приметно је да придавање већег значаја диференцирању понуде доприноси смањењу стопе раста запослености (Табела П-4.6). Као и случају претходних стратегијских избора, ни овај регресиони модел нема експланаторну моћ која би се односила на укупну популацију ($F(4,78)=0,169, p=0,954, R^2=0,009$).

Предузетници/це који за финансирање користе лична средства, средства из банчних кредита и из фондова државних програма помоћи и подршке у просеку остварују већу стопу раста запослености у односу на оне који користе интерна средства предузећа и позајмице пријатеља и рођака (Табела П-4.6). Међутим, ова предикциона моћ појединачних варијабли, као и модела у целини није статистички значајна ($F(4,78)=0,913, p=0,461, R^2=0,045$). Предузетници/це који нису аплицирали за кредит као и они који не користе алтернативне изворе финансирања остварују мању стопу опадања запослености (Табела П-4.5). Ипак, разлика у величини стопе раста запослености између ових група предузетника/ца није статистички значајна (редом: $U=864,50, p=0,967$ и $U=661,50, p=0,996$) – Табела П-4.4. Регресиони модел који као независне варијабле укључује разлоге за неаплицирање за кредит (референтни ниво –

⁹⁴ У анализу су укључени само подаци који се односе на оне испитанике/це који су имплементирали неку стратегију иновирања.

Ова средства ми до сада нису била потребна) објашњава 4,9% ($R^2=0,049$) варијације стопе раста запослености, међутим – без статистичке значајности ($F(3,39)=0,674$, $p=0,573$). Експланаторну моћ на нивоу популације нема ни регресиони модел у коме су оцене неповољности услова кредитирања независне варијабле ($F(3,77)=0,108$, $p=0,955$, $R^2=0,004$). Са друге стране, модел у коме је коришћење *финансијског лизинга* референтна величина, док су подаци о коришћењу осталих алтернативних извора финансирања дихотомно кодирани – статистички значајно објашњава чак 93,3% варијације стопе раста запослености у оним предузећима која користе неки од алтернативних извора финансирања ($F(3,4)=18,52$, $p=0,008$, $R^2=0,933$). При томе је у предузећима која користе факторинг као алтернативни вид финансирања стопа опадања запослености већа у односу на стопу опадања запослености у предузећима која користе финансијски лизинг. Са друге стране, предузећа која користе средства ризичног капитала остварују раст запослености, што се статистички значајно разликује у односу на динамику запослености у предузећима која користе финансијски лизинг (Табела П-4.6).

Екстерно окружење

Предузетници/це који групу фактора из правно-политичког окружења оцењују као неповољније за пословање остварују мању стопу раста запослености (Табела П-4.6). Укључивањем ове варијабле као предикционог фактора добија се регресиони модел који објашњава 2,1% ($R^2=0,021$) варијације стопе раста запослености. Ипак, модел нема адекватну експланаторну моћ ($F(1,81)=1,715$, $p=0,194$).

Регресиони модел у коме су просечне оцене сета фактора из социо-културолошког окружења независне варијабле објашњава 6,9% ($R^2=0,069$) варијације стопе раста запослености, међутим – без статистичког значаја ($F(4,78)=1,453$, $p=0,225$). Посматрано на нивоу појединих фактора, статистички је значајан негативан ефекат који утицај окружења на избор занимања има на стопу раста запослености ($p=0,035$) – Табела П-4.6.

2.1.4. Разлике у факторима перформанси и раста предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији

2.1.4.1. Стање фактора у популацији предузетница и предузетника

Старост и образовање предузетника/ца

Највећи број предузетника/ца у узорку је старости од 46 до 65 година (Табела 4.14). Резултати истраживања односа између пола предузетника и њихове старости указују на то да између старости и пола предузетника нема статистички значајне повезаности ($\chi^2=1,090$, $p=0,780$) – Табела П-5.1.

Табела 4.14: Старосна структура предузетника/ца

Старост		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
до 25 година	Број	0	1	1	
	% у оквиру ове групе	0,0	100,0	100,0	
	% у оквиру пола	0,0	1,5	1,0	
	% у укупној популацији	0,0	1,0	1,0	
	26-45	Број	16	29	45
		% у оквиру ове групе	35,6	64,4	100,0
		% у оквиру пола	47,1	43,3	44,6
		% у укупној популацији	15,8	28,7	44,6
	46-65	Број	18	36	54
		% у оквиру ове групе	33,3	66,7	100,0
		% у оквиру пола	52,9	53,7	53,5
		% у укупној популацији	17,8	35,6	53,5
66 и више	Број	0	1	1	
	% у оквиру ове групе	0,0	100,0	100,0	
	% у оквиру пола	0,0	1,5	1,0	
	% у укупној популацији	0,0	1,0	1,0	
Укупно	Број	34	67	101	
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

Што се тиче образоване структуре, на нивоу укупног узорка највећи број предузетника/ца је завршило факултет (Табела 4.15). Стање је нешто другачије посматрано по групама предузетника/ца. Наиме, највећи број предузетница има средњи ниво образовања, док је релативно највише предузетника са завршеним факултетом. Ипак, као и у претходном случају, на основу добијених резултата се не може рећи да постоји веза између пола и нивоа образовања предузетника ($\chi^2=1,647$, $p=0,800$) – Табела П-5.1.

Табела 4.15: Образовна структура предузетника/ца – ниво образовања

Ниво образовања	Завршена средња школа	Број	Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
		Број	12	21	33
		% у оквиру ове групе	36,64	63,6	100,0
		% у оквиру пола	35,3	31,3	32,7
		% у укупној популацији	11,9	20,8	32,7
	Завршена виша/висока школа	Број	5	14	19
		% у оквиру ове групе	26,3	73,7	100,0
		% у оквиру пола	14,7	20,9	18,8
		% у укупној популацији	5,0	13,9	18,8
	Завршен факултет	Број	11	25	36
		% у оквиру ове групе	30,6	69,4	100,0
		% у оквиру пола	32,4	37,3	35,6
		% у укупној популацији	10,9	24,8	35,6
	Магистратура/мастер	Број	5	6	11
		% у оквиру ове групе	45,5	54,5	100,0
		% у оквиру пола	14,7	9,0	10,9
		% у укупној популацији	5,0	5,9	10,9
	Докторат	Број	1	1	2
		% у оквиру ове групе	50,0	50,0	100,0
		% у оквиру пола	2,9	1,5	2,0
		% у укупној популацији	1,0	1,0	2,0
Укупно		Број	34	67	101
		% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0
		% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0
		% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0

Како је и очекивано, највећи број предузетница је образовање стекло у пољу друштвених наука, док је техничко-технолошко поље доминантно поље образовања предузетника (Табела 4.16). За разлику од претходна два случаја, у образовној структури предузетника постоје статистички значајне разлике са аспекта поља образовања које су у израженој вези са полом предузетника ($\chi^2=18,039$, *Cramer's* $V=0,423$, $p=0,021$) – Табела П-5.1. Слично односу између поља образовања жена и мушкараца генерално, релативно је већи број предузетница своје образовање стекло у пољу услуга, хуманистичких наука и уметности и, нарочито, у пољу друштвених наука, пословања и права, као и у пољу здравства и социјалне заштите. Са друге стране, релативно је више предузетника образовано у пољу пољопривреде и ветеринарства, и нарочито у пољу технике, производње и грађевинарства. За разлику од генералне популације, резултати указују на то да су природне науке, математика и информатика поље образовања релативно већег броја предузетница, док је већи проценат предузетника образовање стекао у пољу општих програма и образовања.

Табела 4.16: Образовна структура предузетника/ца – поље образовања

Поље образовања	Општи програми		Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
	Општи програми	Број	3	7	10
		% у оквиру ове групе	30,0	70,0	100,0
		% у оквиру пола	8,8	10,4	9,9
		% у укупној популацији	3,0	6,9	9,9
	Услуге	Број	4	7	11
		% у оквиру ове групе	36,4	63,6	100,0
		% у оквиру пола	11,8	10,4	10,9
		% у укупној популацији	4,0	6,9	10,9
	Образовање	Број	2	6	8
		% у оквиру ове групе	25,0	75,0	100,0
		% у оквиру пола	5,9	9,0	7,9
		% у укупној популацији	2,0	5,9	7,9
Хуманистичке науке и уметност	Број	2	1	3	
	% у оквиру ове групе	66,7	33,3	100,0	
	% у оквиру пола	5,9	1,5	3,0	
	% у укупној популацији	2,0	1,0	3,0	
Друштвене науке, пословање и право	Број	10	12	22	
	% у оквиру ове групе	45,5	54,5	100,0	
	% у оквиру пола	29,4	17,9	21,8	
	% у укупној популацији	9,9	11,9	21,8	
Природне науке, математика и информатика	Број	6	9	15	
	% у оквиру ове групе	40,0	60,0	100,0	
	% у оквиру пола	17,6	13,4	14,9	
	% у укупној популацији	5,9	8,9	14,9	
Техника, производња и грађевинарство	Број	2	21	23	
	% у оквиру ове групе	8,7	91,3	100,0	
	% у оквиру пола	5,9	31,3	22,8	
	% у укупној популацији	2,0	20,8	22,8	
Пољопривреда и ветеринарство	Број	0	3	3	
	% у оквиру ове групе	0,0	100,0	100,0	
	% у оквиру пола	0,0	4,5	3,0	
	% у укупној популацији	0,0	3,0	3,0	
Здравство и социјална заштита	Број	5	1	6	
	% у оквиру ове групе	83,3	16,7	100,0	
	% у оквиру пола	14,7	1,5	5,9	
	% у укупној популацији	5,0	1,0	5,9	
Укупно	Број	34	67	101	
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

Искусство

Предузетничку активност предузетници/це најчешће започињу након одређеног периода рада у сектору плаћене запослености (Табела 4.17). Слично је стање и појединачно у групи предузетница, односно предузетника. Резултати указују на то да између (не)постојања радног искуства и пола предузетника нема статистички значајне повезаности ($\chi^2=0,268$, $p=0,605$) – Табела П-5.1.

Табела 4.17: Претходно радно искуство предузетника/ца

		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Претходно радно искуство	Не	Број	7	11	18
		% у оквиру ове групе	38,9	61,1	100,0
		% у оквиру пола	20,6	16,4	17,8
		% у укупној популацији	6,9	10,9	17,8
	Да	Број	27	56	83
		% у оквиру ове групе	32,5	67,5	100,0
		% у оквиру пола	79,4	83,6	82,2
		% у укупној популацији	26,7	55,4	82,2
Укупно	Број	34	67	101	
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

Просечна дужина радног искуства пре отпочињања сопственог посла за предузетнице износи 9,10 годину, док су предузетници пре отпочињања предузетничке активности у просеку радили 9,31 годину (Табела П-5.2). На подацима о дужини радног искуства је спроведен непараметарски *Mann-Whitney U* тест како би се утврдило да ли има разлике у просечној дужини радног искуства предузетница и предузетника. Резултати указују на то да између дужине радног искуства предузетница и предузетника нема статистички значајне разлике ($U=1.153,00$, $p=0,919$) – Табела П-5.1.

Посматрано по групама и на нивоу укупног узорка, највећи број предузетница и предузетника је своје претходно радно искуство стекло делимично у делатности садашњег сопственог посла (Табела 4.18). Што се тиче осталих посматраних аспеката стеченог радног искуства, у односу на предузетнице – релативно је већи број предузетника радно искуство стекао у целости у делатности садашњег сопственог посла. Са друге стране, релативно према предузетницима – већи број предузетница је радно искуство стекло у делатности која није у вези са делатношћу посла који тренутно воде.

Табела 4.18: Делатност у којој је стечено претходно радно искуство

		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Делатност претходног радног искуства	У целости у делатности садашњег сопственог посла	Број	6	18	24
		% у оквиру ове групе	25,0	75,0	100,0
		% у оквиру пола	22,2	31,6	28,9
		% у укупној популацији	7,1	21,4	28,9
	Делимично у делатности садашњег сопственог посла	Број	11	23	34
		% у оквиру ове групе	31,4	67,7	100,0
		% у оквиру пола	40,7	40,4	41,0
		% у укупној популацији	13,1	27,8	41,0
	У делатности која није у вези са делатношћу садашњег сопственог посла	Број	10	15	25
		% у оквиру ове групе	40,0	60,0	100,0
		% у оквиру пола	37,0	26,3	30,1
		% у укупној популацији	11,9	17,9	30,1
Укупно	Број	27	56	83	
	% у оквиру ове групе	32,5	67,5	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	32,5	67,5	100,0	

Иако су по питању делатности у којој је претходно радно искуство стечено уочене одређене разлике између предузетница и предузетника, резултати испитивања зависности ова два обележја указују на то да између пола предузетника и делатности у којој су стекли радно искуство пре отпочињања предузетничке активности нема односа зависности ($\chi^2=1,256$, $p=0,534$) – Табела П-5.1.

Пре отпочињања сопственог посла готово подједнак број предузетница и предузетника је имало занимање стручњака (30,1%), руководиоца (28,9) и радника (27,7%), док је нешто мањи број радио као административни службеник (21,7%) – Табела 4.19. По питању ранијег занимања предузетница и предузетника приметне су одређене разлике – на пример: предузетници су чешће пре отпочињања предузетничке активности били руководиоци, док су предузетнице чешће биле раднице. Ипак, резултати анализе повезаности пола предузетника и њиховог занимања пре отпочињања предузетничке активности не указују на постојање статистички значајне везе ($\chi^2=6,899$, $p=0,141$) – Табела П-5.1.

Табела 4.19: Занимање предузетника/ца пре отпочињања предузетничке активности

Занимање	Руководилац	Број	Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
		Број	4	20	24
		% у оквиру ове групе	16,7	83,3	
		% у оквиру пола	14,8	35,7	
		% у укупној популацији	4,8	24,1	28,9
	Стручњак	Број	10	15	25
		% у оквиру ове групе	40,0	60,0	
		% у оквиру пола	37,0	26,8	
		% у укупној популацији	12,0	18,1	30,1
	Административни службеник	Број	8	10	18
		% у оквиру ове групе	44,4	55,6	
		% у оквиру пола	29,6	17,9	
		% у укупној популацији	9,6	12,0	21,7
	Радник	Број	9	14	23
		% у оквиру ове групе	39,1	60,9	
		% у оквиру пола	33,3	25,0	
		% у укупној популацији	10,8	16,9	27,7
Укупно		Број	26	57	83
		% у укупној популацији	31,3	68,7	100,0

Напомена: Имајући у виду да је ово питање са могућношћу вишеструких одговора, вредности: *укупно* и % су исказане за број испитаника, а не за број одговора

Највећи број предузетница и предузетника пре отпочињања сопственог посла није било ангажовано на извршавању менаџерских активности (Табела 4.20). По питању постојања ранијег менаџмент искуства резултати указују на то да између предузетница и предузетника постоје статистички значајна разлика ($\chi^2=6,546$, $p=0,011$) – Табела П-5.1. Зависност између пола предузетника и постојања менаџмент искуства је изражена (*Cramer's V*=0,255) и указује на то да је у односу на предузетнике значајно

већи број предузетница посао започело без икаквог менаџмент искуства – 82,4% према 56,7%.

Табела 4.20: Менаџмент искуство предузетника/ца

			Пол		Укупно	
			Женско	Мушко		
Претходно менаџмент искуство	Да	Број	6	29	35	
		% у оквиру ове групе	17,1	82,9	100,0	
		% у оквиру пола	17,6	43,3	34,7	
	%			5,9	28,7	34,7
	Не	Број	28	38	66	
		% у оквиру ове групе	42,4	57,6	100,0	
% у оквиру пола		82,4	56,7	65,3		
% у укупној популацији		27,7	37,6	65,3		
Укупно	Број	34	67	101		
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0		
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0		
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0		

Испитивање дистрибуције фреквенције одређених менаџмент нивоа на којима су предузетнице и предузетници стекли претходно менаџмент искуство спроведено је имајући у виду чињеницу да су испитаници могли да изаберу више од три понуђена одговора (*multiple response*). Резултати указују на то да је свака осма од десет предузетница са менаџмент искуством то искуство стекла на пословима оперативног менаџмента (Табела 4.21). Такође, највећи број предузетника (41,4%) је претходно менаџмент искуство стекло обављајући послове оперативних менаџера, али је њихова дистрибуција у менаџмент структури равномернија у односу на предузетнице. Ипак, између нивоа менаџмента и пола предузетника не постоји статистички значајна веза ($\chi^2=5,694$, $p=0,128$) – Табела П-5.1.

Табела 4.21: Менаџмент ниво на коме је стечено претходно менаџмент искуство

			Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Ниво менаџмента	Топ менаџмент	Број (одговора)	0	8	8
		% у оквиру ове групе	0	88,9	
		% у оквиру пола	0	27,6	
		% у укупној популацији	0	22,9	22,9
	Средњи ниво менаџмента	Број (одговора)	2	11	13
		% у оквиру ове групе	15,4	84,6	
		% у оквиру пола	33,3	37,9	
		% у укупној популацији	5,7	31,4	37,1
	Оперативни менаџмент	Број (одговора)	5	12	17
		% у оквиру ове групе	29,4	75,0	
		% у оквиру пола	83,3	41,4	
		% у укупној популацији	14,3	34,3	48,6
Укупно	Број (испитаника)	6	29	35	
	% у укупној популацији	17,1	82,9	100,0	

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Маркетинг је доминантна функција у коме су предузетнице и предузетници као целина стекли своје менаџмент искуство (41,7%) – Табела 4.22. Ипак, овакво стање на

нивоу целине је резултат чињенице да је чак половина предузетника и ниједна предузетница било менаџер маркетинга. Предузетнице су у релативно истом броју биле на одређеној менаџмент позицији у производњи, финансијама и у некој другој пословној функцији, док су истраживање и развој и маркетинг пословне функције у којима оне нису стекле своје претходно менаџмент искуство. Ипак, менаџмент искуство у одређеној пословној функцији и пол предузетника нису међусобно повезани ($\chi^2=8,160$, $p=0,148$) – Табела П-5.1⁹⁵.

Табела 4.22: Пословна функција у којој су предузетници/це стекли менаџмент искуство

Пословна функција	Производња		Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Пословна функција	Производња	Број	2	7	9
		% у оквиру ове групе	22,2	77,8	
		% у оквиру пола	33,3	23,3	
		% у укупној популацији	5,6	19,4	25,0
	Маркетинг	Број	0	15	15
		% у оквиру ове групе	,0	100,0	
		% у оквиру пола	,0	50,0	
		% у укупној популацији	,0	41,7	41,7
	Финансије	Број	2	5	7
		% у оквиру ове групе	28,6	71,4	
		% у оквиру пола	33,3	16,7	
		% у укупној популацији	5,6	13,9	19,4
Истраживање и развој	Број	0	2	2	
	% у оквиру ове групе	0,0	100,0		
	% у оквиру пола	0,0	6,7		
	% у укупној популацији	0,0	5,6	5,6	
Остало	Број	2	4	6	
	% у оквиру ове групе	33,3	66,7		
	% у оквиру пола	33,3	13,3		
	% у укупној популацији	5,6	11,1	16,7	
Укупно	Број	6	30	36	
	% у укупној популацији	16,7	83,3	100,0	

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Просечна дужина власништва тренутног посла за предузетнице износи 11,06 година, док је тренутни посао у власништву предузетника у просеку 12,41 годину (Табела П-5.2). На подацима о дужини текућег власничког искуства је спроведен непараметарски *Mann-Whitney U* тест како би се утврдило да ли има разлике у просечној дужини власничког искуства предузетница и предузетника. Резултати указују на то да између дужине власничког искуства предузетница и предузетника нема статистички значајне разлике ($U=1.258,00$, $p=0,263$) – Табела П-5.1.

Иако је највећем броју и предузетника и предузетница (посматрано појединачно и по групама) садашњи посао први посао у власништву (Табела 4.23), постоји

⁹⁵ Више од 20% поља има очекивану вредност мању од 5, док је минимално очекивана вредност једног поља мања од 1 – постоји могућност да резултати χ^2 теста нису поуздани.

статистички значајно изражена повезаност између пола предузетника и претходног власничког искуства ($\chi^2=8,162$, *Cramer's V*=0,286, $p=0,004$) – Табела П-5.1. Значајно је мање предузетница имало претходног предузетничког искуства (3% према 26,9% предузетника). Имајући у виду чињеницу да је само једна предузетница из узорка пре отпочињања текуће предузетничке активности имала власничког искуства, није извршено тестирање разлика у средњим вредностима дужине претходног власничког искуства предузетница и предузетника.

Табела 4.23: Претходно власничко искуство предузетника/ца

		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Претходно власничко искуство	Не	Број	32	49	81
		% у оквиру ове групе	39,5	60,5	100,0
		% у оквиру пола	97,0	73,1	81,0
		% у укупној популацији	32,0	49,0	81,0
	Да	Број	1	18	19
		% у оквиру ове групе	5,3	94,7	100,0
		% у оквиру пола	3,0	26,9	19,0
% у укупној популацији		1,0	18,0	19,0	
Укупно	Број	33	67	100	
	% у оквиру ове групе	33,0	67,0	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	33,0	67,0	100,0	

Предузетничка самоефикасност

Резултати анализе су показали да подаци о просечној оцени предузетничке самоефикасности имају нормалну дистрибуцију (предузетнице: $p=0,228$, предузетници: $p=0,182$), и да међу подацима нема нетипичних вредности. Стога је у циљу утврђивања разлике у просечној оцени предузетничке самоефикасности предузетница и предузетника спроведен *t-тест* на независним узорцима. Према резултатима овог теста између посматраних група постоји једнакост варијанси (*Levene* $p=0,543$), док између просечне оцене предузетничке самоефикасности предузетница ($3,42\pm 0,75$) и просечне оцене предузетника ($3,56\pm 0,79$) нема статистички значајне разлике ($t=-0,825$, $p=0,411$, $d=0,78$) – Табела П-5.1. Међутим, када се сваки од оцењиваних аспеката предузетничке самоефикасности посматра појединачно (подаци у овом случају немају нормалан распоред – $0,0001 < p < 0,012$), резултати указују на то да је предузетничка самоефикасност предузетница у области општег менаџмента и маркетинга лошија у односу на предузетнике (општи менаџмент: $U=1.385,00$, $p_{\text{једнострано}}=0,033$; маркетинг: $U=1.386,00$ $p_{\text{једнострано}}=0,031$) – Табела П-5.1. У домену осталих области оцене нема значајних разлика између предузетница и предузетника (финансије: $U=1.026,00$, $p=0,465$; иновације: $U=1262,50$, $p=0,286$; оперативни менаџмент: $U=1.095,00$, $p=0,939$;

људски ресурси: $U=1.152,00$, $p=0,923$; информационо-комуникациона технологија: $U=1.146,00$, $p=0,757$) – Табела П-5.1.

Локус контроле

Резултати *t*-теста указују на то да између просечне оцене интерног локуса контроле предузетница ($3,69 \pm 0,56$) и просечне оцене предузетника ($3,77 \pm 0,56$) нема статистички значајне разлике ($t=-0,682$, $p=0,497$, $d=0,57$; *Levene* $p=0,679$) – Табела П-5.1.

Социјални капитал

Учесталост контаката предузетника/ца зависи од типа чланова пословно-дискусионих мрежа (Табела 4.24). Највећи број предузетника/ца се најчешће саветује са рачуновођама, док је саветовање са представницима владиних агенција и тела најређи вид саветовања за највећи број предузетника/ца. Дистрибуција фреквенције контаката је слична у групи предузетница и предузетника. У складу са овим опсервацијама јесу и резултати χ^2 теста који указују на то да фреквенција контаката са члановима ових мрежа није у вези са полом предузетника (за сваку категорију чланова $p > 0,05$).

Табела 4.24: Фреквенција контаката у пословно-дискусионим мрежама предузетника/ца (у %)

	Никада			1-3 пута годишње			Више од 3 пута годишње		
	ж	м	ук.	ж	м	ук.	ж	м	ук.
Породица	-	-	-	-	-	-	61,8	44,8	50,5
Пријатељи	-	-	-	36,4	40,3	39,0	36,4	-	-
Колеге	-	-	-	-	-	-	55,9	70,1	65,3
Удружења	55,9	49,3	51,5	-	-	-	-	-	-
Рачуновође	-	-	-	-	-	-	67,6	65,7	66,3
Адвокати	45,5	-	40,0	-	40,3	-	-	-	-
Банкари	45,5	47,8	47,0	-	-	-	-	-	-
Консултанти	72,7	74,6	74,0	-	-	-	-	-	-
Владине агенције	85,3	80,6	82,2	-	-	-	-	-	-
Клијенти	-	-	-	-	-	-	52,9	44,8	47,5

Напомена: За сваку категорију чланова приказана је само најучесталија фреквенција контаката

Опсег друштвених мрежа предузетника/ца генерално је мали. Наиме, просечан број особа са којима се предузетници/це саветују јесте 1 (1,37) – Табела П-5.2. Тестирањем разлике у средњој вредности утврђено је да између предузетница и

предузетника нема значајних разлика по питању ширине друштвених, односно пословно-дискусионих мрежа ($U=1.256,50$, $p=0,398$) – Табела П-5.1. Посматрано по типовима појединаца са којима се саветују у вези са пословањем, резултати указују на то да се предузетнице саветују са значајно мањим бројем колега ($U=1.235,00$ ($p_{једнострано}=0,032$)) – Табела П-5.1. По питању осталих категорија није утврђена статистички значајна разлика у просечном броју чланова мреже предузетница и предузетника (чланови породице и фамилије: $U=833,50$, $p=0,159$; пријатељи: $U=1.036,00$, $p=0,821$; чланови професионалних удружења: $U=1.088,50$, $p=0,467$; рачуновође: $U=1.094,50$, $p=0,381$; адвокати: $U=1.072,00$, $p=0,577$; банкарски: $U=1.080,50$, $p=0,534$; професионални консултанци: $U=1.009,50$, $p=0,986$; представници владиних агенција и тела $U=1.098,00$, $p=0,115$; клијенти: $U=1.112,50$, $p=0,385$) – Табела П-5.1.

Подаци о апсолутној структури мрежа предузетника/ца приказани су у Табели П-5.2. На основу података се може закључити да је у мрежама и предузетница и предузетника највећи број колега и клијената, док су професионални консултанци, представници владиних агенција и тела и адвокати категорије појединаца које су најмање заступљене у пословно-дискусионим мрежама предузетника/ца. Сем у случају броја чланова породице и професионалних консултаната, у односу на предузетнице предузетнице у својим мрежама имају мањи број појединаца из осталих категорија чланова пословно-дискусионих мрежа. Такође, број чланова мрежа предузетница из ових категорија је мањи и у односу на просечан број на нивоу укупног узорка. Слично је стање и по питању просечног броја жена у пословно-дискусионим групама предузетника/ца. Број жена у мрежама предузетница је генерално мањи у односу на просечан број жена у мрежама предузетника, као и у односу на просечан број жена у мрежама и једних и других као целине (Табела П-5.2) – ипак, ова разлика није статистички релевантна ($U=1.159,50$, $p=0,883$) – Табела П-5.1. Посматрано по категоријама, у пословно-дискусионим мрежама предузетница у просеку има значајно више пријатељица ($U=736,00$, $p=0,019$), док просечно већи број колегиница ($U=928,00$, $p=0,592$) и адвокатица ($U=911,00$, $p=0,305$) није статистички значајан – Табела П-5.1. Разлика у односу броја жена из осталих категорија између предузетница и предузетника, такође, није у вези са полом предузетника (чланови породице и фамилије: $U=1.113,50$, $p=0,367$; чланови професионалних удружења $U=968,00$, $p=0,924$; рачуновође: $U=1.104,50$, $p=0,404$; банкарски: $U=1.121,00$, $p=0,279$;

професионални консултанци: $U=1.058,00$, $p=0,350$; представници владиних агенција и тела: $U=1.067,00$, $p=0,154$; клијенти $U=1.091,00$, $p=0,482$) – Табела П-5.1.

Индекс родне хомофилије као показатељ релативне структуре мрежа израчунат је тако што су за сваког испитаника/цу у свакој категорији посматраних чланова мрежа у однос стављени број жена и укупан број чланова мреже из дате категорије појединаца. Такође, за сваког испитаника/цу је утврђена вредност индекса родне хомофилије просечно за све категорије чланова које су заступљене у мрежи. Подаци о вредности индекса родне хомофилије (Табела П-5.2) – по категоријама и укупно – немају нормалну расподелу ($p<0,05$). У односу на вредност овог индекса у групи предузетника, индекс родне хомофилије мрежа предузетница је значајно већи у категорији пријатеља ($U=244,50$, $p=0,001$), колега ($U=415,50$, $p=0,004$) и адвоката ($U=138,00$, $p=0,032$) – Табела П-5.1. Мреже предузетника карактерише значајно већи индекс родне хомофилије у категорији чланови породице и фамилије ($U=864,00$, $p=0,001$) – Табела П-5.1. Разлика у вредности овог индекса у осталим категоријама, као и укупно, није статистички значајна (чланови професионалних удружења: $U=105,00$, $p=0,276$; рачуновође: $U=580,00$, $p=0,678$; банкари: $U=262,50$, $p=0,338$; професионални консултанци: $U=42,00$, $p=0,616$; представници владиних агенција и тела: $U=16,00$, $p=0,549$; клијенти: $U=370,50$, $p=0,900$; укупно: $U=796,00$, $p=0,264$) – Табела П-5.1.

Породичне варијабле

Брачни статус предузетница и предузетника указује на то да је највећи број њих удато/ожењено (Табела 4.25). На нивоу укупне популације 74,3% предузетника/ца је удато/ожењено, и овоме су веома слични подаци појединачно по групама предузетника (74,6%) и предузетница (73,5%). У складу са овим је и вредност показатеља *Pearson* $\chi^2=0,014$ ($p=0,905$) која не указује на постојање повезаности између брачног стања и пола предузетника (Табела П-5.1).

Табела 4.25: Брачни статус предузетника/ца

Брачни статус			Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Удато/ожењен	Удато/ожењен	Број	25	50	75
		% у оквиру ове групе	33,3	66,7	100,0
		% у оквиру пола	73,5	74,6	74,3
		% у укупној популацији	24,8	49,5	74,3
Неудато/неожењен	Неудато/неожењен	Број	9	17	26
		% у оквиру ове групе	34,6	65,4	100,0
		% у оквиру пола	26,5	25,4	25,7
		% у укупној популацији	8,9	16,8	25,7
Укупно	Укупно	Број	34	67	101
		% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0
		% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0
		% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0

Породица са двоје деце је најчешћа породична заједница предузетница и предузетника (Табела П-5.2). Као и у претходном случају, између пола предузетника и броја деце нема значајне повезаности ($U=996,00$, $p=0,319$) – Табела П-5.1. У највећем броју породица са децом деца су старости од 6 до 25 година (Табела 4.26). Међутим, ово је првенствено ефекат старосне структуре деце предузетника, будући да су деца највећег броја предузетника старија од 25 година. Резултати анализе зависности ова два обележја указују на то да између старости деце и пола предузетника постоји статистички значајна разлика ($\chi^2=8,386$, $p=0,039$) – Табела П-5.1.

Табела 4.26: Старост деце предузетника/ца

			Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Старост деце	до 6 година	Број	6	16	22
		у оквиру ове групе	27,3	72,7	
		у оквиру пола	20,7	29,6	
		у укупној популацији	7,2	19,3	26,5
6-25		Број	12	36	48
		у оквиру ове групе	25,0	75,0	
		у оквиру пола	41,4	66,7	
		у укупној популацији	14,5	43,4	57,8
више од 25 година		Број	15	18	33
		у оквиру ове групе	45,5	54,5	
		у оквиру пола	51,7	33,3	
		у укупној популацији	18,1	21,7	39,8
Укупно		Број	29	54	83
		у укупној популацији	34,9	65,1	100,0

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Предузетници и предузетнице у већини случајева (76,2%) немају предузетничку породичну историју будући да се ниједан од родитеља највећег броја предузетница (76,5%) и предузетника (76,1%) није бавио предузетничком активношћу (Табела 4.27). Интересантно је приметити да се предузетничко искуство мајке у свим случајевима наставља са њеним женским дететом, док је предузетничка пракса оца од већег значаја за предузетничку активност синова. У овом смеру су и резултати који су на самој граници (не)прихватања закључка да између пола предузетника и карактера њихове породичне историје постоји значајна веза ($\chi^2=7,596$, $p=0,055$, $Cramer's V=0,274$) – Табела П-5.1.

Табела 4.27: Предузетничка породична историја предузетника/ца

		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Родитељи са предузетничким искуством	Мајка	Број	3	0	3
		% у оквиру ове групе	100,0	,0	100,0
		% у оквиру пола	8,8	,0	3,0
		% у укупној популацији	3,0	,0	3,0
	Отац	Број	3	13	16
		% у оквиру ове групе	18,8	81,3	100,0
		% у оквиру пола	8,8	19,4	15,8
		% у укупној популацији	3,0	12,9	15,8
	Ниједан од родитеља	Број	26	51	77
		% у оквиру ове групе	33,8	66,2	100,0
		% у оквиру пола	76,5	76,1	76,2
		% у укупној популацији	25,7	50,5	76,2
Оба родитеља	Број	2	3	5	
	% у оквиру ове групе	40,0	60,0	100,0	
	% у оквиру пола	5,9	4,5	5,0	
	% у укупној популацији	2,0	3,0	5,0	
Укупно	Број	34	67	101	
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

Напомена: Четири поља (50%) има очекивану вредност <5. Минимална очекивана вредност је 1,01.

Како скала за оцену породица-посао конфликта нема прихватљив ниво интерне конзистентности ($Cronbach \alpha=0,457$, без могућности значајног унапређења) – приступило се оцени, односно поређењу сваког од наведених аспеката између групе предузетница и предузетника, при чему је због непостојања нормалне дистрибуције података (код сваког оцењиваног аспекта $p=0,0001$) за сваки од њих примењен непараметарски тест оцене значаја у разликама средњих вредности ($Mann-Whitney$). Резултати спроведеног тестирања указују на то да између предузетница и предузетника не постоји разлика по питању постојања проблема да се ускладе породичне и пословне обавезе ($U=1.144,50$, $p=0,967$), адекватности времена које се проводи са породицом ($U=1.237,00$, $p=0,389$), количини времена која се усмерава ка извршавању породичних обавеза у односу на оно које се алоцира ка пословним обавезама ($U=1.106,50$, $p=0,799$), као и у осећају да не постоји подршка брачног партнера за вођење сопственог посла ($U=977,00$, $p=0,206$) – Табела П-5.1. Ипак, статистички значајно предузетнице у већој мери самостално извршавају највећи део породичних и кућних послова ($U=481,50$, $p=0,0001$) – Табела П-5.1.

Однос према ризику

Будући да је међу подацима о просечној оцени аверзије према ризику у реалном понашању предузетника/ца било нетипичних вредности, тестирање разлике у просечној оцени извршено је применом непараметарског теста. Резултати спроведеног тестирања указују на то да је разлика у просечној оцени аверзије према ризику између

предузетница и предузетника, у корист предузетница (Табела П-5.2), статистички значајна ($U=773,00$, $p=0,008$) – Табела П-5.1.

Када се из сфере стварног понашања пређе у домен психолошких перцепција, добијају се другачији резултати. Наиме, оценом заступљености доминантних асоцијација на финансијски ризик утврђено је да највећи број предузетница и предузетника (и укупно, и по полу) финансијски ризик асоцира на неизвесност (Табела 4.28). За нешто већи број предузетника финансијски ризик представља шансу, док предузетнице у већој мери за ризик везују асоцијацију опасности. Интересантно је приметити да за релативно већи број предузетница финансијски ризик представља узбуђење. Ипак, резултати указују на то да ове разлике у перцепцији финансијског ризика нису у вези са полом предузетника ($\chi^2=1,505$, $p=0,681$) – Табела П-5.1.

Табела 4.28: Асоцијација на финансијски ризик предузетника/ца

			Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Доминантна асоцијација	Опасност	Број	4	6	10
		% у оквиру ове групе	40,0	60,0	100,0
		% у оквиру пола	11,8	9,0	9,9
		% у укупној популацији	4,0	5,9	9,9
	Неизвесност	Број	18	30	48
		% у оквиру ове групе	37,5	62,5	100,0
		% у оквиру пола	52,9	44,8	47,5
		% у укупној популацији	17,8	29,7	47,5
	Шанса	Број	10	28	38
		% у оквиру ове групе	26,3	73,7	100,0
		% у оквиру пола	29,4	41,8	37,6
		% у укупној популацији	9,9	27,7	37,6
Узбуђење	Број	2	3	5	
	% у оквиру ове групе	40,0	60,0	100,0	
	% у оквиру пола	5,9	4,5	5,0	
	% у укупној популацији	2,0	3,0	5,0	
Укупно	Број	34	67	101	
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0	
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

Напомена: Три пола (37,5%) имају очекивану вредност <5. Минимална очекивана вредност износи 1,68.

Умерена аверзија према ризику уочљива је у доминантном избору за улагање финансијских средстава предузетника/ца (Табела 4.29). Посматрано и на нивоу укупне популације, и по полу – највише предузетника/ца би у хипотетичком случају изабрало опцију улагања са средњим нивоом ризика. Након тога, највећи број предузетница бира сигурну опцију штедње, док предузетници преферирају најризичнији вид улагања. Међутим, ни у овом случају резултати не указују на то да је избор опције улагања различитог интензитета ризика у вези са полом предузетника ($\chi^2=3,583$, $p=0,167$) – Табела П-5.1.

Табела 4.29: Хипотетичко понашање предузетника/ца у ситуацијама различитог нивоа финансијског ризика

		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Ситуација – Када бисте добили 1.000 евра за улагање уложили бисте их у:	штедњу са сигурном каматном стопом од 3%	Број	12	18	30
		% у оквиру ове групе	40,0	60,0	100,0
		% у оквиру пола	35,3	26,9	29,7
		% у укупној популацији	11,9	17,8	29,7
куповину акција предузећа са могућим приносом од +10% до -2%	куповину акција	Број	18	30	48
		% у оквиру ове групе	37,5	62,5	100,0
		% у оквиру пола	52,9	44,8	47,5
		% у укупној популацији	17,8	29,7	47,5
куповину акција предузећа са могућим приносом од +30% до -20%	куповину акција	Број	4	19	23
		% у оквиру ове групе	17,4	82,6	100,0
		% у оквиру пола	11,8	28,4	22,8
		% у укупној популацији	4,0	18,8	22,8
Укупно		Број	34	67	101
		% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0
		% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0
		% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0

Карактеристике предузећа

Провера распореда података о старости предузећа (пословног подухвата) указала је на то да подаци немају нормалну расподелу (у оба случаја $p=0,0001$), те да међу њима постоје нетипичне и екстремне вредности. Стога је даља анализа спроведена тестирањем *Mann-Whitney* тестом. На основу резултата добијених тестирањем може се закључити да нема статистички значајне разлике у просечној старости предузећа (пословних подухвата) у власништву предузетница и оних у власништву предузетника – $U=1.310,00$, $p=0,218$ (Табела П-5.1).

Дистрибуција фреквенције сектора пословања предузетника/ца приказана је у Табели 4.30. Највише предузетница и предузетника послује у сектору *Трговина* – и на нивоу узорка, и појединачно по групама. У односу на просечну заступљеност предузетника генерално, предузетнице су релативно заступљеније у сектору *Трговина*, *Финансијске делатности и осигурање*, *Стручне, научне, иновационе и техничке делатности*, *Образовање*, *Здравство и социјална заштита* и *Остале услужне делатности*. У осталим делатностима је релативно више предузетника, док у секторима *Грађевинарство*, *Услуге смештаја и исхране*, *Административне и помоћне услужне делатности* нема предузетница. Ипак, резултати теста зависности обележја указују на то да сектор пословања и пол предузетника нису повезани ($\chi^2=10,589$, $p=0,478$) – Табела П-5.1.

Табела 4.30: Сектор пословања предузетника/ца

Сектор		Пол		Укупно
		Женско	Мушко	
Прерађивачка индустрија	Број	4	14	18
	% у оквиру ове групе	22,2	77,8	100,0
	% у оквиру пола	11,8	20,9	17,8
	% у укупној популацији	4,0	13,9	17,8
Грађевинарство	Број	0	3	3
	% у оквиру ове групе	0,0	100,0	100,0
	% у оквиру пола	0,0	4,5	3,0
	% у укупној популацији	0,0	3,0	3,0
Трговина на велико и мало и поправка возила	Број	16	24	40
	% у оквиру ове групе	40,0	60,0	100,0
	% у оквиру пола	47,1	35,8	39,6
	% у укупној популацији	15,8	23,8	39,6
Саобраћај и складиштење	Број	1	4	5
	% у оквиру ове групе	20,0	80,0	100,0
	% у оквиру пола	2,9	6,0	5,0
	% у укупној популацији	1,0	4,0	5,0
Услуге смештаја и исхране	Број	0	4	4
	% у оквиру ове групе	0,0	100,0	100,0
	% у оквиру пола	0,0	6,0	4,0
	% у укупној популацији	0,0	4,0	4,0
Информисање и комуникације	Број	1	4	5
	% у оквиру ове групе	20,0	80,0	100,0
	% у оквиру пола	2,9	6,0	5,0
	% у укупној популацији	1,0	4,0	5,0
Финансијске делатности и делатност осигурања	Број	2	1	3
	% у оквиру ове образовне групе	66,7	33,3	100,0
	% у оквиру пола	5,9	1,5	3,0
	% у укупној популацији	2,0	1,0	3,0
Стручне, научне, иновационе и техничке делатности	Број	4	7	11
	% у оквиру ове групе	36,4	63,6	100,0
	% у оквиру пола	11,8	10,4	10,9
	% у укупној популацији	4,0	6,9	10,9
Административне и помоћне услужне делатности	Број	0	1	1
	% у оквиру ове групе	0,0	100,0	100,0
	% у оквиру пола	0,0	1,5	1,0
	% у укупној популацији	0,0	1,0	1,0
Образовање	Број	2	2	4
	% у оквиру ове групе	50,0	50,0	100,0
	% у оквиру пола	5,9	3,0	4,0
	% у укупној популацији	2,0	2,0	4,0
Здравствена и социјална заштита	Број	2	1	3
	% у оквиру ове групе	66,7	33,3	100,0
	% у оквиру пола	5,9	1,5	3,0
	% у укупној популацији	2,0	1,0	3,0
Остале услужне делатности	Број	2	2	4
	% у оквиру ове групе	50,0	50,0	100,0
	% у оквиру пола	5,9	3,0	4,0
	% у укупној популацији	2,0	2,0	4,0
Укупно	Број	34	67	101
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0

Између предузетница и предузетника има значајних разлика када је у питању карактер купаца које опслужују (Табела 4.31). Наиме, већину купаца за већи број предузетница чине физичка лица (70,6%), док већина предузетника већи део своје понуде реализује на *b2b* тржишту (58,2%). При томе је идентификована разлика у доминантном типу купаца значајно повезана са полом предузетника ($\chi^2=7,488$, $p=0,006$, $Cramer's V=0,272$) – Табела П-5.1.

Табела 4.31: Купци предузетника/ца

Тип купаца			Пол		Укупно	
			Женско	Мушко		
Физичка лица	Број	у оквиру ове групе	24	28	52	
		у оквиру пола	46,2	53,8	100,0	
		у укупној популацији	70,6	41,8	51,5	
	Правна лица	Број	у оквиру ове групе	23,8	27,7	51,5
			у оквиру пола	10	39	49
			у укупној популацији	20,4	79,6	100,0
Укупно	Број	у оквиру ове групе	29,4	58,2	48,5	
		% у оквиру пола	9,9	38,6	48,5	
		% у оквиру ове групе	34	67	101	
		% у оквиру пола	33,7	66,3	100,0	
		% у укупној популацији	100,0	100,0	100,0	

Са друге стране, разлике нема када је у питању сектор из ког потиче већина купаца предузетника и предузетница (Табела 4.32). Већина купаца за чак 82,7% предузетника/ца је из приватног сектора. Доминација купаца из приватног сектора приметна је и у појединачним групама предузетница, односно предузетника. Како је истакнуто, сектор из ког потичу купци није у вези са полом предузетника ($\chi^2=0,679$, $p=0,410$) – Табела П-5.1.

Табела 4.32: Сектор из ког потичу купци предузетника/ца

Сектор купаца			Пол		Укупно	
			Женско	Мушко		
Приватни сектор	Број	у оквиру ове групе	25	56	81	
		у оквиру пола	30,9	69,1	100,0	
		у укупној популацији	78,1	84,8	82,7	
	Јавни сектор	Број	у оквиру ове групе	25,5	57,1	82,7
			у оквиру пола	7	10	17
			у укупној популацији	41,2	58,8	100,0
Укупно	Број	% у оквиру ове групе	21,9	15,2	17,3	
		% у оквиру пола	7,1	10,2	17,3	
		% у оквиру ове групе	32	66	98	
		% у оквиру пола	32,7	67,3	100,0	
		% у укупној популацији	100,0	100,0	100,0	

Локално тржиште је тржиште за пласман понуде половине предузетника/ца (Табела 4.33). Како се географски обухват тржишта шири тако се смањује број предузетника/ца који својом понудом покривају та тржишта. Што се тиче односа између пола предузетника и њиховог географског тржишта, резултати указују на то да између ових обележја постоји изражена повезаност ($\chi^2=17,751$, $p=0,001$) – Табела П-5.1. Највећи број предузетница послује на локалном тржишту, док су предузетници у највећем броју усмерени на регионално тржиште. Након нивоа локалног тржишта који је у већој мери карактеристичан за пословање предузетница, на географски ширим тржиштима релативни број предузетника је већи у односу на релативни број предузетница.

Табела 4.33: Географско тржиште предузетника/ца

Тржиште	Локално		Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Тржиште	Локално	Број	25	27	52
		% у оквиру ове групе	48,1	51,9	
		% у оквиру пола	73,5	40,3	
		% у укупној популацији	24,8	26,7	51,5
	Регионално	Број	11	33	44
		% у оквиру ове групе	25,0	75,0	
		% у оквиру пола	32,4	49,3	
		% у укупној популацији	10,9	32,7	43,6
	Национално	Број	5	21	26
		% у оквиру ове групе	19,2	80,8	
		% у оквиру пола	14,7	31,3	
		% у укупној популацији	5,0	20,8	25,7
Инострано	Број	3	13	16	
	% у оквиру ове групе	18,8	81,3		
	% у оквиру пола	8,8	19,4		
	% у укупној популацији	3,0	12,9	15,8	
Укупно	Број	34	67	101	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Менаџмент пракса и стратегија

Како би се оценило постојање разлике у значају који циљеви из групе релационих, личних и квантитативних циљева имају за предузетнице и предузетнике на утврђеним факторским скоровима је спроведен непараметарски тест оцене разлике у средњој вредности. Резултати теста указују на то да између предузетница и предузетника не постоји разлика у значају нити једног тестираног фактора (релациони циљеви: $U=1.167,50$, $p=0,645$; лични циљеви: $U=1.163,5$ $p=0,666$; квантитативни циљеви: $U=1.070,50$, $p=0,799$) – Табела П-5.1.

Што се тиче разлика у схватању садржаја раста, резултати тестирања разлике у средњим вредностима факторских скорова за *hard* и *soft* компоненту раста за групу предузетница и предузетника указују на то да између предузетница и предузетника нема разлика у схватању садржаја раста (*hard*: $U=1.231,50$, $p=0,290$; *soft*: $U=950,50$ $p=0,304$) – Табела П-5.1.

Иако је распоред факторских скорова добијених по питању перцепције ефеката раста показао карактер нормалне расподеле, међу подацима за скор другог фактора су регистроване нетипичне вредности, те је за тестирање разлике у средњој вредности оцене значаја позитивних аспеката раста од стране предузетница и предузетника коришћен непараметарски тест. На основу добијених резултата може се закључити да између предузетника и предузетница нема разлика у оцени позитивних и негативних аспеката раста (позитиван аспект: $t=0,501$, $p=0,618$ (*Levene* $p=0,979$), позитиван аспект: $U=861,50$, $p=0,662$) – Табела П-5.1. Што се тиче варијабле које је искључена из друге

итерације *PC* анализе⁹⁶, за њу је посебно спроведено тестирање разлике у средњим вредностима оцене (међу подацима су регистроване нетипичне вредности). Резултати указују на то да се предузетнице и предузетници не разликују ни по оцени значаја овог ефекта раста ($U=1.047,00$, $p=0,484$) – Табела П-5.1.

Конкретни пословни циљеви предузетника/ца оцењени су са аспекта планираног повећања прихода и запослености. Просечена оцена ових циљева на нивоу укупне популације износи 3,88 за раст запослености, односно 4,65 за раст прихода (Табела П-5.2). Према томе, за предузетнике/це повећање запослености делимично рефлектује њихове пословне циљеве, док је повећање прихода у потпуности израз њихових планова. Имајући у виду просечне оцене сваког од наведених циљева, примећује се да су раст запослености и прихода у већој мери циљеви предузетника у односу на предузетнице. Ипак, у овој разлици није утврђена статистичка значајност (раст запослености: $U=1.279,50$, $p=0,134$; раст прихода: $U=1.218,50$, $p=0,448$) – Табела П-5.1.

Просечна оцена развијености активности планирања на нивоу укупног узорка износи 3,37, односно 3,35 за предузетнице и 3,38 за предузетнике (Табела П-5.2). По овом питању нису пронађене статистички значајне разлике између предузетница и предузетника ($U=1.199,50$, $p=0,663$) – Табела П-5.1. Будући да подаци о факторском скору за компоненту *Стил менаџмента* имају асиметричан распоред (за предузетнице: $p=0,004$ за предузетнике: $p=0,0001$), на њима је спроведен непараметарски тест који је показао да између предузетника и предузетница нема значајних разлика у менаџмент стилу ($U=1.248,50$, $p=0,290$) – Табела П-5.1. Непараметарско тестирање разлике у скоровима фактора који се односе на релациону перспективу предузетника/ца је показало да по питању релационе праксе у издвојеним сферама између предузетница и предузетника нема значајних разлика (пословно окружење предузећа: $U=1.222,00$, $p=0,388$, приватно/породично окружење: $U=1.063,00$, $p=0,756$) – Табела П-5.1.

Општа пословна стратегија оцењена је на бази заступљености појединих стратегија раста и стратегије стабилизације у пракси предузетника/ца. Резултати који указују на дистрибуцију фреквенције посматраних стратегија су приказани у Табели 4.34.

⁹⁶ Ефекти раста предузећа односе се на: *Повећање личних примања*.

Табела 4.34: Општа пословна стратегија предузетника/ца

Стратегија		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Стратегија	Пенетрација	Број	24	49	73
		% у оквиру ове групе	32,9	67,1	
		% у оквиру пола	70,6	73,1	
		% у укупној популацији	23,8	48,5	72,3
	Развој тржишта	Број	8	38	46
		% у оквиру ове групе	17,4	82,6	
		% у оквиру пола	23,5	56,7	
		% у укупној популацији	7,9	37,6	45,5
	Развој производа	Број	13	32	45
		% у оквиру ове групе	28,9	71,1	
		% у оквиру пола	38,2	47,8	
		% у укупној популацији	12,9	31,7	44,6
	Диверзификација	Број	2	9	11
		% у оквиру ове групе	18,2	81,8	
		% у оквиру пола	5,9	13,4	
		% у укупној популацији	2,0	8,9	10,9
	Стабилизација	Број	7	6	13
		% у оквиру ове групе	53,8	46,2	
		% у оквиру пола	20,6	9,0	
		% у укупној популацији	6,9	5,9	12,9
Укупно	Број	34	67	101	
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0	

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Повећање продаје постојећих производа на постојећим тржиштима је најзаступљенија пословна стратегија предузетница и предузетника. Диверзификацију као општу пословну стратегију је у свом пословању имплементирало релативно најмање предузетница и предузетника. Примећује се, дакле, да су две стратегије раста са два пола према нивоу ризика екстремно заступљене, и то: стратегија пенетрације је као најмање ризична стратегија најзаступљенија, док је најризичнија стратегија диверзификације најмање заступљена стратегија раста. Испитивање родне заснованости уочених разлика у заступљености појединих пословних стратегија је показало да између пословне стратегије и пола предузетника постоји значајна веза ($\chi^2=14,964, p=0,011$) – Табела П-5.1.

Што се тиче стратегијског приступа иновирању, највећи проценат предузетника/ца (73,7%) је у свом пословању имало неку форму иновације производа/услуге (Табела 4.35). Између тога да ли ће се нека стратегија иновација имплементирати или не, и пола предузетника не постоји значајан однос повезаности ($\chi^2=0,085, p=0,771$) – Табела П-5.1.

Табела 4.35: Имплементација стратегије иновирања од стране предузетника/ца

			Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Стратегија иновирања	Да	Број	23	50	73
		% у оквиру ове групе	31,5	68,5	100,0
		% у оквиру пола	71,9	74,6	73,7
		% у укупној популацији	23,2	50,5	73,7
	Не	Број	9	17	26
		% у оквиру ове групе	34,6	65,4	100,0
		% у оквиру пола	28,1	25,4	26,3
		% у укупној популацији	9,1	17,2	26,3
	Укупно	Број	32	67	99
		% у оквиру ове групе	32,3	67,7	100,0
		% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0
		% у укупној популацији	32,3	67,7	100,0

Посматрано по типовима стратегија иновација (у групи оних који су имплементирали неки вид стратегије), на нивоу укупног узорка најзаступљенија је стратегија офанзивног истраживања на бази сопственог истраживања и развоја, а након ње дефанзивна стратегија (Табела 4.36). Посматрано по полу – за праксу највећег броја предузетница карактеристична је дефанзивна стратегија иновација, док је у групи предузетника који иновирају најзаступљенија стратегија офанзивног истраживања на бази сопственог истраживања и развоја.

Табела 4.36: Стратегија иновирања предузетника/ца

			Пол		Укупно
			Женско	Мушко	
Стратегија	Сопствено истраживање	Број	12	33	45
		% у оквиру ове групе	26,7	73,3	
		% у оквиру пола	52,2	66,0	
		% у укупној популацији	16,4	45,2	61,6
	Куповина лиценце/патента	Број	2	11	13
		% у оквиру ове групе	15,4	84,6	
		% у оквиру пола	8,7	22,0	
		% у укупној популацији	2,7	15,1	17,8
	Дефанзивна стратегија	Број	14	27	41
		% у оквиру ове групе	34,1	65,9	
		% у оквиру пола	60,9	54,0	
		% у укупној популацији	19,2	37,0	56,2
	Имитирање	Број	2	4	6
		% у оквиру ове групе	33,3	66,7	
		% у оквиру пола	8,7	8,0	
		% у укупној популацији	2,7	5,5	8,2
Зависност	Број	11	17	28	
	% у оквиру ове групе	39,3	60,7		
	% у оквиру пола	47,8	34,0		
	% у укупној популацији	15,1	23,3	38,4	
Укупно	Број	23	50	73	
	у укупној популацији	31,5	68,5	100,0	

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Иако су у стратегијском приступу пракси иновирања примећене одређене разлике између предузетница и предузетника, ове разлике нису статистички значајне ни за једну стратегију иновација ($\chi^2=4,764$, $p=0,445$) – Табела П-5.1.

Разлика у приступу маркетинг стратегији оцењена је на бази разлика у значају појединих аспеката ове стратегије у пракси предузетника/ца. Добијене просечне оцене су указале на то да предузетници нешто већом оценом оцењују значај квалитета понуде за свој тржишни наступ, док су остали аспекти маркетинг стратегије – цена, диференцијација и лојалност и сатисфакција купаца значајнији елементи у маркетинг стратегији предузетница (Табела П-5.2). Тестирање значајности идентификованих разлика је показало да је статистички значајна једино разлика по питању значаја диференцијације понуде у маркетинг стратегији предузетника/ца (квалитет: $U=1.182,50$, $p=0,403$; цена: $U=1.076,50$, $p=0,716$; диференцијација: $U=904,00$, $p_{једнострано}=0,043$; сатисфакција и лојалност купаца: $U=1.005,00$, $p=0,349$) – Табела П-5.1.

Подаци о дистрибуцији фреквенција појединих извора финансирања указују на то су на нивоу укупног узорка средства из интерних извора предузећа најзаступљенији извор финансирања (Табела 4.37). Након овог извора следе лична средства предузетника/це, кредити банака, средства из различитих државних фондова подршке и подстицаја и, на крају, позајмице од пријатеља и рођака. Овакав редослед у заступљености постоји и у групи предузетника, док предузетнице најчешће користе лична средства за финансирање пословања. Ипак, тестирање зависности између коришћеног извора финансирања и пола предузетника не показује ниво статистичке значајности ($\chi^2=2,054$, $p=0,842$) – Табела П-5.1.

Табела 4.37: Стратегија финансирања предузетника/ца

			Пол		Укупно	
			Женско	Мушко		
Извори средства	Интерна средства предузећа	Број	20	45	65	
		% у оквиру ове групе	30,8	69,2		
		% у оквиру пола	58,8	67,2		
			% у укупној популацији	19,8	44,6	64,4
	Лична средства предузетника/це	Број	22	36	58	
		% у оквиру ове групе	37,9	62,1		
		% у оквиру пола	64,7	53,7		
		% у укупној популацији	21,8	35,6		57,4
	Позајмице од пријатеља, рођака	Број	3	5	8	
% у оквиру ове групе		37,5	62,5			
% у оквиру пола		8,8	7,5			
% у укупној популацији		3,0	5,0	7,9		
Кредити банака	Број	15	27	42		
	% у оквиру ове групе	35,7	64,3			
	% у оквиру пола	44,1	40,3			
	% у укупној популацији	14,9	26,7		41,6	
Средства из државних програма	Број	3	7	10		
	% у оквиру ове групе	30,0	70,0			
	% у оквиру пола	8,8	10,4			
	% у укупној популацији	3,0	6,9		9,9	
Укупно	Број	34	67	101		
	у укупној популацији	33,7	66,3		100,0	

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Да ли ће предузетник/ца аплицирати за кредит банака није у вези са њиховим полом ($\chi^2=0,120$, $p=0,729$) – Табела П-5.1. Највећи број предузетника/ца (53,5%) није аплицирало за кредит банке (Табела 4.38).

Табела 4.38: Аплицирање за кредит предузетника/ца

		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Аплицирање за кредит	Не	Број	19	35	54
		% у оквиру ове групе	35,2	64,8	100,0
		% у оквиру пола	55,9	52,2	53,5
		% у укупној популацији	18,8	34,7	53,5
	Да	Број	15	32	47
		% у оквиру ове групе	31,9	68,1	100,0
		% у оквиру пола	44,1	47,8	46,5
		% у укупној популацији	14,9	31,7	46,5
	Укупно	Број	34	67	101
		% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0
		% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0
		% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0

Од оних предузетника/ца који јесу аплицирали за кредит банака, највећем броју њих је кредит и одобрен (97,9%) – Табела 4.39. Свим предузетницама које су аплицирале за кредит, он је и одобрен. Једна предузетница је аплицирала за кредит у више наврата, при чему је исход тих различитих кредитних захтева био другачији. У случају предузетника, једном од оних који су аплицирали кредит није одобрен, док је један имао више кредитних апликација од којих су неке биле са позитивним, а неке са негативним исходом. По питању исхода кредитне апликације нема родно засноване разлике ($\chi^2=0,511$, $p=0,475$) – Табела П-5.1.

Табела 4.39: Позитиван исход кредитне апликације

		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Кредит одобрен	Да	Број	16	31	47
		% у оквиру ове групе	34,0	66,0	
		% у оквиру пола	100,0	96,9	
		% у укупној популацији	33,3	64,6	97,9
	Не	Број	1	2	3
		% у оквиру ове групе	33,3	66,7	
		% у оквиру пола	6,3	6,3	
		% у укупној популацији	2,1	4,2	6,3
	Укупно	Број	16	32	48
		у укупној популацији	33,3	66,7	100,0

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Према добијеним подацима се може закључити да највећи број предузетника/ца који нису аплицирали за кредит банака, то нису учинили зато што им средства из овог извора по њиховој оцени нису била потребна (Табела 4.40). Ниједан од испитаника није навео да је разлог неаплицирања за кредит непостојање доброг бизнис плана или

пол предузетника/це. Што се тиче разлога посматрано појединачно у групи предузетница, односно предузетника – приметно је да предузетнице у релативно већем броју наводе да је разлог неаплицирања за кредит банака жеља да се задржи контрола над пословањем предузећа, као и неспремност да се прихвати ризик финансирања из овог извора. Међутим, резултати теста независности обележја указују на то да између разлога за неаплицирање за кредит банака и пола предузетника не постоји веза ($\chi^2=4,862, p=0,302$) – Табела П-5.1.

Табела 4.40: Разлози због којих предузетници/це не аплицирају за кредит

Разлози		Пол		Укупно
		Женско	Мушко	
Средства нису потребна	Број	12	27	39
	% у оквиру ове групе	30,8	69,2	
	% у оквиру пола	66,7	69,2	
	% у укупној популацији	21,1	47,4	68,4
Неповољни услови кредитирања	Број	6	19	25
	% у оквиру ове групе	24,0	76,0	
	% у оквиру пола	33,3	48,7	
	% у укупној популацији	10,5	33,3	43,9
Ризичан извор	Број	5	9	14
	% у оквиру ове групе	35,7	64,3	
	% у оквиру пола	27,8	23,1	
	% у укупној популацији	8,8	15,8	24,6
Губитак контроле	Број	8	8	16
	% у оквиру ове групе	50,0	50,0	
	% у оквиру пола	44,4	20,5	
	% у укупној популацији	14,0	14,0	28,1
Укупно	Број	18	39	57
	%у укупној популацији	31,6	68,4	100,0

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника.

Што се тиче услова кредитирања, предузетници и предузетнице (посматрано појединачно и на нивоу групе) као најнеповољнији услов оцењују каматну стопу (Табела П-5.2). Након каматне стопе, по просечној оцени за неповољност следе средства обезбеђења кредита и, на крају, период отплате. Између предузетница и предузетника не постоје родно узроковане разлике у оцени неповољности посматраних услова кредитирања (камата: $U=1.207,50, p=0,584$; период отплате: $U=1.020,50, p=0,519$; средства обезбеђења: $U=1.062,00, p=0,740$) – Табела П-5.1.

Једна четвртина предузетника/ца је користила неки од алтернативних извора финансирања (Табела 4.41). Интересантно је приметити да је релативно већи број предузетница користило неки алтернативни извор финансирања (26,5% према 15,4%, респективно). Ипак, између опредељења за коришћење ових извора финансирања и пола предузетника нема статистички значајне повезаности ($\chi^2=0,014, p=0,905$) – Табела П-5.1.

Табела 4.41: Коришћење алтернативних извора финансирања

		Пол		Укупно
		Женско	Мушко	
Не	Број	25	50	75
	% у оквиру ове групе	33,33	66,7	100,0
	% у оквиру пола	73,5	74,6	74,3
	% у укупној популацији	24,8	49,5	74,3
Да	Број	9	17	26
	% у оквиру ове групе	34,6	65,4	100,0
	% у оквиру пола	26,5	25,4	25,7
	% у укупној популацији	8,9	16,8	25,7
Укупно	Број	34	67	101
	% у оквиру ове групе	33,7	66,3	100,0
	% у оквиру пола	100,0	100,0	100,0
	% у укупној популацији	33,7	66,3	100,0

Предузетнице чешће користе факторинг и средства пословних анђела, док је за предузетнике у већој мери карактеристично финансирање путем финансијског лизинга и ризичног капитала – Табела 4.42. Резултати указују на то да између учесталости коришћења појединих алтернативних извора финансирања и пола предузетника постоји изражена статистичка повезаност ($\chi^2=11,360$, $p=0,023$) – Табела П-5.1.

Табела 4.42: Коришћење различитих типова алтернативних извора финансирања

		Пол		Укупно	
		Женско	Мушко		
Алтернативни извори	Финансијски лизинг	Број	4	4	8
		% у оквиру ове групе	50,0	50,0	
		% у оквиру пола	57,1	66,7	
		% у укупној популацији	30,8	30,8	61,5
	Факторинг	Број	3	0	3
		% у оквиру ове групе	100,0	,0	
		% у оквиру пола	42,9	,0	
		% у укупној популацији	23,1	,0	23,1
	Пословни анђели	Број	3	0	3
		% у оквиру ове групе	100,0	,0	
		% у оквиру пола	42,9	,0	
		% у укупној популацији	23,1	,0	23,1
Ризични капитал	Број	0	3	3	
	% у оквиру ове групе	,0	100,0		
	% у оквиру пола	,0	50,0		
	% у укупној популацији	,0	23,1	23,1	
Укупно	Број	7	6	13	
	% у укупној популацији	53,8	46,2	100,0	

Напомена: Укупно и % су исказани за број испитаника

Екстерно окружење

Резултати тестирања средњих вредности добијених просечних оцена баријера из правно-политичког окружења указују на то да ови фактори представљају значајнију баријеру за пословање предузетница ($3,51\pm 0,76$) у односу на значај који као баријере имају за предузетнике ($3,18\pm 0,99$) – $t=1,841$, $p(\text{једнострано})=0,034$ (Табела П-5.1).

Све посматране варијабле из домена социо-културолошког окружења предузетнице су оцениле већом просечном оценом у односу на предузетнике, и у свим

случајевима и већом у односу на просек за цео узорак. Због асиметричног распореда посматраних варијабли (у свим случајевима $p=0,0001$), на подацима је спроведен непараметарски *Mann-Whitney* тест. Утврђено је да се једино по питању оцене друге варијабле (*Често сам био/ла изложена проблемима у пословању само због тога што сам мушкарац/жена*) предузетнице и предузетници значајно разликују ($U=682,00$ $p=0,0001$), у осталим случајевима нема статистичке значајности утврђених разлика (утицај на окружења на избор занимања: $U=966,50$, $p=0,169$; особине мушкараца су у већој мери у складу са захтевима за пословни успех: $U=993,50$ $p=0,274$; жене немају особине потребне за успех у пословању: $U=1.166,50$, $p=0,806$) – Табела П-5.1.

2.1.4.2. Карактер утицаја фактора на нето добитак у популацији предузетница и предузетника

Старост и образовање предузетника/ца

Предузетнице старости 46-65 година остварују већи нето добитак у односу на предузетнице старости 26-45 година⁹⁷, док – је у групи предузетника однос у величини просечног нето добитка у корист предузетника старости 26-45 година⁹⁸ – Табела П-5.4. Ипак, ни у једном, ни у другом случају разлике нису статистички значајне (предузетнице: $U=86,00$, $p=0,960$; предузетници: $H(3)=6,762$, $p=0,080$) – Табела П-5.3. Предузетнице са завршеном вишом/високом школом остварују највећи износ нето добитка, док су у групи предузетника према вредности овог показатеља на првом месту предузетници са магистратуром/мастером (Табела П-5.4). Као ни у претходном случају, забележене разлике нису статистички значајне (предузетнице: $Welch=1,98$, $p=0,193$; предузетници: $H(4)=6,118$, $p=0,190$) – Табела П-5.3. На самој граници статистичке значајности су разлике у величини нето добитка предузетница различитог поља образовања ($F(7,18)=2,57$, $p=0,051$) – Табела П-5.3, док евидентиране разлике у групи предузетника различитог поља образовања немају ниво статистичке значајности ($H(7)=6,792$, $p=0,451$) – Табела П-5.3.

Искуство

Идентификоване разлике у величини нето добитка између предузетника/ца различитих карактеристика радног искуства нису статистички значајне по питању

⁹⁷ У узорку нема предузетница из најмлађе и из најстарије старосне групе.

⁹⁸ Из закључка је изузета старосна група *66 и више година* због тога што је у овој старосној групи само један предузетник.

већине анализираних аспеката искуства. На основу података приказаних у Табели П-5.4, може се закључити да предузетнице без претходног радног искуства у просеку остварују већи износ нето добитка у односу на предузетнице које су пре отпочињања сопственог посла стекле одређено радно искуство, за разлику од предузетника са претходним радним искуством који остварују већи износ нето добитка у односу на предузетнике без претходног радног искуства – ипак, ове разлике нису статистички значајне (редом: $U=18,00$, $p=0,069$; $U=226,00$, $p=0,942$) – Табела П-5.3. Дужина претходног радног искуства нема статистички значајног утицаја на величину нето добитка предузетника/ца (Табела П-5.5), нити је пол предузетника по овом питању значајна модерациона варијабла (промена $R^2=0,001$, $p=0,727$).

Интересантно је приметити да и у групи предузетница и у групи предузетника са претходним радним искуством већи нето добитак остварују они/е који су то искуство стекли у делатности која није у вези са делатношћу садашњег сопственог посла (Табела П-5.4). Ипак, ове разлике нису статистички значајне (предузетнице: $H(2)=0,313$, $p=0,855$; предузетници: $H(2)=0,228$, $p=0,892$) – Табела П-5.3. Предузетници који су своје претходно радно искуство стекли у занимању стручњака, као и они који су пре отпочињања сопственог посла радили као радници остварују статистички значајно мањи износ нето добитка у односу на предузетнике који су имали занимање руководиоца (стручњак: $p=0,042$; радник: $p=0,052$) – Табела П-5.5. У групи предузетница нема статистички значајних разлика у величини оствареног нето добитка у зависности од претходног занимања предузетница ($F(3,18)=0,906$, $p=0,458$, $R^2=0,131$). У односу на предузетнице које су посао започеле са одређеним менаџмент искуством, већи нето добитак остварују предузетнице без претходног менаџмент искуства (Табела П-5.4), али ове разлике нису статистички значајне ($U=39,00$, $p=0,758$) – Табела П-5.3⁹⁹. Са друге стране, у групи предузетника већи нето добитак остварују они са менаџмент искуством, као и предузетници са одређеним власничким искуством стеченим пре отпочињања садашњег сопственог посла (Табела П-5.4). Као и и у претходном случају ове разлике нису статистички значајне (редом: $U=575,00$, $p=0,060$; $U=407,00$, $p=0,496$) – Табела П-5.3¹⁰⁰. Дужина текућег власничког искуства утиче

⁹⁹ Само је 6 предузетница у узорку имало претходно менаџмент искуство, па због мале величине узорка нису анализирани поједини аспекти менаџмент искуства (ниво, пословна функција).

¹⁰⁰ У групи предузетница само је једна испитаница имала претходног власничког искуства, стога је за групу предузетница изостављена компарација величине нето добитка са аспекта овог критеријума.

позитивно на величину нето добитка предузетница, односно негативно у случају предузетника (Табела П-5.5). Овај утицај, као и модерационо дејство пола предузетника у овом случају нису статистички значајни (промена $R^2=0,006$, $p=0,477$).

Предузетничка самоефикасност

Свако повећање аутоперципираног нивоа вештина потребних за успех у предузетничком подухвату у просеку смањује величину нето добитка који остварују предузетници и повећава величину нето добитка који остварују предузетнице (Табела П-5.5). Овај ефекат је у оба случаја без статистичке значајности.

Локус контроле

Израженији интерни локус контроле утиче на смањење нето добитка који остварују и предузетнице и предузетници (Табела П-5.5). Ипак, евидентирани интензитет и смер утицаја нису статистички значајни.

Социјални капитал

У групи предузетница фреквенција контаката у пословно-дискусионим мрежама није аспект који статистички значајно доприноси разлици у величини нето добитка (вредности теста за сваку категорију чланова су дате у Табели П-5.3). Са друге стране, у групи предузетника они који се са колегама често саветују у вези са пословањем остварују статистички значајно већи нето добитак у односу на оне који имају умерену фреквенцију контаката са колегама ($p_{\text{кориговано}}=0,009$) – Табела П-5.4. Такође, предузетници који се више од три пута годишње саветују са својим адвокатима остварују статистички већи нето добитак у односу на оне који у својим пословно-дискусионим мрежама немају ову категорију појединаца ($p_{\text{кориговано}}=0,012$) – Табела П-5.4.

Повећање броја чланова у пословно-дискусионим мрежама повећава нето добитак који остварују предузетнице и предузетници, док повећање броја жена у овим мрежама утиче само на повећање нето добитка који остварују предузетнице (Табела П-5.5). Идентификовани односи, као ни модерациони утицај пола предузетника по овом питању нису статистички значајни (опсег мрежа: промена $R^2=0,001$, $p=0,838$; број жена: промена $R^2=0,000$, $p=0,873$).

Породичне варијабле

Позитивна разлика у нето добитку који остварују удате предузетнице, као и разлика у величини нето добитка која постоји у корист неожењених предузетника (Табела П-5.4) немају статистичку значајност (предузетнице: $U=84,00$, $p=0,531$; предузетници: $U=435,00$, $p=0,096$) – Табела П-5.3. Повећање броја деце позитивно доприноси динамици нето добитка који остварују предузетнице, али – без статистичког значаја (Табела П-5.5). Са друге стране, статистички је значајан негативан утицај који повећање броја деце има на величину нето добитка предузетника. Модерациони ефекат пола предузетника није статистички значајан (промена $R^2=0,023$, $p=0,161$). И у групи предузетница, и у групи предузетника величина нето добитка је у односу на оне који имају децу која су старија од 25 година, у просеку већа код оних који имају децу млађу од 6 година (Табела П-5.5). Предузетнице које имају децу старости 6-25 година остварују већи, док предузетници са децом ове старости остварују мањи нето добитак у односу на оне са децом из најстарије старосне групе. Ни у једном случају разлика није статистички значајна (предузетнице: $F(2,19)=0,947$, $p=0,406$, $R^2=0,091$; предузетници: $F(2,47)=0,675$, $p=0,514$, $R^2=0,028$).

Из групе варијабли за оцену породица-посао конфликта статистички је значајан једино позитиван утицај који на величину нето добитка има субјективна оцена предузетника о личном обављању већег дела кућних послова (Табела П-5.5). Ни у једном случају утицај пола предузетника као модерационе варијабле није статистички значајан (проблеми у усклађивању обавеза: промена $R^2=0,001$, $p=0,740$; недовољно времена са породицом: промена $R^2=0,000$, $p=0,968$; више времена за кућне обавезе: промена $R^2=0,003$, $p=0,598$; лично извршавање кућних обавеза: промена $R^2=0,029$, $p=0,110$; изостанак подршке супруга/ге: промена $R^2=0,001$, $p=0,802$).

Предузетнице које не потичу из предузетничке породице остварују највећи нето добитак, док се у групи предузетника највећи нето добитак бележи код оних предузетника чији је отац био предузетник – Табела П-5.4. Ипак, разлике у величини нето добитка у зависности од породичне предузетничке историје предузетника/ца нису статистички значајне (предузетнице: $H(3)=1,576$, $p=0,665$; предузетници: $H(2)=2,995$, $p=0,224$) – Табела П-5.3.

Однос према ризику

Повећање просечне оцене аверзије према ризику у испољеном пословном понашању утиче на повећање нето добитка предузетница и на његово смањење у

случају предузетника (Табела П-5.5). Ипак, ови ефекти нису статистички значајни. Предузетнице које финансијски ризик виде као шансу и оне које би у хипотетичкој ситуацији новац уложиле у најризичнију опцију, као и предузетници које финансијски ризик асоцира на узбуђење и они који бирају опцију улагања средње ризичности остварују највећи износ нето добитка (Табела П-5.4). Ове разлике нису статистички значајне (редом: $H(3)=1,791$, $p=0,617$; $H(2)=3,813$, $p=0,149$; $H(3)=5,675$, $p=0,129$; $H(2)=1,928$, $p=0,381$) – Табела П-5.3.

Карактеристике предузећа

Регресиони модели у којима су сектори пословања и географско тржиште независне варијабле нису статистички значајни у објашњењу варијације нето добитка који остварују предузетници/це (сектори – предузетнице: $F(7,18)=0,798$, $p=0,599$, $R^2=0,237$; предузетници: $F(11,48)=2,181$, $p=0,032$, $R^2=0,333$; тржиште – предузетнице: $F(3,22)=0,643$, $p=0,595$, $R^2=0,081$; предузетници: $F(3,56)=2,521$, $p=0,067$, $R^2=0,119$). Посматрано релативно према *Трговини* као референтном сектору, у групи предузетника је нето добитак који се остварује у сектору *Грађевинарство* и *Информисање и комуникација* статистички значајно већи (Табела П-5.5). Такође, статистички је значајно већи нето добитак који остварују предузетници који послују на локалном и регионалном, у односу на оне који послују на иностраном тржишту (Табела П-5.5). Уколико се из закључивања изузме сектор *Саобраћај и складиштење* у коме послује само једна испитаница, предузетнице које послују у сектору *Трговина* остварују највећи нето добитак, док су у групи предузетника на првом месту они из сектора *Грађевинарство* (Табела П-5.4). Ипак, ове разлике нису статистички значајне ($H(7)=6,295$, $p=0,506$; $H(11)=14,056$, $p=0,230$) – Табела П-5.3. Такође, у обе посматране групе позитиван утицај старости предузећа на величину нето добитка нема ниво статистичке значајности (Табела П-5.5).

Предузетнице и предузетници који својом понудом опслужују потребе физичких лица, као и они чији су купци доминантно из приватног сектора у просеку остварују већи износ нето добитка (Табела П-5.4). Евидентиране разлике у зависности од типа купаца су статистички значајне у групи предузетница (предузетнице: $U=18,00$, $p=0,001$; предузетници: $U=557,00$, $p=0,059$), док разлике у зависности од сектора порекла купаца нису статистички значајне ни у једном случају ($U=23,00$, $p=0,505$; $U=191,00$, $p=0,275$) – Табела П-5.3.

Менаџмент пракса и стратегија

Већи значај који за предузетнице и предузетнике имају циљеви из групе релационих, личних и квантитативних пословних циљева позитивно утиче на кретање нето добитка у обе посматране групе (Табела П-5.5). Ипак, ни један од ових односа, као ни модерациони утицај пола предузетника по овом питању нису статистички значајни (релациони циљеви: промена $R^2=0,001$, $p=0,784$; лични циљеви: промена $R^2=0,001$, $p=0,805$; квантитативни циљеви: промена $R^2=0,005$, $p=0,518$). Предузетнице и предузетници који у већој мери раст предузећа оцењују на бази *hard* и *soft* компоненти раста остварују већи пословни добитак (Табела П-5.5). Такође, већи пословни добитак остварују предузетнице које у резултатима раста у већој мери препознају и негативне и позитивне ефекте, као и оне које као експлицитне циљеве за наредни период наводе раст запослености и прихода. Предузетници који у ефектима раста значајно препознају негативни аспект, као и они којима повећање запослености у већој мери рефлектује циљеве у вези са растом остварују мањи нето добитак. Међу свим идентификованим односима, једино је позитиван утицај перципирања позитивних аспеката резултата раста на нето добитак у групи предузетника статистички значајан ($p=0,016$). У осталим случајевима, као и у модерационом ефекту пола по анализираним аспектима нема статистичке значајности (*hard* компонента раста: промена $R^2=0,000$, $p=0,986$; *soft* компонента раста: промена $R^2=0,001$, $p=0,777$; негативни аспекти раста: промена $R^2=0,004$, $p=0,583$; позитивни аспекти раста: промена $R^2=0,018$, $p=0,226$).

Развијеност активности планирања позитивно утиче на величину нето добитка, али је овај утицај статистички значајан само у групи предузетника ($p=0,017$) – Табела П-5.5. Позитиван утицај менаџмент стила који подразумева формализацију, делегирање и партиципативност, као и модерациони ефекат пола у домену утицаја описаног менаџмент стила нису статистички значајни (промена $R^2=0,010$, $p=0,351$). Израженија релациона пракса у пословном окружењу доприноси позитивној динамици нето добитка који остварују предузетнице и предузетници – Табела П-5.5. Са друге стране, израженија изградња односа у приватној сфери доприноси расту нето добитка који остварују предузетнице, и смањењу нето добитка предузетника. Ни један од регистрованих односа, као ни модерациони ефекат пола предузетника немају статистичку значајност (пословно окружење: промена $R^2=0,004$, $p=0,574$; приватно окружење: промена $R^2=0,000$, $p=0,897$).

Регресиони модели у којима су као независне променљиве дефинисане имплементиране опште пословне стратегије и стратегије иновирања углавном нису

статистички значајни у објашњењу варијације нето добитка (општа пословна стратегија – предузетнице: $F(4,21)=0,724$, $p=0,585$, $R^2=0,121$; предузетници: $F(4,55)=0,677$, $p=0,611$, $R^2=0,047$; стратегија иновирања – предузетници: $F(4,42)=1,453$, $p=0,234$, $R^2=0,122$). Изузетак представља модел који укључује имплементирани стратегије иновирања предузетница ($F(4,15)=10,12$, $p=0,0001$, $R^2=0,730$). Посматрано по појединим варијаблима, у групи предузетница, предузетнице које имплементирају имитативну стратегију иновирања остварују статистички значајну већу вредност нето добитка у односу на оне које реализују офанзивну стратегију на бази сопственог истраживања и развоја (Табела П-5.5).

Већи значај који анализираним аспектима маркетинг стратегије придају предузетнице утиче позитивно на величину њиховог нето добитка (Табела П-5.5). Са друге стране, у случају предузетника позитиван однос постоји само између значаја који се придаје квалитету и величине нето добитка. Међутим, ни један од евидентираних односа није статистички значајан.

Део варијације који објашњавају регресиони модели у које су као независне варијабле унети извори средстава и разлози неаплицирања за кредит није статистички значајан (извори средстава – предузетнице: $F(4,21)=1,732$, $p=0,181$, $R^2=0,248$; предузетници: $F(4,55)=1,837$, $p=0,135$, $R^2=0,118$; разлози неаплицирања – предузетнице: $F(3,9)=1,071$, $p=0,409$, $R^2=0,263$; предузетници: $F(3,29)=2,007$, $p=0,135$, $R^2=0,172$). У групи предузетника, статистички значајно мањи износ нето добитка остварују они предузетници који пословање финансирају личним средствима, у односу на оне који користе интерна средства предузећа ($p=0,049$) – Табела П-5.5. Предузетнице које су аплицирале за средства из кредита банака остварују већи нето добитак у односу на предузетнице које нису тражиле ова средства – Табела П-5.4. При томе ова разлика има ниво статистичке значајности ($U=125,00$, $p=0,039$) – Табела П-5.3. Са друге стране, у групи предузетника разлика је у корист оних који нису аплицирали за кредите банака, мада ова разлика није статистички значајна ($U=509,00$, $p=0,379$) – Табела П-5.3¹⁰¹. Предузетници и предузетнице који као неповољније оцењују рок отплате и тражена средства обезбеђења као услове коришћења кредита банака остварују мањи износ нето добитка (Табела П-5.5). Што се тиче каматне стопе,

¹⁰¹ Компарација није извршена са аспекта исхода кредитне апликације будући да су средства одобрена свим предузетницама које су аплицирале за кредит, док је у групи предузетника само један одбијен.

субјективна оцена њене неповољности је у позитивној вези са нето добитком предузетница, односно у негативном односу са нето добитком предузетника. Ипак, описани односи нису статистички значајни. Предузетници и предузетнице који су у свом пословању користили неки од алтернативних извора финансирања остварују већи нето добитак у односу на оне који ова средства нису користили (Табела П-5.4). Ипак, ова разлика није статистички значајна (предузетнице: $U=66,00$, $p=1,00$; предузетници: $U=315,00$, $p=0,536$) – Табела П-5.3¹⁰².

Екстерно окружење

Предузетници који факторе из домена правно-политичког окружења у већој мери оцењују као баријеру у пословању остварују мањи износ нето добитка (Табела П-5.5). У групи предузетница је смер овог односа обрнут. Ни у једном, ни у другом случају нема статистичке значајности регистрованог односа.

Предузетнице које се у већој мери слажу са ставом да су особине мушкараца адекватније за захтеве пословног окружења, затим – оне које сматрају да жене немају особине потребне за пословни успех, као и оне које су у свом пословању биле у већој мери суочене са проблемима само због тога што су жене – остварују мањи износ нето добитка (Табела П-5.5). Такође, мањи нето добитак остварују предузетници на које је при избору занимања већег утицаја имало окружење, затим они који су у пословању били суочени са родно заснованим проблемима, као и они који се у већој мери слажу са ставом да особине жена нису прилагођене захтевима за успех у пословном окружењу. Идентификовани односи, као ни модерациони ефекат пола предузетника по наведеним питањима нису статистички значајни (утицај окружења на избор занимања: промена $R^2=0,002$, $p=0,720$; проблеми због пола: промена $R^2=0,001$, $p=0,799$; особине мушкараца су адекватније: промена $R^2=0,007$, $p=0,457$; особине жена су неадекватне: промена $R^2=0,000$, $p=0,839$).

¹⁰² Регресиона анализа са појединим типовима алтернативних извора средстава није спроведена због неадекватне вредности *Durbin-Watson* показатеља.

2.1.4.3. Карактер утицаја фактора на стопу раста запослености у популацији предузетница и предузетника

Старост и образовање предузетника/ца

Предузетнице и предузетници старости 26-45 година остварују раст запослености, док предузетнице и предузетници старости 46-65 година бележе опадање запослености у периоду 2010-2013. године¹⁰³ – Табела П-5.7. Разлика између различитих старосних група предузетница је статистички значајна ($F(1,22)=5,507$, $p=0,028$), док разлика евидентирана између предузетника различите старости није на нивоу статистичке значајности ($F(3,55)=1,265$, $p=0,295$) – Табела П-5.6. Број запослених најизраженије расте у предузећима чије власнице имају магистратуру/мастер ниво образовања, односно у предузећима чији су власници завршили вишу/високу школу (Табела П-5.7). Ипак, ове разлике нису статистички значајне (предузетнице: $F(3,20)=1,178$, $p=0,343$; предузетници: $F(4,54)=2,040$, $p=0,102$) – Табела П-5.6. Статистички су значајне разлике у стопи раста запослености између предузетница различитог поља образовања ($F(6,17)=2,666$, $p=0,052$) – Табела П-5.6, при чему највећу стопу остварују предузетнице опште-образовног профила – Табела П-5.7. Са друге стране, разлика у просечној стопи раста запослености између предузетника различитог образовног профила није статистички значајна ($F(7,51)=1,514$, $p=0,184$) – Табела П-5.6.

Искуство

За разлику од предузетника са претходним радним искуством који остварују већу стопу раста запослености, предузетнице без претходног искуства остварују мању стопу опадања запослености у односу на предузетнице са претходним радним искуством (Табела П-5.7). Међутим, уочене разлике нису статистички значајне (предузетнице: $U=33,50$, $p=0,627$; предузетници: $U=271,00$, $p=0,331$) – Табела П-5.6. Пол предузетника статистички значајно модерира утицај дужине радног искуства на стопу раста запослености, што потврђују резултати који указују на статистички значајно повећање објашњене варијације стопе раста запослености (промена $R^2=0,061$, $p=0,024$). Ипак, веза између година искуства и стопе раста запослености која је у

¹⁰³ Из закључивања су изузети најмлађи и најстарији предузетници будући да је у овим групама само по један испитаник.

случају предузетница негативна, док је у случају предузетника позитивна, није статистички значајна (у оба случаја $p=0,096$).

Предузетнице које су своје претходно радно искуство стекле делимично у делатности свог садашњег посла остварују најмању стопу опадања запослености, док највећу стопу раста остварују предузетници који су пре отпочињања сопственог посла радили у делатности која није у вези са делатношћу садашњег посла (Табела П-5.7). Као и у претходном случају, уочене разлике нису статистички значајне (предузетнице: $F(2,17)=1,008$, $p=0,386$; предузетници: $H(2)=1,624$, $p=0,444$) – Табела П-5.6. Ни у случају предузетница, ни у случају предузетника регресиони модели у којима су занимања претходног радног искуства независне варијабле немају статистичку значајност у објашњењу варијације зависне променљиве (предузетнице: $F(3,16)=0,888$, $p=0,468$, $R^2=0,143$; предузетници: $F(3,46)=0,934$, $p=0,432$, $R^2=0,057$). Већу вредност овог показатеља раста остварују предузетнице и предузетници са претходним менаџерским искуством, као и предузетници са претходним власничким искуством¹⁰⁴ (Табела П-5.7). Ни у једном од ових случајева разлика није на статистички значајном нивоу (редом: $U=49,00$, $p=0,525$; $U=540,00$, $p=0,107$; $F(1,57)=0,389$, $p=0,535$) – Табела П-5.6.

Модерациони ефекат пола предузетника у случају утицаја дужине текућег власничког искуства није статистички значајан (промена $R^2=0,009$, $p=0,360$). Ипак, посматрано појединачно, израженији негативни утицај дужине власничког искуства на стопу запослености предузетника је статистички значајан ($p=0,0001$). Утицај дужине власничког искуства предузетница на величину стопе раста запослености је, такође, негативан (Табела П-5.8), међутим – није статистички значајан.

Предузетничка самоефикасност

Свака додатна оцена на скали за оцену предузетничке самоефикасности повећава стопу раста запослености у случају предузетница, и смањује је у случају предузетника (Табела П-5.8). Међутим, утврђени смер односа није статистички значајан (предузетнице: $p=0,816$; предузетници: $p=0,413$).

¹⁰⁴ Компарација са аспекта ранијег власничког искуства није извршена у групи предузетница због тога што је само једна предузетница пре отпочињања садашњег пословања имала неки други посао у власништву.

Локус контроле

Повећање нивоа интерног локуса контроле предузетница смањује стопу раста запослености, док је у случају предузетника утицај повећања оцене интерног локуса контроле на кретање стопе раста запослености позитиван (Табела П-5.8). Ипак, ни у једном случају нема статистичке значајности у евидентираном односу (предузетнице: $p=0,580$; предузетници: $p=0,471$).

Социјални капитал

Што се тиче фреквенције контаката у пословно-дискусионим мрежама, статистички значајна разлика у величини стопе раста запослености је забележена једино у групи предузетника и то за учесталост контаката са пријатељима (Табела П-5.6). Наиме, предузетници који са пријатељима ступају у контакт ради саветовања у вези са својим послом више од три пута годишње остварују статистички значајно већу стопу раста запослености у односу на предузетнике код којих је ова фреквенција контаката 1-3 пута годишње и који остварују стопу опадања запослености ($p_{\text{кориговано}}=0,014$) – Табела П-5.7.

Модерациони ефекат пола предузетника по питању утицаја опсега пословно-дискусионих мрежа није статистички значајан (промена $R^2=0,008$, $p=0,408$). Повећање броја чланова пословно-дискусионих мрежа утиче позитивно на стопу раста запослености и у случају предузетница, и у случају предузетника. Позитивни утицај је у случају предузетника израженији и статистички је значајан (Табела П-5.8). Са друге стране, позитиван утицај броја жена у пословно-дискусионим мрежама постоји и у случају предузетника и у случају предузетница (Табела П-5.8), али је он израженији у случају предузетница и на граници је статистичке значајности ($p=0,059$). Модерациони ефекат пола предузетника по овом питању није статистички значајан (промена $R^2=0,033$, $p=0,099$).

Породичне варијабле

Као и у случају величине нето добитка, предузетнице које су удате, као и предузетници који су неожењени остварују боље резултате када је у питању стопа раста запослености (Табела П-5.7). Забележене разлике нису статистички значајне (предузетнице: $F(1,22)=0,215$, $p=0,647$; предузетници: $F(1,57)=2,943$, $p=0,092$) – Табела П-5.6. Статистички значајне нису ни разлике у динамици запослености које су у корист предузетница и предузетника чији су очеви били предузетници (предузетнице:

$H(3)=3,739$, $p=0,291$; предузетници: $F(2,56)=0,018$, $p=0,982$) – Табела П-5.6. По питању утицаја броја деце на стопу раста запослености нема модерационог ефекта пола предузетника (промена $R^2=0,000$, $p=0,965$). У обе посматране групе постоји негативан утицај ове независне променљиве, готово истог интензитета и без статистичког значаја (Табела П-5.8). Предузетнице које имају децу старости до 6 година, као и оне са децом старости 6-25 година остварују већу стопу раста запослености у односу на оне чија су деца старија од 25 година, и ове разлике су статистички значајне (Табела П-5.8). Ипак, на нивоу укупних регресионих модела у којима је старост деце независна променљива нема статистичке значајности у објашњењу варијације стопе раста запослености (предузетнице: $F(2,17)=7,335$, $p=0,005$, $R^2=0,463$; предузетници: $F(2,46)=1,381$, $p=0,261$, $R^2=0,057$).

Што се тиче оцене постојања породица-посао конфликта, ни у групи предузетница, ни у групи предузетника нема статистичког значаја у утицају посматраних аспеката овог феномена на кретање стопе раста запослености (Табела П-5.8), као ни модерационог ефекта пола предузетника у овом домену (проблем у усклађивању пословних и породичних обавеза: промена $R^2=0,024$, $p=0,157$; недовољно времена са породицом: промена $R^2=0,007$, $p=0,435$; извршавање кућних обавеза: промена $R^2=0,023$, $p=0,172$; лично извршавање кућних обавеза: промена $R^2=0,001$, $p=0,742$; изостанак подршке супруга/ге: промена $R^2=0,010$, $p=0,371$).

Однос према ризику

Пол предузетника статистички значајно модерира утицај који одређени ниво аверзије према ризику има на кретање стопе раста запослености (промена $R^2=0,051$, $p=0,040$). За разлику од негативног утицаја аверзије према ризику на стопу раста запослености предузетника, у групи предузетница већа аверзија према ризику позитивно утиче на кретање стопе раста запослености (Табела П-5.8). Ови појединачни ефекти, међутим, нису статистички значајни. Најмању стопу опадања запослености имају она предузећа чије власнице финансијски ризик повезују са неизвесношћу и које за улагање бирају најмање ризичну опцију штедње (Табела П-5.7). Са друге стране, највећу стопу раста запослености бележе она предузећа за чије власнике финансијски ризик представља узбуђење, као и она чији власници бирају средње ризичну опцију улагања. Ове разлике, ипак, нису статистички значајне (редом: $F(3,20)=0,241$, $p=0,867$; $H(2)=2,285$, $p=0,319$; $F(3,55)=2,368$, $p=0,081$; $H(2)=0,359$, $p=0,836$) – Табела П-5.6

Карактеристике предузећа

Негативни ефекат старости предузећа на величину стопе раста запослености је израженији и статистички значајан у групи предузетника (Табела П-5.8). Слично као и у случају величине нето добитка, предузетнице и предузетници који својом понудом задовољавају потребе физичких лица остварују боље резултате и када је у питању стопа раста запослености (Табела П-5.7). Уочена разлика је у групи предузетница статистички значајна ($F(1,22)=5,418$, $p=0,030$), док у групи предузетника није ($U=355,00$, $p=0,358$) – Табела П-5.6. За разлику од односа величине нето добитка, раст (опадање) запослености је израженији (мање изражено) код оних предузетника и предузетница који су у свом пословању доминантно везани за јавни сектор (Табела П-5.7). Ипак, у овим разликама нема статистичке значајности (предузетнице: $F(1,20)=0,029$, $p=0,866$; предузетници: $F(1,56)=0,012$, $p=0,915$) – Табела П-5.6. Ако се изузму делатности у којима послује само по један испитаник/ца, уочава се да предузетнице које послују у сектору *Трговина* остварују најмању стопу опадања запослености, док предузетници који послују у сектору *Информисање и комуникација* остварују највећу стопу раста запослености (Табела П-5.7). Разлике евидентирание са аспекта делатности пословања предузетника/ца нису статистички значајне (предузетнице: $H(6)=9,881$, $p=0,130$; предузетници: $F(11,47)=0,985$, $p=0,473$) – Табела П-5.6. Регресиони модел у коме су сектори пословања предузетница независне променљиве статистички значајно објашњава чак 56,9% варијација у стопи раста запослености ($F(6,17)=3,736$, $p=0,015$, $R^2=0,569$). Посматрано релативно према сектору *Трговина*, предузетнице које послују у секторима *Прерађивачка индустрија* и *Стручне услуге* остварују статистички мању, док оне које послују у сектору *Саобраћај и везе* остварују статистички значајно већу стопу раста запослености (Табела П-5.8). Предузетници из сектора *Информисање и комуникација* остварују статистички значајно већу стопу раста запослености у односу на оне из сектора *Трговина*. Остали регресиони модели који се тичу сектора пословања и географског тржишта немају статистичку значајност у објашњењу варијације стопе раста запослености (сектор – предузетници: $F(11,47)=0,985$, $p=0,473$, $R^2=0,187$; тржиште – предузетнице: $F(3,20)=1,070$, $p=0,384$, $R^2=0,138$; предузетници: $F(3,55)=0,461$, $p=0,711$, $R^2=0,025$).

Менаџмент пракса и стратегија

Већи значај који личним циљевима у пословању придају предузетници статистички значајно позитивно утиче на кретање стопе раста запослености (Табела П-

5.8). По питању свих осталих циљева нема статистичке значајности у идентификованим односима. Такође, ни у једном случају нема статистичког значаја модерационог ефекта пола (релациони циљеви: промена $R^2=0,018$, $p=0,231$; лични циљеви: промена $R^2=0,004$, $p=0,549$; квантитативни циљеви: промена $R^2=0,000$, $p=0,932$). Остали аспекти у вези са растом – перцепција садржаја раста и ефеката раста, као и експлицитно наведени циљеви раста – нису у статистички значајном односу повезаности са стопом раста запослености ни у једној посматраној групи предузетника (Табела П-5.8). Као и у претходном, и у овом случају нема модерационог ефекта пола предузетника (*hard* компонента раста: промена $R^2=0,000$, $p=0,994$; *soft* компонента раста: промена $R^2=0,001$, $p=0,827$; негативни ефекти раста: промена $R^2=0,006$, $p=0,496$; позитивни ефекти раста: промена $R^2=0,004$, $p=0,585$).

Развијеност активности пословног планирања доприноси позитивној динамици стопе раста запослености предузетница, док је у случају предузетника приметан благ негативни ефекат (Табела П-5.8). Ипак, ови односи нису статистички значајни.

Партиципативни стил менаџмента који подразумева делегирање обавеза и одговорности, као и формализацију процеса, у групи предузетница повећава стопу раста запослености, док у случају предузетника утиче на њено смањење (Табела П-5.8). Евидентирани односи, као и модерациони ефекат пола предузетника по овом питању нису статистички значајни (промена $R^2=0,005$, $p=0,536$). Једини позитивни аспект односа између релационе праксе и динамике запослености јесте позитиван утицај који придавање значаја развоју односа у пословном окружењу има на стопу раста запослености предузетника. У свим осталим случајевима однос је негативног карактера (Табела П-5.8). Ипак, ни један од регистрованих односа, као ни модерациони утицај пола нису статистички значајни (пословно окружење: промена $R^2=0,007$, $p=0,448$; приватно окружење: промена $R^2=0,000$, $p=0,891$).

Регресиони модели у којима су примењена пословна стратегија и стратегија иновирања независне варијабле нису статистички значајни у објашњењу варијације динамике запослености (општа пословна стратегија – предузетнице: $F(4,19)=0,199$, $p=0,936$, $R^2=0,040$; предузетници: $F(4,54)=1,91$, $p=0,122$, $R^2=0,124$; стратегија иновирања – предузетнице: $F(4,14)=2,053$, $p=0,142$, $R^2=0,370$; предузетници: $F(4,41)=0,887$, $p=0,480$, $R^2=0,080$). Посматрано појединачно по варијаблама, у групи предузетница оне које имплементирају офанзивну стратегију иновирања на бази куповине лиценце остварују статистички значајно мању стопу раста запослености у

односу на оне којима се офанзивна стратегија базира на сопственом истраживању и развоју (Табела П-5.8).

Предузетници и предузетнице који у својој маркетинг стратегији придају већи значај цени, остварују већу стопу раста запослености (Табела П-5.8). Већу стопу раста запослености остварују и они предузетници који већи значај придају квалитету своје понуде и лојалности потрошача, као и они за које је диференцираност понуде од мањег значаја. У групи предузетница по свим овим аспектима утицај је инверзног карактера. Ни у једном случају није утврђена статистичка значајност односа.

Регресиони модел у коме су коришћени извори финансирања независне варијабле нису статистички значајни у објашњењу варијације стопе раста запослености (предузетнице: $F(4,19)=1,207$, $p=0,341$, $R^2=0,203$; предузетници: $F(4,54)=0,365$, $p=0,832$, $R^2=0,026$). Предузетнице које су аплицирале за кредит и оне које користе алтернативне изворе финансирања, као и предузетници који нису аплицирали за кредит и они који не користе алтернативне изворе финансирања остварују боље резултате по питању динамике запослености (Табела П-5.7). Идентификоване разлике, ипак, нису статистички значајне (редом: $U=65,00$, $p=0,733$; $U=50,50$, $p=0,820$; $U=435,00$, $p=1,00$; $U=332,50$, $p=0,965$) – Табела П-5.6¹⁰⁵. Предузетнице које неповољнијим оцењују услове коришћења средстава из кредита банака (каматна стопа, период отплате, средства обезбеђења) у просеку остварују већу стопу раста запослености, док је у групи предузетника овај однос обрнутог смера (Табела П-5.8). Регистрован смер и интензитет односа није статистички значајан ни у једном случају. Пол предузетника има статистички значајан модерациони ефекат у случају утицаја оцене неповољности периода отплате на кретање стопе раста запослености (промена $R^2=0,055$, $p=0,034$).

Екстерно окружење

Перцепција јачине правно-политичких баријера утиче негативно на динамику стопе запослености и у групи предузетница, и у групи предузетника – у оба случаја без статистичке значајности (Табела П-5.8).

Предузетници и предузетнице на које је окружење у већој мери утицало на избор занимања остварују мању стопу раста запослености (Табела П-5.8). Мању стопу раста запослености остварују и предузетници који оцењују да су у свом пословању

¹⁰⁵ Због неадекватне вредности *Durbin-Watson* показатеља нису приказане карактеристике регресионог модела који укључује разлоге неаплицирања за кредит (у групи предузетница) и коришћене алтернативне изворе финансирања (у групи предузетница и у групи предузетника).

били суочени са проблемима само због свог пола, као и они који у већој мери сматрају да су особине мушкараца адекватније за успех у пословању. По посматраним аспектима утицај на стопу раста запослености је у групи предузетница супротног смера. Евидентирани односи, као и модерациони ефекат пола предузетника ни по једној анализираној компоненти није статистички значајан (избор занимања: промена $R^2=0,000$, $p=0,865$; проблеми због пола: промена $R^2=0,002$, $p=0,691$; особине мушкарца: промена $R^2=0,021$, $p=0,187$; особине жена: промена $R^2=0,003$, $p=0,618$).

2.1.5. Детерминанте родног гена у перформансама и расту предузећа

Између групе предузетница и предузетника постоје разлике у стању и у карактеру утицаја фактора из сваке од четири анализиране групе фактора (Табеле: П – 6.1. до П-6.5). Посматрајући природу утицаја фактора на нивоу укупне популације и стања ових фактора у групи предузетница и у групи предузетника, може се уочити да је у групи предузетница вредност већине фактора који имају позитиван утицај на стање и динамику пословних перформанси мања од вредности ових фактора у групи предузетника (Табела П-6.1). Са друге стране, вредност већине фактора који негативно утичу на нето добитак и на стопу раста запослености је у групи предузетница већа у односу на вредност ових фактора у групи предузетника. Сличан закључак се добија упоредним сагледавањем карактера утицаја фактора који је регистрован на нивоу групе предузетница и групе предузетника и стања ових фактора у посматраним групама, уз анализу само оних фактора код којих нема разлике у смеру утицаја на перформансе и раст предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца (Табела П-6.2). Наиме, вредност 27 од укупно 39 фактора чији је смер утицаја на нето добитак предузетница и предузетника исти је у групи предузетница мања у случају када ови фактори имају позитиван, односно већа када је утицај фактора на нето добитак негативан. Са аспекта утицаја на стопу раста запослености, идентификовано је 30 фактора који у истом смеру утичу на овај показатељ раста у групи предузетница и у групи предузетника. У случају 18 од ових фактора, у групи предузетница постоји неповољан однос између стања и смера утицаја фактора на стопу раста запослености.

Детерминанте родног гена у перформансама и расту се могу додатно анализирати и уколико се издвоје фактори код којих је за групу предузетница идентификован неповољан однос између њиховог стања и односа утицаја и у анализу

уведе и аспект просечног интензитета утицаја¹⁰⁶ (Табела П-6.3). Родни геп у вредности нето добитка је значајним делом одређен чињеницом да је у већини случајева у којима постоји негативан утицај фактора на нето добитак, овај утицај интензивнији у групи предузетница и да превладава у односу на, такође, израженији позитиван утицај друге групе фактора. Наиме, од 13 фактора са негативним утицајем на величину нето добити, у случају 7 фактора је регистрован релативно интензивнији негативни утицај у групи предузетница. Са друге стране, 13 од укупно издвојених 16 фактора са позитивним дејством на величину нето добити релативно јаче доприноси повећању нето добити у групи предузетница. Израженији негативан утицај приметан је код фактора из групе карактеристика предузетника, карактеристика предузећа, менаџмент праксе и стратегије и фактора из екстерног окружења. Што се тиче родног гема у расту предузећа, карактеристике факторске одређености ових разлика указују на то да је интензитет утицаја већине фактора са негативним дејством на стопу раста запослености израженији у случају предузетница, односно мање изражен када су у питању фактори са позитивним дејством. Код 7 од укупно 9 фактора који негативно утичу на стопу раста запослености забележен је релативно израженији негативан утицај у групи предузетница. Слично овоме, чак 5 од 6 фактора код којих је идентификован позитиван утицај на динамику запослености, релативно слабије доприноси повећању запослености у групи предузетница.

2.2. Дискусија резултата истраживања

У циљу провере емпиријске оправданости претпоставки дефинисаних хипотезама, у овом делу рада биће извршено тумачење резултата презентованих у претходној тематској целини. Уз валидацију хипотеза, дискусија резултата ће бити извршена и компаративно према резултатима осталих истраживања спроведених у различитим националним и интернационалним оквирима.

¹⁰⁶ Интензитет утицаја фактора је утврђен на основу вредности регресионих коефицијената у регресионим моделима за групу предузетница и за групу предузетника. Имајући у виду да је вредност ових коефицијената у апсолутном износу у готово свим случајевима мања у групи предузетница, просечан интензитет утицаја је анализиран на основу релативне (у %) вредности коефицијената у односу на вредност константе у одговарајућем моделу.

2.2.1. Емпиријска верификација претпостављеног односа стања и динамике предузетничке активности жена и мушкараца у Републици Србији

На бази презентованих секундарних података о стању и динамици предузетничке активности, може се приметити да је по питању већег броја коришћених мерила предузетничке активности (са изузетком *TEA* показатеља) обим предузетничке активности жена у Републици Србији повећан у последњој, у односу на почетну годину њене евиденције¹⁰⁷. Иако постоје разлике у вредности показатеља у последњој извештајној години (2013), према подацима Светске банке, као и према извештајима националних институција, разлика између релативног учешћа предузећа у којима жене имају власничког удела на крају и на почетку статистички обухваћеног периода износи 15% (World Bank, 2014г; Министарство економије и регионалног развоја, Републички завод за развој & Републичка агенција за развој малих и средњих предузећа и предузетника, 2010; Национална агенција за регионални развој, 2010; 2011; 2012; 2013а). Недостатак овог показатеља је у томе што се њиме мери релативно учешће предузећа са власничким уделом жена и не указује се на то колико је учешће жена са власничким уделом у предузећима што би био адекватнији показатељ заступљености предузетничке активности у одређеној популацији жена. Тако се, на пример, повећање вредности овог показатеља може остварити на бази повећаног броја предузећа у којима један исти број жена има власничког удела. Овако остварено повећање указује на то да је повећан интензитет предузетништва датог, непромењеног броја жена и не говори много о промени обима предузетничке активности у укупној популацији жена. Такође, овај показатељ не представља добар основ за компаративну оцену динамике предузетничке активности жена и мушкараца.

Динамика *TEA* показатеља указује на то да је у периоду 2007-2009. године дошло до смањења обима предузетничке активности и жена и мушкараца у Републици Србији (GEM, 2014). Наиме, у 2009. години је, у односу на 2007. годину релативно учешће жена које имају статус предузетница у настајању и оних које су власнице посла који им доноси приходе дуже од 3, а краће од 42 месеца у популацији жена старости 18-64 године смањено за 2,3%. У истом периоду је релативно учешће мушкараца у статусу предузетника у настајању и власника новонасталих послова у популацији мушкараца старости 18-64 године смањено за 5,1%. Овакво изразитије смањење обима

¹⁰⁷ Треба приметити да постоје разлике у обухвату извештајног периода коришћених извора података.

предузетничке активности мушкараца у Републици Србији је резултирало смањењем ширине родног гена у предузетничкој активности мереној *ТЕА* показатељем. Ипак, ограничени временски опсег праћења овог индикатора у Републици Србији онемогућава доношење адекватних, односно потпуних закључака о родном аспекту динамике предузетничке активности у Републици Србији.

Кључно питање при коришћењу стопе samozапослености као мерила предузетничке активности јесте питање приступа у дефинисању субјекта samozапослености¹⁰⁸. Званични подаци о апсолутном и о релативном броју samozапослених у Републици Србији доступни су у статистици запослености и зарада Републичког завода за статистику, тачније у Анкети о радној снази. Ови подаци су разврстани по полу и дати су и за одређени број других карактеристика samozапослених. У овом систему статистичке евиденције samozапосленим се сматрају *лица која раде самостално у властитом предузећу, установи, приватној радњи или на пољопривредном имању, као и лица која обављају самосталну професионалну делатност или обављају неки други посао за сопствени рачун* (Републички завод за статистику, 2014а, стр. 8). Истиче се да је недостатак овако дефинисаног мерила предузетничке активности и чињеница да се њиме *обухватају и неформално samozапослени, као и лица која обављају слободне професије (уметнике/це, спортисте/киње), на основу овлашћења надлежног удружења или регулаторне институције* (Babović, 2012, стр. 22).

И поред наведених недостатака, стопа samozапослености је прихваћена као информациони основ за емпиријску проверу прве хипотезе. Овај показатељ је прихваћен као најбоље у датом скупу решења имајући у виду да постоји методолошка униформност и временски континуитет у расположивости података о његовом стању и динамици, као и то да се на бази њега може компаративно оцењивати интензитет предузетничке активности жена и мушкараца. Како је и очекивано, стопа samozапослености жена је током укупног посматраног периода мања у односу на стопу samozапослености мушкараца. При томе је, мерено овим показатељем, предузетничка активност жена у Републици Србији статистички значајно мање изражена, релативно према предузетничкој активности мушкараца. Дакле, добијеним резултатима се емпиријски потврђују очекивања дефинисана првим делом прве хипотезе. Постојање

¹⁰⁸ О овом проблему је детаљније било речи у првом поглављу рада (видети наслов: 1.2.2. Самозапошљавање као појавни облик предузетничке активности).

родног гена у предузетничкој активности у Републици Србији у корист мушкараца је очекивано и потврђено стање, и у складу је са доминантним родним аспектом стања предузетничке активности на глобалном нивоу (Amorós & Bosma, 2014; Eurostat 2014; Kelley et al., 2013; OECD, 2012; 2013).

У односу на почетну годину периода, стопа samozапослености и жена и мушкараца је на крају посматраног периода била већа 1,6 процентних поена. Анализом података о релативној годишњој промени стопе samozапослености (Табела 4.5) долази се до закључка да у посматраном периоду није било уједначеног, односно истосмерног кретања овог показатеља – ни у случају жена, ни у случају мушкараца. Са изузетком 2006. и 2007. године, стопе samozапослености жена и мушкараца се компаративно посматрано крећу у истом смеру – обе стопе опадају у 2005, 2009. и 2011. години, односно расту у 2008, 2010, 2012. и у 2013. години. У већем броју ових година (изузев у 2005. и у 2012. години) динамика стопе samozапослености жена је израженија. Наиме, предузетничка активност жена мерена стопом њихове samozапослености се значајније смањује у 2009. и у 2011. години и у већој мери повећава у 2008, 2010. и у 2013. години у односу на предузетничку активност мушкараца. Посматрано на нивоу укупног периода, просечна стопа раста стопе samozапослености жена износи 2,5%, док је просечно повећање стопе samozапослености мушкараца 0,9%. Међутим, разлика у овим просечним стопама раста не показује статистичку значајност. Према томе, у складу са резултатима истраживања презентованих у радовима аутора *Bowen-a* и *Hisrich-a* (1986), *Brush* (1992), *Carter-a* и *Benett-a* (2006), *Coleman* и *Robb* (2009), *Devine-a* (1994), резултати добијени анализом динамике стопе samozапослености у Републици Србији указују на то да је раст предузетничке активности жена у Републици Србији евидентан и већи у односу на раст предузетничке активности мушкараца. Међутим, овај раст није статистички значајно израженији у односу на раст предузетничке активности мушкараца. Слично овим резултатима, подаци о просечној годишњој промени релативног учешћа samozапослених жена и мушкараца у контингенту запослених жена, односно мушкараца указују на то да нема родног гена у динамици посматраних показатеља (Табела 4.6). Оваквим резултатима се не потврђује претпоставка о односу динамике предузетничке активности жена и мушкараца која је дефинисана другим делом прве хипотезе.

2.2.2. Емпиријска верификација родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији

Подаци о величини показатеља перформанси и раста предузећа у власништву жена и власништву мушкараца су у већини случајева складу са претпостављеним смером односа између анализираних величина. Наиме, предузећа у власништву жена остварују нижи ниво перформанси праћених на бази вредности оствареног пословног прихода, нето добитка и броја запослених (Табела 4.7). Такође, ова предузећа у просеку остварују мању стопу раста запослености и пословних прихода у односу на предузећа у власништву мушкараца. На нивоу статистичке значајности јесу резултати који указују на то да предузећа власништву жена остварују мању вредност нето добитка и стопе раста запослености у односу на предузећа у власништву мушкараца. Према томе, у складу са резултатима већине студија родног гена у перформансама и расту малих и средњих предузећа (Anna et al., 2000; Bardasi et al., 2011; Burke et al., 2002; Fairlie & Robb, 2009; Klapper & Parker, 2010; Watson, 2002), потврђена је претпоставка о постојању овог гена и у пословној пракси предузетница и предузетника у Републици Србији.

Анализа субјективних оцена динамике перформанси предузетница и предузетника у Републици Србији указује на то да су предузетнице нешто песимистичније у перцепцији раста својих пословних подухвата (Табела 4.8). Ипак, на основу резултата се не може закључити да између субјективно оцењеног раста и пола предузетника постоји повезаност. Посматрано на нивоу целине, већина предузетника/ца оцењује да је дошло до смањења пословног прихода, што је у складу са реалним кретањем ове величине на нивоу укупног узорка. Са друге стране, то се не може рећи за субјективно сагледавање динамике запослености. Наиме, већина предузетника/ца сматра да није дошло до промене овог показатеља раста, док емпиријски подаци указују на то да је и по питању ове величине остварено опадање на нивоу укупног узорка.

2.2.3. Емпиријска верификација очекиване факторске условљености перформанси и раста предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији

Како је и очекивано, посматрано са аспекта анализираних фактора, између предузетника/ца који припадају различитим групама постоје разлике у величини нето добитка и стопе раста запослености. Интензитет и смер утицаја фактора на изабране

показатеље перформанси и раста је различит, али је на нивоу узорка показан утицај фактора из група карактеристика предузетника, карактеристика предузећа, менаџмент праксе и стратегије и из групе фактора лоцираних у екстерном окружењу. На овај начин је емпиријским подацима потврђена адекватност хипотезе ХЗ на нивоу узорка. Ипак, како би се сагледала валидност хипотезе на нивоу популације, и како би одређени општи закључци могли да буду дефинисани, у наставку ће бити дискутовани само они резултати који указују на статистичку значајност утицаја фактора на перформансе и раст предузећа (Табела П-4.7).

Карактеристике предузетника

Старост, образовање, искуство и предузетничка самоефикасност предузетника јесу компоненте хуманог капитала које утичу на перформансе и раст малих и средњих предузећа у Републици Србији. Наиме, предузетници/це старости 26-45 година остварују већи раст запослености у односу на оне старости 46-65 година. Овакви резултати се могу сагледати у контексту аргумената да у случају одређивања смера односа између старости предузетника и раста њихових предузећа превладава позитиван утицај који већи ниво ентузијазма и енергије млађих предузетника има на раст њихових предузећа, те да очекивања у вези са растом опадају са повећањем броја година предузетника (Storey, 2010). Већи раст запослености остварују предузетници/це образовани у пољу општих програма у односу на оне који су своје образовање стекли у пољу природних наука. Чини се да је за потенцијал за раст запослености од већег значаја ширина стеченог формалног образовања, у односу на специфично знање из области природних наука. Посматрајући само издвојена поља образовања, резултати су у складу са ставом да је за ширина хуманог капитала предузетника битна детерминанта раста њихових пословних подухвата (Lazear, 2002; Lechmann & Schnabel, 2012).

Претходно радно искуство предузетника/ца утиче на величину нето добитка двојачко – преко компоненте занимања претходног радног искуства, и преко компоненте претходног менаџмент искуства. Наиме, највећу вредност нето добитка остварују предузетници/це који су своје претходно радно искуство стекли у занимању руководиоца. Надовезујући се на резултате у вези са занимањем претходног радног искуства, на вредност нето добитка, али и на стопу раста запослености позитивно утиче и постојање претходног менаџмент искуства у смислу да предузетници/це који су пре отпочињања сопственог посла обављали одређене менаџмент активности у просеку остварују већи нето добитак и већу стопу раста запослености у односу на

предузетнике/це без претходног менаџмент искуства. При томе је у односу на менаџмент искуство стечено у области маркетинга, што је најчешћа пословна функција стеченог менаџмент искуства, за остваривање већег раста запослености од већег значаја менаџмент искуство стечено у области истраживања и развоја. Добијени резултати се могу интерпретирати и као потврда става да су менаџмент знања и вештине предузетника битна детерминанта пословног успеха, али и да, због већих опортунитетних трошкова samozапослености (пропуштена зарада у сектору плаћене запослености), предузетници са претходним менаџмент искуством стеченим у сектору плаћене запослености имају виши праг циљних перформанси и раста (Lerner & Almor, 2002; Storey, 2010).

Компонента искуства која негативно утиче на стопу раста запослености јесте дужина садашњег власничког искуства. У вези са овим резултатом, постоји могућност да дужина власничког искуства посредно, преко година старости предузетника, утиче негативно на стопу раста запослености.

На величину нето добитка и стопе раста запослености утичу и одређени аспекти предузетничке самоефикасности. Свако повећање интензитета перцепције сопствених знања и вештина у области истраживања и развоја позитивно доприноси вредности нето добитка, док је у случају предузетничке самоефикасности у области управљања људским ресурсима овај утицај обрнутог смера. Негативан смер односа постоји и по питању предузетничке самоефикасности у области финансија и стопе раста запослености – јачи интензитет предузетничке самоефикасности у домену финансија утиче на смањење стопе раста запослености. Идентификовани карактер односа између предузетничке самоефикасности у области финансија и стопе раста запослености представља потврду резултата истраживања према којима предузетници са вишим нивоом вештина (искуства) у области финансија имају конзервативан однос према расту (Storey, 2010). У сличном оквиру се могу сагледати и резултати о другом регистрованом негативном односу. Наиме, *Lerner* и *Almor* (2002) истичу да нису све вештине и знања од истог значаја за остваривање бољих пословних резултата, односно да постоји могућност да се неки аспекти менаџмента (у овом случају управљање људским ресурсима, прим. аут.) наглашавају или практикују у мери изнад потребне за остваривање оптималних резултата.

У складу са резултатима истраживања значаја друштвених мрежа за пословање предузетника у системима са недовољно развијеном пословном инфраструктуром – какви су привредни системи земаља у транзицији (Manolova et al., 2007), јесте и један

део резултата добијених на узорку предузетника/ца у Републици Србији. Наиме, повећање броја адвоката у пословно-дискусионим мрежама предузетника/ца, као и учесталије саветовање са њима утиче на повећање величине нето добитка. Такође, на повећање нето добитка позитивно утиче и чешће саветовање у вези са пословањем са колегама. Шире пословно-дискусионе мреже предузетника/ца, мреже са већим бројем адвоката и жена клијената утичу на повећање стопе раста запослености. На интензитет динамике запослености позитивно утиче и чешће саветовање са пријатељима. Према томе, професионална правна подршка адвоката као и стручни савети колега и пријатеља помажу у пословању предузетника у привредном амбијенту Републике Србије. Што се тиче значајног позитивног доприноса који већи број жена клијената у пословно-дискусионим мрежама има за раст – постоји могућност да се због веће експресивности жена у изражавању ставова и емоција (Gupta et al., 2009), од њих добија више информационих инпута за доношење пословних одлука.

Из домена породичних варијабли на нето добитак и стопу раста запослености утичу варијабле које су у вези са децом предузетника/ца. Наиме, повећање броја деце утиче на смањење нето добитка и раста запослености, док предузетници/це чија су деца старости до 6 година остварују већи раст запослености у односу на оне који имају децу старију од 25 година. Овим резултатима се потврђује становиште да већи број деце подразумева више породичних и кућних обавеза због чега се мање времена може посветити послу. Што се тиче старости деце, брига о млађој деци захтева више времена, те би у том смислу било логично очекивати да предузетници/це који имају млађу децу остварују мање стопе раста предузећа. Са друге стране, могуће је да се добијени резултати тумаче као ефекат вероватноће да млађи родитељи, односно да млађи предузетници имају млађу децу, те да у овом случају превладава позитиван утицај (мање) старости предузетника на раст. Такође, потенцијално негативан ефекат постојања млађе деце у породици предузетника/ца на раст њихових пословних подухвата може бити ублажен постојањем развијеног система подршке родитељима – оног дела који се односи на организацију чувања деце у предшколским установама.

Карактеристике предузећа

Сектор пословања предузетника/це објашњава 29% варијације нето добитка који они остварују¹⁰⁹. У односу на сектор *Трговина* у коме послује највећи број

¹⁰⁹ Сектор *Трговина* је означен референтним сектором пословања.

предузетника/ца, већи нето добитак остварују предузетници/це који послују у сектору *Грађевинарство и Информисање и комуникација*. Реализација понуде на иностраном тржишту није увек у вези са остваривањем већег нето добитка на шта указују резултати да предузетници/це који послују на регионалном тржишту остварују већи износ нето добитка у односу на оне који су извозно оријентисани. Чини се да већи ризик пословања на иностраном тржишту у случају малих и средњих предузећа није нужно компензован и већим приносом. Из домена ове групе фактора на динамику запослености утиче само старост предузећа и то тако да старија предузећа остварују мању стопу раста запослености. Резултати у вези са утицајем сектора пословања и година старости на перформансе и раст предузећа су у складу са резултатима компаративне анализе већег броја студија коју је спровео *Storey* (2010). Наиме, ова анализа указује на то да постоји готово униформно слагање у томе да се разлике у перформансама и расту малих и средњих предузећа могу објаснити пословањем у одређеном сектору, као и у томе да постоји негативан однос између старости и раста предузећа. Уколико се прихвати претпоставка да су млађа предузећа генерално мања, онда се резултати о негативном односу између старости предузећа и његовог раста могу тумачити и као подршка резултатима студија које оспоравају валидност познатог *Gibret*-овог закона о односу величине и раста предузећа (више у: *Predić, Stefanović, & Stošić, 2010*).

Менаџмент пракса и стратегија

Предузетници/це који раст пословања сагледавају у контексту његових позитивних ефеката остварују већу вредност нето добитка. Према томе, треба очекивати да ће предузетници за које у перцепцији ефеката раста доминирају позитивни аспекти тежити и, у коначном, остварити већу вредност нето добитка, што је резултат који се може сместити у оквир *Теорије планираног понашања*¹¹⁰ (*Manolova et al., 2007; Orser & Hogarth-Scott, 2002*). Предузетници којима су у домену раста значајнији лични циљеви као што су лично остварење и лични развој, остварење личног богаћења, као и циљ који се односи на сатисфакцију и лојалност купаца остварују већу вредност стопе раста запослености. Са друге стране, предузетници који у спектру циљева раста придају већи значај квантитативним циљевима у пракси остварују мању стопу раста запослености. Постоји могућност да су предузетници

¹¹⁰ Основне поруке ове теорије презентоване су у трећој глави рада.

посвећенији, односно да се више ангажују у остваривању личних циљева и да то води већем расту који њихова предузећа остварују. Са друге стране, повећање прихода и профита као један од анализираних квантитативних циљева не мора бити позитивно корелисан са повећањем броја запослених.

Развијеност активности пословног планирања даје позитиван допринос вредности нето добитка. Наиме, стратегијска и тактичка активност пословног планирања која подразумева дефинисање јасних мерљивих циљева на бази прикупљених података и спроведених анализа, активност која за резултат има писане планове чији су предмет перформансе у ширем спектру пословних функција позитивно утиче на величину нето добитка. Ови резултати су у правцу потврде става да развијена активност пословног планирања доприноси успеху малих и средњих предузећа (Bracker et al., 1988; Fossen et al., 2006; Lerner & Almor, 2002; Rue & Ibrahim, 1998). У односу на офанзивну стратегију иновирања која се имплементира на бази спровођења истраживања и развоја у сопственој режији, увођење нових производа и услуга које је резултат куповине лиценце у већој мери доприноси остваривању веће вредности нето добитка. На основу ових резултата се може закључити да стратегије иновирања које подразумевају нижи ниво ризика често представљају адекватно решење за мала и средња предузећа. Ограничена ресурсна база ових предузећа често није довољна за потребе успешне имплементације офанзивних стратегија иновирања, и, у првом реду, оних које подразумевају реализацију сопствене истраживачке активности. Са друге стране, резултати указују на то да офанзивна стратегија иновирања базирана на сопственом истраживању и развоју може бити прави избор предузетника/ца, посматрано са аспекта остваривања већег раста запослености. Наиме, у односу на овај стратегијски избор, модификација постојећих производа и услуга као стратегијски приступ иновирању негативно доприноси расту запослености.

Коришћење различитих видова алтернативних извора финансирања има различите импликације на величину стопе раста запослености. Тако у групи предузетника/ца који своје пословање финансирају средствима из алтернативних извора, већу стопу раста запослености остварују они који користе финансијски лизинг, у односу на оне који користе факторинг. Такође, предузетници/це који користе средства фондова ризичног капитала остварују већу стопу раста запослености у односу на оне који користе финансијски лизинг као извор финансирања пословања.

Екстерно окружење

На раст запослености екстерно окружење утиче преко фактора из домена социо-културолошког амбијента. Наиме, предузетници/це на чији су избор занимања у већој мери утицала очекивања које је од њих на основу њиховог пола имало окружење остварују, у просеку, мању стопу раста запослености.

2.2.4. Емпиријска верификација претпостављених разлика у карактеру стања и дејства фактора на перформансе предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији

У складу са претпоставкама дефинисаних хипотезом H_4 , резултати спроведеног истраживања указују на то да постоје разлике у стању највећег броја анализираних фактора, као и у карактеру њиховог утицаја на перформансе и раст предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца. Иако су ове разлике на нивоу узорка евидентирание по питању већег броја фактора, у наставку ће бити анализирание само оне које имају ниво статистичке значајности (Табела П-5.9, Табела П-5.10).

2.2.4.1. Емпиријска верификација претпостављених разлика у стању фактора између популације предузетница и популације предузетника

Карактеристике предузетника

Како је и очекивано, између предузетница и предузетника постоје значајне разлике у пољу образовања. Наиме, *Друштвене науке, пословање и право* је доминантно поље образовања највећег броја предузетница, док је највећи број предузетника своје образовање стекао у пољу *Техника, грађевинарство и производња*. Ови резултати доприносе корпусу резултата на глобалном нивоу који указују на то да између предузетница и предузетника не постоје значајне разлике у нивоу, али да разлике постоје у пољу образовања (Huang et al., 2012; Lee & Marvel, 2013). У складу са резултатима студија спроведених у светским оквирима (Rietz & Henrekson, 2000; Klapper & Parker, 2010, Thébaud, 2010; Walker & Webster, 2006), и у Републици Србији значајно већи број предузетника је пре отпочињања сопственог посла стекао одређено менаџмент искуство, и већи број њих је пре тренутног имало неки други посао у власништву.

Слично резултатима аутора *Hisrich* и *Brush* (1984) и *Lerner* и *Almor* (2002), предузетници у Републици Србији су уверенији у своје знање и вештине у области општег менаџмента и маркетинга, на шта указује већа просечна оцена на скали за

оцену предузетничке самоефикасности у овим областима. Лошије оцењена предузетничка самоефикасност предузетница, нарочито у области општег менаџмента, може се довести у везу са чињеницом да предузетнице у Републици Србији углавном немају менаџмент искуство стечено пре отпочињања предузетничке активности. Такође, резултати на нивоу узорка указују на то да у групи оних предузетница које су сопствени посао започеле са одређеним менаџмент искуством, маркетинг није пословна функција у којој је то искуство стечено.

У својим пословно-дискусионим мрежама предузетници имају већи број чланова. На линији резултата који указују на то да су друштвене мреже жена уже и да у њима има више жена (Brush, 1992; Thébaud, 2010; Verheul & Thurik, 2001; Watson, 2003; Xavier et al., 2012), јесу и резултати према којима у Републици Србији у пословно-дискусионим мрежама предузетница има више пријатељица, као и колегиница и адвокатица – релативно према укупном броју чланова из ових категорија. У односу на укупан број чланова породице са којима се саветују у вези са пословањем, предузетници се у просеку саветују са већим бројем жена. Већи индекс родне хомофилије у категорији чланова породице у популацији предузетника, у смислу већег релативног броја жена, може се разумети у контексту чињенице да се предузетници од чланова своје породице најчешће саветују са својим супругама.

У породицама предузетница је већи број деце старијих од 25 година, док је број деце из најмлађе и из средње старосне групе (6-25 година) већи у породицама предузетника. Уколико се пође од претпоставке да брига о деци предшколског узраста захтева највише времена за обављање породичних обавеза, може се истаћи да са аспекта овог критеријума није подржана хипотеза о флексибилности радног времена као детерминанте избора предузетничке активности у популацији жена. Степен слагања са тврдњом о самосталном извршавању највећег дела кућних обавеза је очекивано већи у популацији предузетница, чиме се још једном потврђује став да су жене у већој мери оптерећене кућним и породичним обавезама (Buttner & Moore, 1997; Müller & Arum, 2004).

Резултати највећег броја студија у међународном контексту упућују на закључак да жене генерално, па и предузетнице имају већу аверзију према ризичном понашању (Bardasi et al., 2011; Byrnes et al., 1999; Sena et al., 2012; Verheul & Thurik, 2001; Watson, 2010). Аверзија према ризику у испољеном пословном понашању је у већој мери карактеристика и предузетница у Републици Србији. Иако нема ниво статистичке значајности, претпостављени карактер односа предузетница према ризику

је на нивоу узорка потврђен и по питању доминантне асоцијације на финансијски ризик, односно по питању избора опције за улагање у хипотетичким ситуацијама различитог нивоа ризика¹¹¹.

Карактеристике предузећа

Разлике између предузетница и предузетника по питању ове групе фактора се односе на чињеницу да предузетнице чешће послују на локалном тржишту, док је шире географско тржиште пре простор за пласман понуде предузетника. Предузетнице и предузетници се разликују и по питању типа купаца са којима послују. Наиме, предузетнице су у већем броју оријентисане на тржиште финалних потрошача, док су правна лица чешће купци предузетника.

Менаџмент пракса и стратегија

Предузетнице имају конзервативнији приступ општој пословној стратегији на шта указује податак да релативно већи број њих имплементира стратегију стабилизације, док је реализација неке од стратегија раста пре карактеристика пословања предузетника. Ови резултати, узети у целини са резултатима у вези са односом према ризику, типом тржишта и купаца, потврђују став да предузетнице имају опрезан приступ у свом наступу на тржишту који се манифестује у избору локалних тржишта и тржишта финалних потрошача, те да им је због неадекватне структуре социјалног капитала тржиште купаца из јавног сектора у мањој мери доступно (Bardasi et al., 2011; Lituchy & Reavley, 2004; Menezis et al., 2006; OECD, 2012; Rietz & Henrekson, 2000). У складу са резултатима студија који указују на то да између предузетница и предузетника постоје разлике у појединим аспектима маркетинг стратегије (Chaganti & Parasuraman, 1996; Morris et al., 2006; Tan, 2008), јесу резултати према којима је у односу на предузетнике, по сопственој оцени, диференцијација понуде у односу на понуду конкуренције битнији аспект тржишног наступа за предузетнице у Републици Србији. Предузетнице и предузетници у Републици Србији се разликују и по питању видова алтернативних извора финансирања које најчешће користе. Финансирање путем факторинга и средствима пословних анђела је чешће карактеристика праксе предузетница, док су средства ризичног капитала и финансијски лизинг чешће избор предузетника.

¹¹¹ Посматрано у групи предузетница, већи број њих финансијски ризик асоцира на опасност и неизвесност, док мањи број њих бира најризичнију опцију улагања (видети Табеле: 4.28. и 4.29).

Екстерно окружење

Иако у Републици Србији нема родно заснованих разлика у регулаторном третману предузетница и предузетника, факторе из правно-политичког окружења предузетнице у већој мери перципирају као баријеру за своје пословање. Теже превазилажење негативног утицаја административних препрека у случају предузетница може бити резултат њиховог краћег укупног радног, али и власничког искуства, затим – недостатка менаџмент искуства, лошије оцењених знања и вештина у већем броју области од значаја за пословање, као и неадекватних карактеристика друштвених мрежа предузетница. Једина разлика по питању фактора из домена социо-културолошког окружења јесте израженије суочавање предузетница са родно заснованим проблемима у пословању, што је у складу резултатима других студија спроведених у светским, али и у националним размерама (Babović, 2012; Tan, 2008).

2.2.4.2. Емпијска верификација претпостављених разлика у карактеру дејства фактора на перформансе и раст предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца

У највећем броју случајева између предузетница и предузетника постоје разлике у смеру утицаја посматраних фактора на величину нето добитка и на стопу раста запослености (Табеле: П-6.4. и П-6.5), што је у складу са садржајем другог дела хипотезе *H4*. У наставку ће бити анализирани само оне разлике које се могу интерпретирати на нивоу укупне популације предузетница и предузетника (Табела П-5.10).

Карактеристике предузетника

Предузетнице старости 26-45 година остварују већу стопу раста запослености, док старост предузетника није од значаја за раст њихових предузећа. Поље образовања утиче на перформансе и раст предузећа у власништву жена, док у групи предузетника нема регистрованог утицаја овог фактора. Предузетнице које су своје формално образовање стекле у пољу *Здравство и социјална заштита* остварују највећи износ нето добитка, док оне са образовањем у пољу *Општи програми* бележе највећи раст запослености. Предузетнице чија је област образовања *Друштвене науке, пословање и право* остварују најмању вредност нето добитка, као и најмању вредност раста запослености.

Анализирани аспекти радног искуства немају утицаја на перформансе и раст предузећа у власништву жена, док дужина текућег власничког искуства утиче негативно на стопу раста запослености у популацији предузетника. На перформансе предузећа у власништву мушкараца утиче и занимање у ком су власници стекли своје претходно радно искуство. Тако предузетници који су пре отпочињања сопственог посла били ангажовани као стручњаци или радници остварују мањи нето добитак у односу на оне који су били руководиоци.

Опсег пословно-дискусионих мрежа, као и фреквентније саветовање са колегама, адвокатима и пријатељима доприноси перформансама и расту предузећа у власништву мушкараца. Са друге стране, позитиван утицај на раст предузећа у власништву жена има већи број жена у њиховим пословно-дискусионим мрежама¹¹². Што се тиче екстерних професионалних саветодаваца, слично резултатима истраживања Националне агенције за регионални развој (2013а), и у пословним мрежама предузетника/ца из узорка има највише рачуновођа. Такође, највећи број предузетника/ца се најчешће саветује са овом групом чланова пословно-дискусионих мрежа. Ипак, за разлику од резултата истраживања које је спровео *Watson* (2010), резултати студије спроведене у Републици Србији указују на то да односи са рачуновођама статистички значајно не доприносе перформансама и расту малих и средњих предузећа.

Број деце у породици је у негативном односу са нето добитком који остварују предузетници, док је старост деце детерминанта стопе раста запослености предузетница. Наиме, предузетнице чија су деца старости до 25 година остварују већу стопу раста запослености у односу на оне са старијом децом. Предузетници који се у већем степену слажу са ставом да већи део кућних обавеза обављају самостално остварују већу вредност нето добитка. Аргументација за овај резултат би могла бити могућност да су предузетници који већину кућних обавеза обављају самостално и остварују већи нето добитак – неочењени. Ово би било у складу са резултатима према којима у групи предузетника већу вредност нето добитка остварују управо они који су неочењени. Такође, значајно већа оцена којом су предузетнице оцениле степен слагања са тврдњом о личном извршавању кућних и породичних послова указује на то да када у породици има жена оне обављају већи део ових послова. Што се тиче резултата према којима предузетнице са млађом децом остварују већи раст својих

¹¹² Овај резултат је на граници статистичке значајности ($p=0,059$).

пословних подухвата, овај феномен може бити резултат комбинације ефекта година старости предузетница и примењене стратегије за решавање породица-посао конфликта. Наиме, под претпоставком да млађу децу имају млађе предузетнице, ови резултати се могу интерпретирати у вези са оним према којима предузетнице старости 26-45 година остварују већу стопу раста у односу на старије предузетнице. Такође, једна од често коришћених стратегија жена којом оне решавају свој породица-посао конфликт јесте *бити супер жена која одговара свим својим обавезама* (Vossenber, 2013, стр. 7). У том смислу је могуће очекивати да у намери да остваре успех у обе своје улоге, предузетнице улажу више напора у вођење свог посла што резултира већом стопом раста запослености. Добијени резултати су у складу са оним према којима млађе жене имају већа очекивања раста својих предузећа који повезују са додатним приносом и добробити за породицу (Manolova et al., 2007).

Поред описаних разлика, резултати модерационе анализе указују на то да пол предузетника значајно модерира утицај који дужина претходног радног искуства и однос према ризику имају на раст предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца.

Карактеристике предузећа

Регресиони модел у коме су сектори пословања независне променљиве, са сектором *Трговина* као референтним нивоом, објашњава преко половине варијације стопе раста запослености у популацији предузетница. Предузетнице које послују у сектору *Саобраћај и складиштење* у просеку остварују већи раст запослености у односу на оне које послују у сектору *Трговина*. У односу на предузетнице које послују у референтном сектору, предузетнице из сектора *Прерађивачка индустрија* и *Стручне услуге* остварују мањи раст запослености. Што се тиче популације предузетника, сектор пословања утиче и на величину нето добитка и на стопу раста запослености и то у смеру да предузетници који послују у сектору *Грађевинарство* у просеку остварују већи нето добитак, док они из сектора *Информисање и комуникација* остварују већи нето добитак, али и стопу раста запослености у односу на оне у сектору *Трговина*.

Као и у случају укупне популације, у популацији предузетника подаци указују на то да извозна оријентација није увек опција која у највећој мери доприноси профитабилности. Наиме, предузетници остварују већи нето добитак послујући на регионалном, па, чак, и на локалном тржишту – у односу на оне који су извозно оријентисани. Тип купаца не утиче на перформансе и раст предузећа у власништву

мушкараца, док у популацији предузетница доминантна оријентација на тржиште финалних потрошача доприноси позитивној динамици нето добитка и запослености. Старија предузећа у власништву мушкараца остварују мању стопу раста запослености.

Менаџмент пракса и стратегија

Предузетници који у већој мери раст перципирају као феномен са позитивним, односно пожељним исходом, као и они чија менаџмент пракса подразумева развијенију активност пословног планирања – остварују већу вредност нето добитка. Предузетници који у структури циљева раста већи значај придају групи личних циљева остварују већу стопу раста запослености. Посматрани аспекти су без утицаја у популацији предузетница. Предузетнице које имплементирају имитативну стратегију иновирања остварују већи нето добитак у односу на оне чија стратегија иновирања има карактеристике офанзивне стратегије на бази сопственог истраживања и развоја. Са друге стране, са аспекта стопе раста запослености већи допринос расту предузећа пружа офанзивна стратегија на бази сопствене истраживачко-развојне активности, у односу на опцију куповине лиценце.

Предузећа чије се пословање финансира из извора интерне акумулације остварују већи износ нето добитка у односу на предузећа која се финансирају личним средствима предузетника. Са друге стране, аплицирање за кредит је фактор који детерминише пословни добитак који остварују предузетнице. Наиме, предузетнице које су аплицирале за кредит банака остварују већи износ нето добитка у односу на оне које нису. Ови резултати указују на то да средства из кредита банака предузетнице користе као подршку унапређењу перформанси својих предузећа¹¹³. Пол предузетника представља значајан модерациони фактор који утиче на природу односа између оцене неповољности услова кредитирања и стопе раста запослености.

Екстерно окружење

За разлику од резултата за ниво укупне популације, посматрано појединачно у популацији предузетница, и у популацији предузетника није идентификован

¹¹³ У популацији предузетника стање је другачије. Наиме, предузетници који су аплицирали за кредит банака остварују мању вредност нето добитка у односу на оне који нису аплицирали. Имајући ово у виду, може се претпоставити да предузетници у већој мери користе средства из кредита банака за решавање проблема у пословању. Ови резултати, ипак, нису статистички значајни.

статистички значајан утицај фактора из домена екстерног окружења на перформансе и раст малих и средњих предузећа.

2.2.5. Емпиријска верификација претпостављене детерминисаности родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца у Републици Србији

У складу са очекивањима дефинисаних хипотезом H_5 , евидентиране разлике у перформансама и расту предузећа у власништву жена и предузећа у власништву мушкараца могу се сагледати у контексту постојања разлика између предузетница и предузетника у стању и карактеру утицаја анализираних фактора перформанси и раста њихових пословних подухвата. Наиме, родни ген у перформансама и расту у корист предузећа у власништву мушкараца резултат је чињенице да је вредност већине фактора који на перформансе и раст утичу негативно већа у групи предузетница, односно мања у случајевима када ови фактори дају позитиван допринос перформансама и расту (Табела П-6.1).

Анализа разлога родног гена се може извршити и тако што се из укупног сета анализираних фактора издвоје фактори који имају исти смер утицаја и у групи предузетница, и у групи предузетника и који, при томе, имају неповољну вредност у групи предузетница¹¹⁴ – а затим се у анализу укључи и просечан интензитет утицаја издвојених фактора (Табела П-6.3). Описаним сужавањем фокуса анализе добијају се резултати који упућују на закључак да је у већини случајева негативни утицај фактора на перформансе и раст предузећа израженији у групи предузетница, док је вредност самих фактора већа у истој групи. У домену фактора са позитивним дејством у већој мери постоји избалансиран однос између групе предузетница и групе предузетника. Према томе, евидентирани родни ген у перформансама и расту је, пре свега, узрокован јачим неповољним утицајем који фактори из групе карактеристика предузетника, карактеристика предузећа, менаџмент праксе и стратегије и фактора из екстерног окружења имају у популацији предузетница.

Чињеница да су предузетнице пре отпочињања предузетничке активности ређе имале занимање руководиоца негативно утиче на перформансе и раст њихових пословних подухвата, и делимично условљава разлику у праћеним показатељима у корист предузетника. Обављање менаџерских активности у сектору плаћене

¹¹⁴ Мисли се на факторе који позитивно утичу на перформансе и раст и имају мању вредност, односно факторе који имају негативан утицај и имају већу вредност у групи предузетница.

запослености за будуће предузетнике подразумева стицање одређених апликативних менаџмент знања и вештина које доприносе пословном успеху сопствених предузећа. Маргинализован положај жена са аспекта њиховог учешћа у менаџмент структури се на овај начин преноси у домен вођења сопственог посла као фактор који негативно утиче на перформансе и раст предузећа у власништву жена. Уз стицање одређених менаџмент знања и вештина, руководеће позиције у сектору плаћене запослености за будуће предузетнике могу бити добра основа за изградњу друштвених мрежа од значаја за пословање сопственог предузећа (Birley, 1989). У складу са овим јесу и резултати спроведеног истраживања који указују на то да су пословно-дискусионе мреже предузетница уже, те да је њихов позитиван утицај на раст њихових предузећа слабије изражен. Дакле, поред тога што друштвене мреже жена које оне користе у функцији унапређења пословања својих предузећа имају мањи број чланова, ове мреже су и у мањој мери адекватна подршка пословању. Према *Vossenberg*-у (2013) објашњење за јачи позитиван допринос друштвених мрежа предузетничкој активности мушкараца треба тражити у структури њихових мрежа, односно у чињеници да у њиховим мрежама има више појединаца који су на позицијама од значаја за успех њихових предузећа.

Из групе породичних варијабли, као нарочито битне за однос између показатеља раста предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца издвојиле су се број и старост деце у породици предузетника/ца. Негативан утицај броја деце на раст предузећа може бити аргументован чињеницом да већи број деце изискује више пажње и времена предузетника/ца за бригу о њима, што води ка алокацији већег дела времена ка извршавању породичних обавеза, чиме се смањује време и посвећеност потребни за остваривање пословног раста. Предузетнице у просеку имају већи број деце, а при томе је и негативан утицај овог фактора на раст њихових предузећа израженији. Идентификовани однос између интензитета негативног утицаја броја деце на раст предузећа у корист предузетница имплицира закључак да највећи део обавеза у вези са бригом о деци извршавају жене. Са друге стране, предузетници/це који имају децу старости до 6 година, остварују већу стопу раста запослености у односу на оне чија су деца старија од 25 година. Међутим, имајући у виду да брига о деци предшколског узраста захтева највише пажње и времена, овај позитиван ефекат се, ипак, пре може довести у везу са старошћу самих предузетника/ца (млађи предузетници/це имају млађу децу), и негативним утицајем година старости предузетника/ца на раст њихових пословних подухвата. Сам

позитиван ефекат постојања деце из најмлађе старосне групе на раст предузећа је мање изражен у случају предузетница – што се као и у претходном случају може објаснити тиме да је брига о малој деци првенствено обавеза мајки, тј. предузетница.

Предузетнице остварују мању вредност нето добитка делом и због тога што су оне заступљеније у сектору стручних и финансијских услуга у којима се у односу на референтну делатност (трговина) остварује мањи износ нето добитка. При томе је негативан утицај пословања у овим делатностима израженији у групи предузетница. Разлог због ког се у секторима стручних и финансијских услуга остварује мањи нето добитак може бити чињеница да структуру ових сектора већим делом чине услуге које се пружају правним лицима (Влада Републике Србије, 2010), док су предузећа из сектора трговине у узорку пре свега оријентисана на тржиште финалних потрошача. У исто време, резултати спроведеног истраживања указују на то да пословање са физичким лицима подразумева остваривање већег нето добитка.

Стратегијски избори предузетница и предузетника утичу на разлике у перформансама и расту њихових предузећа. Наиме, и у једној, и у другој групи испитаника стратегија офанзивног истраживања на бази сопственог истраживања и развоја, иако ризичнија, у већој мери доприноси вредности нето добитка у односу на зависну стратегију иновирања, односно стопи раста запослености у односу на дефанзивну и зависну стратегију. То значи да се већи ниво ризика који ова стратегија подразумева, компензује већим стопама приноса, односно раста којима она резултира. Ипак, овај ефекат је слабије изражен у групи предузетница. Такође, офанзивна стратегија истраживања и развоја је ређе стратегијски приступ предузетница процесу иновирања, док су дефанзивна и зависна стратегија избор релативно већег број предузетница. Неповољније стање по питању стратегије која позитивно доприноси перформансама и расту, као и то да је овај позитиван утицај слабије изражен у групи предузетница, могу бити сагледани и у светлу чињенице да предузетнице лошије оцењују своје знање и вештине у области иновирања, као и чињенице да су предузетнице које су имале одређеног менаџмент искуства, то искуство у значајно мањем броју стекле радећи у функцији истраживања и развоја. Наиме, логично је претпоставити да офанзивна стратегија иновирања на бази сопственог истраживања и развоја захтева највећи ниво знања и вештина у области иновација. Према томе, могуће је да лошија предузетничка самоефикасност предузетница у домену иновација, као и недостатак менаџмент искуства у овој области одвраћају предузетнице од имплементирања ове стратегије. У исто време, наведени разлози могу бити и узрок

слабијег позитивног утицаја офанзивне стратегије на бази сопственог истраживања и развоја у популацији предузетница. Податак да предузетнице за финансирање пословања свог предузећа чешће користе лична средства и позајмице пријатеља и рођака у складу је са резултатима према којима предузећа у власништву жена остварују мању вредност нето добитка из које би се могла издвајати средства акумулације. Штавише, негативна разлика у стопи раста запослености коју остварују предузетници/це које користе неинституционалне изворе позајмљивања у односу на оне који користе интерне изворе предузећа, је већа у групи предузетница. Такође, у групи предузетница је израженији и негативни однос који на величину нето добитка има коришћење личних средстава за финансирање пословања. Коришћење средстава из државних програма подршке и помоћи позитивно доприноси расту запослености у малим и средњим предузећима. Чињеница да предузећа у власништву жена у мањем броју користе овај извор финансирања, као и чињеница да је позитиван утицај коришћења ових средстава на повећање броја запослених мање изражен у групи предузетница, могу делимично објаснити родни геп у величини стопе раста запослености, који је у корист предузетника.

Предузетнице се у мањој мери слажу са ставом да је раст прихода један од њихових кључних пословних циљева, што је у складу са резултатима других студија према којима су квантитативни аспект раста, и нарочито, онај у вези са финансијским перформансама у мањој мери карактеристика пословног понашања предузетница (Bird & Sapp, 2004; Brush, 1992; Carter & Bennett, 2006; Knorr et al., 2011). Ипак, пословање вођено овим циљем подразумева остваривање веће вредности нето добитка. У том смислу се може закључити да је мањи нето добитак који остварују предузетнице делимично резултат чињенице да је за њих раст прихода мање битан пословни циљ. Такође, овај позитиван утицај је у групи предузетница слабије изражен, што може указивати на то да и када је раст прихода експлицитан циљ предузетница, оне дефинишу нижи праг раста ове варијабле. Сличан је однос и у домену стања и утицаја развијености активности планирања и одређеног менаџмент стила. Наиме, у односу на предузетнике, планска активност предузетница је у мањој мери развијена – у смислу њене формалности, временског хоризонта и предмета планирања. Како постојање и карактеристике активности планирања одражавају стање и карактеристике менаџмент вештина и знања, ови резултати могу бити објашњени чињеницом да предузетнице у већини случајева немају претходног менаџмент искуства, и, тиме, да је њихово знање из области општег менаџмента, према субјективној оцени, лошије. Слабије знање и

вештине у области општег менаџмента, као и карактеристике активности планирања предузетница (у мањој мери формално, дугорочно и предметно интегрално планирање) доводе до тога да је позитиван утицај ове менаџмент активности на перформансе предузећа у власништву жена мање изражен. Слично овоме, менаџмент стил предузетница који је у мање формалан, партиципативан и у мањој мери подразумева делегирање задатака и одговорности у слабије позитивно доприноси расту нето добитка њихових предузећа. Циљеви који се тичу личног развоја и остварења, као и они који се односе на сатисфакцију купаца позитивно доприносе расту запослености¹¹⁵. Овакво сагледавање циљева раста је у већој мери карактеристика предузетника, као и позитиван утицај који они имају на раст запослености.

Како је и очекивано, правно-политичке баријере утичу негативно на раст малих и средњих предузећа. Перцепција јачине ових баријера, као и интензитет њиховог негативног деловања су израженији у групи предузетница. Лошије оцењена предузетничка самоефикасност, као и неадекватне друштвене мреже предузетница могу бити један од разлога због којих предузетнице факторе из правно-политичког окружења виде као претњу, и теже превазилазе њихов негативан утицај. Предузетнице у мањој мери перципирају постојање конгруентности између особина жена и пословног успеха. Ови резултати се могу интерпретирати и у смислу да су предузетнице у већој мери уверене да оне, будући да су жене, не поседују особине потребне за успех у пословном окружењу. Тиме се може објаснити израженије негативно дејство овог фактора на перформансе предузећа у власништву жена. Живећи у претежно традиционалном друштву, предузетнице су при избору занимања у већој мери под утицајем окружења. Како су занимања и делатности које се у друштву виде адекватним за жене углавном мање лукративна, очекивано је израженији негативан утицај овог фактора на раст предузећа у власништву жена.

2.3. Ограничења и практичне импликације студије

Основни недостатак реализоване студије се у основи односи на методолошка питања која се тичу узорка и коришћеног инструмента за прикупљање података. Наиме, у величини узорка се препознаје један од кључних разлога због ког одређени резултати немају ниво статистичке значајности. У највећем броју случајева је

¹¹⁵ Према спроведеној РС анализи, ово су димензије компоненте назване *Лични циљеви* (деталније видети у оквиру наслова 2.1.3.1. *Факторска условљеност нето добитка*).

потврђено очекивано стање фактора и смер њиховог утицаја, и идентификован је очекивани однос између перформанси и раста предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца. Стога се добијени резултати могу користити као полазна основа за дефинисање оквира неког будућег истраживања које би подразумевало реализацију већег узорка. Наравно, као и код сваког истраживања које се базира на обради и анализи података који у највећој мери представљају одраз субјективних ставова, мишљења и перцепција испитаника, и у овом случају се може поставити питање валидности добијених података. Међутим, имајући у виду природу истраживачке области, субјективни карактер већине података за анализу је неизоставна и незаменљива компонента истраживања.

Проблем величине узорка је директна последица посебно значајног проблема са којим се, у првом реду, сусрећу истраживачи који спроводе некомерцијална и нефинансирана научна истраживања, а то је неспремност испитаника за сарадњу. Модалитети за подршку некомерцијалним научним истраживањима, и то оних чији је предмет од значаја за ширу друштвену заједницу и чији резултати потенцијално имају битне друштвене импликације, могла би бити понуда одређене компензације субјектима који активно учествују у истраживању од стране академске, односно друштвене заједнице којој академски истраживач припада. Тако би се у одређеном износу као расход за умањење пореске основе могли признати трошкови учествовања у научној студији чији је шири друштвени значај верификован од стране одговарајућих тела (институција). Затим, вид надокнаде би могло бити пружање одређених услуга јавне управе и администрације, или консултантских услуга од стране универзитета. У сваком случају, искуство указује на то да је одсуство шире партиципације испитаника делимично узроковано недостатком јасне слике о томе шта су конкретни бенефити учествовања у истраживању. У ситуацији када се испитаницима не нуди директна финансијска стимулација од стране непосредног реализатора истраживања, чини се да су одређени модалитети подршке друштва могућ (и потребан) правац деловања у циљу подстицања емпиријске научне праксе.

Што се тиче резултата спроведене студије, уз општи допринос корпусу знања у области предузетништва, и нарочито родном аспекту ове активности, њихове практичне импликације се пре свега могу сагледати у домену трасирања правца подршке предузетничкој активности жена. Такође, примећује се да поједини резултати представљају емпиријско оправдање одређених актуелних програма економско-социјалног оснаживања жена. Попут неких претходних, резултати спроведеног

истраживања указују на то да у домену поља образовања предузетника постоји изражена родна сегрегација. Мала заступљеност техничко-технолошког поља у образовању предузетница може бити коригована мерама образовне политике које би подразумевале дефинисање родних квота за упис на ове програме и/или стипендирање ученица/студенткиња у овој области. Наравно, значајан део проблема јесу и установљени родни стереотипи којима се жене усмеравају ка друштвено-хуманистичким наукама. Постојање ових стереотипа значајно ограничава ширину заступљености жена у образовном простору. Искорењивање стереотипа је, свакако, неопходан корак у решавању проблема родне условљености избора поља образовања. Наравно, ово је део шире друштвене акције, и мера чији се резултати могу очекивати тек на дуги рок.

Уз углавном неадекватну област образовања, предузетнице су, као и жене генерално, суочене и са проблемом недостатка претходног менаџмент искуства које евидентно доприноси перформансама и расту њихових пословних подухвата. По угледу на праксу земаља ЕУ, један правац деловања у решавању овог проблема би могло бити дефинисање родних квота за структурирање менаџмент тимова у предузећима. Како један део овог проблема може бити узрокован и (неоправдано) лошом менаџмент самоефикасношћу жена, одређени вид јавног промовисања жена менаџера (нарочито успешних) би могао да утиче на повећање перцепције конгруентности женских особина, знања и вештина са захтевима менаџмент позиција. Што се тиче жена које се већ налазе у сектору samozапослености, а којима недостаје менаџмент искуство и знање које оно имплицира, препорука би била да се садржаји програма обуке дефинишу тако да обавезно садрже елементе теоријско-практичних знања из области општег менаџмента. Једна од области општег менаџмента за коју је идентификовано да је у мањој мери карактеристика пословне праксе предузетница јесте активност планирања. Стога се у програме обуке могу инкорпорирати садржаји којим би се унапредиле компетенције предузетница у домену пословног планирања. Такође, од користи би било и истицање бенефита које стратегијска, циљно усмерена и предметно свеобухватна активност планирања има за перформансе и раст малих предузећа. Имајући у виду већу диспозицију контроле коју показују предузетнице, требало би указивати и на предности делегирања послова и одговорности.

Резултати истраживања сугеришу и то да је мерама подршке потребно деловати и у правцу ширења пословно-дискусионих мрежа предузетница, уз њихово адекватно структурирање. Тако би, на пример, за унапређење пословања предузетница било од

значаја повећање броја колега и адвоката у њиховим социјалним мрежама. Наиме, ових чланова предузетнице у својим мрежама имају значајно мање, док су, у исто време, ово појединци чија стручно-саветодавна подршка представља значајан допринос пословним перформансама малих и средњих предузећа. У том смислу се као корисно истиче дефинисање платформи за једноставније умрежавање предузетница са колегама и за повезивање са стручним адвокатским удружењима. Стога се може истаћи да постоји оправданост идеје која је у основи постојећих програма менторинга и амбасадора женског предузетништва, као и активности одређених удружења предузетница.

Ограничено учешће предузетница у ширем спектру сектора пословања донекле представља рефлексију стања у пољу образовања и претходног радног искуства предузетница у сектору плаћене запослености. Мала и средња предузећа која послују у сектору *Грађевинарство* и у сектору *Информисање и комуникација* остварују већу вредност нето добитка, док је учешће предузетница управо у овим секторима слабо изражено. Поред корекције стања у домену образовања, диверзификација сектора пословања предузетница може бити подстакнута дефинисањем родно диферентних мера подршке као што су субвенционисање или давање кредитних гаранција за предузетнице у овим областима. Истицањем успешних предузетница у овим секторима, који су сада претежно схваћени као *мушки*, могло би се утицати на друштвене и личне ставове о адекватности ових сектора за предузетнице.

Имајући у виду да је ограничено локално тржиште основно тржиште предузетница, потребно је унапредити капацитет предузетница за имплементацију стратегије развоја тржишта. Уз унапређење знања и вештина потребних за реализацију ове стратегије и уз подршку у обезбеђењу извора финансирања, потребно је радити и на унапређењу предузетничке самоефикасности предузетница – односно на унапређењу њиховог самопоуздања у личне способности које су неопходне за реализацију ове стратегије. Такође, будући да имплементација ове стратегије захтева више времена и посвећености, потребно је радити и на корекцији традиционално патријархалних образаца понашања према којима је постојећа подела кућних послова биолошки заснована и оправдана подела рада између жена и мушкараца.

Највећи број предузетница пословање својих предузећа финансира личним средствима и изјављује да банкарске кредите не користи зато што им ова средства нису потребна. Ипак, неповољни услови кредитирања за значајан број предузетница, као и предузетника генерално, представљају битан разлог због ког оне не аплицирају за

кредите банака. У том смислу се емпиријски подржавају програми који су усмерени на олакшавање приступа кредитима кроз, на пример, субвенционисање камате, или одобравање гаранција. Мања заступљеност предузетница у финансирању из средстава државних програма помоћи и подршке сектору малих и средњих предузећа упућује на потребу за дефинисањем родно сензитивних мера подршке – или путем програма специфично намењених предузетницама, или путем дефинисања обавезних квота за учествовање предузетница у одобреним финансијским средствима подршке.

Промена постојећих родних стереотипа мора бити део шире фокусиране друштвене акције која би свој полазни моменат деловања требало да има још у периоду ране социјализације чланова друштва. Корекција традиционалне матрице поимања улоге и способности жена која ограничава њихов укупни друштвени ангажман требало би да унапреди социо-економску позицију жена. Постојећи правац у коме се жене *усмеравају* при избору поља образовања и занимања их држи изван лукративних области. Такође, ови стереотипи доводе и до тога да жене имају лошу предузетничку самоефикасност. Штавише, оне у већој мери сматрају да жене немају особине потребне за успех у пословном свету. У ситуацији када сами (потенцијални) субјекти одређене активности имају лошу аутоперцепцију компетенција за успех у датој активности, треба очекивати да ће они у мањој мери и приступити обављању односне активности.

Имајући у виду да су административне баријере већа препрека у пословању предузетница, потребно је да се у склопу мера опште симплификације административних аспеката пословања, испита да ли у утицају конкретних баријера постоје родне разлике. Такође, будући да се резултати истраживања могу разликовати у зависности од популације која се истражује, могуће је да се резултати о утицају појединих административних баријера на нивоу укупне популације предузетника разликују у односу на оне који се односе на популацију предузетница. Стога то треба имати на уму при дефинисању мера за уклањање административних баријера за пословање.

ЗАКЉУЧАК

Теорије класичног и теорије савременог приступа могу се издвојити као два основна правца у домену теоријског конципирања феномена предузетништва. Аутори из оквира класичног приступа теорији предузетништва профилишу предузетника као појединца који ангажујући факторе производње ради експлоатације профитабилних тржишних прилика обавља битну функцију у економском систему – доприноси уравнотежењу и развоју система, унапређењу његове ефикасности и корекцији погрешних одлука тржишних учесника. Правећи разлику између улоге предузетника и власника ресурса, у класичним теоријама предузетништва се дозвољава могућност да једна особа буде персонификација обе ове економске улоге. Један од централних момената овог теоријског правца јесте и схватање да реализација предузетничке активности подразумева прихватање ризика (неизвесности) успеха у остваривању економских циљева и профита као основног финансијског мотива предузетника.

Темељна идеја савремених теорија предузетништва јесте став да је предузетништво једна од опција запослености која ће се у датом спектру опција изабрати онда када максимира функцију личне корисности. Моделирање процеса избора занимања, као и ефеката учињеног избора, може бити извршено у теоријском оквиру који чине субјекти који се по својим особинама међусобно не разликују, или појединци који поседују различит ниво особина потребних за успех у обављању предузетничке активности, односно појединци који имају различит ниво аверзије према ризику. Избор опције запослености је у већини модела избора занимања типа *или/или*, док је ризик сконцентрисан у сектору предузетништва. Генерално, порука ових модела је то да ће предузетништво као статус на тржишту рада бити изабрано од стране појединаца са израженим предузетничким особинама и са мањом аверзијом према ризику у случајевима када ова опција субјектима избора обезбеђује виши ниво приноса, релативно према другим расположивим опцијама запослености.

Нејединственост схватања предузетништва се из теоријске сфере преноси и у домен емпиријског третмана овог феномена. У операционализацији феномена предузетништва издвојила су се два најчешћа приступа – идентификовање предузетништва са власништвом (оснивањем) малих и средњих предузећа и са самозапошљавањем. У истраживању предузетничке активности истраживачи у основи бирају мерило за које постоје подаци или мерило које одговара њиховом теоријском поимању предузетништва. Чињеница да не постоји унифицирано схватање

предулетништва, према појединим ауторима, представља баријеру за развој ове области истраживања. Са друге стране, поједини аутори истичу да мултидимензионалност самог феномена предулетништва не дозвољава унификацију његове дефиниције, те да постојање различитих оперативних дефиниција, односно мерила предулетништва омогућава холистичко сагледавање овог феномена. Иако омогућава обухват феномена предулетништва у целини, непостојање јединствене дефиниције, и, тиме, јединственог сета мерила стања и динамике предулетничке активности – отежава компарацију података из различитих база и онемогућава јединствено закључивање. Дешава се чак да се на основу података из различитих база података могу извести дијаметрални закључци. Тако се, на пример, на основу података из *GEM* базе може тврдити да је предулетничка активност израженија у земљама у развоју, док је према подацима Светске банке предулетничка активност развијенија у развијеним земљама. Узрок ових разлика у закључивању јесте управо разлика у коришћеном мерилу предулетничке активности које користе наведене институције. Поред мерења обима предулетничке активности, значајне поруке истраживања предулетништва на макро нивоу јесу и оне које указују на то да постоји комплементарност у доприносу сектора малих и средњих и сектора великих предузећа економском развоју, као и на то да је квалитет предулетничке активности, пре него активност сама по себи, битна детерминанта економског развоја одређеног друштва.

Предулетничка активност жена је део укупне предулетничке активности који, паралелно са повећањем свог обима и са афирмисањем значаја, представља значајан аспект теоријско-емпиријског истраживања феномена предулетништва. Иако повећање броја предулетница представља глобални тренд, њихово релативно учешће у укупном броју предулетника је и даље значајно мање у односу на учешће предулетника мушкараца. Доминација предулетничке активности мушкараца је просторно и временски конзистентна појава. Наиме, резултати истраживања глобалне предулетничке активности указују на то да је, без обзира на коришћено мерило и на конкретан друштвено-економски амбијент, предулетничка активност израженија карактеристика радног ангажовања мушкараца током дужег низа година. Резултати истраживања родног аспекта праксе предулетничке активности у Републици Србији указују на то да је у периоду 2005-2013. године постојао родни геп у заступљености предулетничке активности (мерене стопом samozапослености), у корист мушкараца.

Иако нема потпуног јединства у закључцима, резултати највећег броја спроведених студија предулетничке активности жена указују на то да су перформансе и

раст предузећа у власништву жена релативно мањи у односу на перформансе и раст предузећа у власништву мушкараца. При томе је овај однос евидентан у ширем спектру показатеља перформанси и раста. У том смислу се истиче да је имовина предузећа у власништву жена мање вредности у односу на вредност имовине предузећа у власништву мушкараца, да предузећа у власништву жена имају мањи број запослених, да остварују мању вредност прихода и профита, да су доминантно оријентисана на мања и ограничена локална тржишта и да остварују мањи раст запослености, прихода и профита. И док се ширина родног гена у перформансама и расту разликује, његова готово општа карактеристика је да је он увек у корист предузетника. Описани смер односа између перформанси и раста предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца постоји и у Републици Србији. Предузећа у власништву мушкараца у Србији у просеку остварују већу вредност нето добитка, као и већу стопу раста запослености у односу на предузећа у власништву жена.

Имајући у виду допринос који интензивирање предузетничке активности жена може пружити укупној и, нарочито, запослености жена, затим – њиховом економском оснаживању и унапређењу социјалног статуса, истиче се да овај аспект предузетничке активности може бити од нарочитог значаја за остваривање родне једнакости. Квантитативни и квалитативни ефекти предузетничке активности жена представљају потребан, али недовољно искоришћен потенцијал раста и развоја националних економија. У том смислу значај истраживања стања и динамике предузетничке активности жена и њених ефеката, као и фактора који их детерминишу произлази из потенцијала који предузетничка активност жена може имати као један од стубова унапређења конкурентности, али и као носилац родно избалансираног раста и развоја социо-економских система.

Емпиријски најчешће истраживане детерминанте родног гена у нивоу предузетничке активности, као и у перформансама и расту предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца могу се сврстати у групу фактора који се односе на карактеристике предузетника, на карактеристике самог предузећа, на менаџмент праксу и стратегијски приступ пословању предузетница и предузетника, као и на факторе лоциране у екстерном окружењу.

Хумани капитал појединца, као сет знања и вештина које доприносе његовој продуктивности, је једна од кључних детерминанти избора опције радног ангажовања, као и успешности рада у изабраној опцији. Током процеса формалног и неформалног

образовања појединац изграђује одређени ниво и структуру свог хуманог капитала који може подстаћи или ограничити његову предузетничку активности и одредити карактер перформанси у њој. Аналитичке вештине, разумевање тржишних процеса и остала општа и специфична знања стечена током процеса образовања могу унапредити самопоуздање, олакшати идентификовање профитабилних прилика и начина за њихову експлоатацију и на тај начин подстаћи или олакшати отпочињање предузетничке активности. Поред тога, ниво и поље образовања предузетника утиче и на перформансе и раст њихових пословних подухвата. Резултати истраживања указују на то да ниво образовања предузетника утиче на величину њихових предузећа, на продуктивност, на раст прихода и профита.

На ниво перформанси утиче и поље образовања, при чему је образовање у области технике и менаџмента значајније са аспекта унапређења перформанси. Имајући у виду могућу комплексност пословних задатака, као и чињеницу да у највећем броју случајева предузетник сам обавља највећи део послова – поједини аутори истичу да је за успех у обављању предузетничке активности од великог значаја ширина његовог хуманог капитала. У том смислу резултати спроведеног истраживања у Републици Србији указују на то да је са аспекта доприноса расту запослености, значајније опште образовање предузетника, у односу на фокусирање поље образовања (у домену природних наука).

У карактеру утицаја нивоа и поља образовања нема родних разлика између предузетница и предузетника. Разлике, ипак, постоје у карактеру саме детерминанте, и то по питању разлика у доминантном пољу образовања предузетница и предузетника, као и жена и мушкараца генерално. Наиме, и док између предузетница и предузетника нема разлика у нивоу образовања, разлике у пољу образовања постоје и представљају једну од детерминанти родног гена у перформансама и расту њихових предузећа. Према резултатима истраживања одређених студија, жене имају чак и виши ниво образовања у односу на мушкарце, али су оне у већини случајева своје образовање стекле управо у пољима која су од мањег значаја за унапређење пословних перформанси. Тако су односу на мушкарце који су у већем броју образовани у пољу природних и техничких наука, жене у већој мери образовање стекле у пољу друштвено-хуманистички наука. Поље образовања предузетника у Републици Србији је у значајној вези са њиховим полом. Слично резултатима на глобалном нивоу, резултати спроведеног истраживања указују на то да су предузетнице у Републици Србији у највећем броју случајева образоване у пољу друштвених наука, док је

техничко-технолошко поље доминантно поље образовања предузетника. Управо предузетнице чије је образовање у пољу друштвених наука остварују најмању вредност нето добитка, као и најмању вредност стопе раста запослености.

Компонента хуманог капитала која детерминише отпочињање предузетничке активности, као и ефикасност у њеном обављању јесте радно искуство појединца, и то: укупно радно искуство, радно искуство стечено у делатности предузетничког подухвата, претходно искуство у обављању менаџерских послова и искуство у вођењу сопственог посла. У литератури постоје готово јединствени ставови о томе да искуство утиче на предузетничку активност појединаца и то у смислу да усмерава избор делатности ангажовања и помаже у оснивању и, касније, у управљању сопственим предузећем. Радно и власничко искуство представљају потенцијал за стицање специфичних, практичних знања и вештина које могу бити извор пословних идеја и основа за ефикасније вођење сопственог посла. Претходно искуство у делатности основаног предузећа углавном претпоставља изграђену платформу односа у друштвеним мрежама од значаја за пословање, као и познавање стандарда и праксе пословања чиме олакшава и убрзава приступ материјалним и нематеријалним ресурсима. Обављање менаџерских активности пре отпочињања сопственог посла подразумева трансфер стечених менаџмент знања и вештина у сектор samozапослености. Такође, претходно менаџмент искуство предузетника може утицати на то да се граница раста сопственог пословног подухвата одреди на вишем нивоу, имајући у виду чињеницу да су опортунитетни трошкови samozапосљавања (у смислу пропуштене зараде у сектору плаћене запослености) за менаџере већи. Искуство власника стечено у обављању менаџмент послова пре отпочињања сопственог пословања доприноси расту нето добитка и запослености малих и средњих предузећа у Републици Србији. При томе је, компаративно посматрано, за раст запослености од већег значаја уколико је претходно менаџмент искуство стечено обављањем послова у домену функције истраживања и развоја, релативно према функцији маркетинга.

У контексту сагледавања искуства као детерминанте родног гена истиче се да жене генерално, као и предузетнице имају мање радног, ранијег власничког, менаџерског и искуства у делатности и да овакво стање детерминише њихову предузетничку активност. У постојању претходног менаџмент и власничког искуства предузетница и предузетника постоје разлике и у Републици Србији, и оне су, као што је и очекивано, у корист предузетника.

На намеру да се оснује предузеће, као и на перформансе и раст основаног предузећа позитивно утиче већа перципирана предузетничка самоефикасност власника, односно оцењена лична компетентност да се успешно обавља предузетничка активност. У већини случајева предузетнице не сматрају да у довољној мери поседују знања и вештине потребне за успех у предузетништву. Овакав карактер предузетничке самоефикасности жена је одређен и чињеницом да се предузетништво традиционално сматра *мушком* облашћу. Предузетнице у Републици Србији имају лошије оцењену самоефикасност у домену општег менаџмента и у домену маркетинга, што се може довести у везу и са чињеницом да су оне у значајно мањем броју пре отпочињања предузетничке активности биле менаџерке. Родне разлике у нивоу предузетничке самоефикасности представљају једну од могућих детерминанти у родном гету у предузетничкој активности жена и мушкараца. Уз лошију предузетничку самоефикасност генерално, резултати одређених студија указују и на то да предузетнице лошије оцењују управо оне своје компетенције које се најчешће доводе у везу са финансијским мерилима перформанси. Штавише, могуће је да знање и вештине у одређеној области негативно утичу на перформансе и раст у другој области. Тако на пример, резултати истраживања спроведеног у Републици Србији указују на то да између величине нето добитка и стопе раста запослености и боље оцењене самоефикасности у домену управљања људским ресурсима, односно у области финансијског менаџмента постоји инверзан однос. Са друге стране, боље перципирана предузетничка самоефикасност у области истраживања и развоја позитивно доприноси величини нето добитка.

Обим и структура односа у друштвеном окружењу власника предузећа, као његов социјални капитал може одредити избор предузетништва као опције самозапошљавања, као и перформансе предузећа у власништву. Допринос социјалног капитала предузетничкој активности се у основи односи на стварање оквира за приступ информацијама и позицијама моћи, односно појединцима који могу бити од значаја за избор предузетничке активности и за успех у њеном обављању. Већи број чланова у пословно-дискусионим мрежама предузетница и предузетника у Републици Србији доприноси расту запослености у њиховим предузећима. На раст запослености позитивно утиче и већи број адвоката, пријатеља, као и већи број жена клијената у пословно-дискусионим мрежама. Стручно-саветодавна подршка адвоката и колега утиче на раст нето добитка малих и средњих предузећа у Републици Србији. Посматрано засебно у популацији предузетница и у популацији предузетника, уочава

се да је већи део описаних ефеката пословно-дискусионих мрежа на нивоу укупне популације резултат постојања ових ефеката у групи предузетника, док у групи предузетница углавном нема статистички значајног односа. Изузетак представља значајан позитиван допринос који повећање броја жена у пословно-дискусионим мрежама предузетница има на стопу раста запослености у њиховим предузећима.

Потенцијал социјалног капитала да допринесе перформансама и расту предузећа је у случају предузетница ограничен имајући у виду да су друштвене мреже жена углавном квантитативно и квалитативно неадекватне да подрже њихову предузетничку активност. У основи разлика у карактеристикама друштвених мрежа предузетница и предузетника јесу разлике у примарним циљевима умрежавања. Наиме, инструментални циљеви јесу доминантни циљеви умрежавања предузетника (и мушкараца генерално), док су за предузетнице у већој мери карактеристични афективни циљеви стварања односа и веза. На то да предузетнице у мањој мери граде односе имајући у виду њихов инструментални потенцијал могу указивати и резултати спроведеног истраживања према којима у пословно-дискусионим мрежама предузетница у Републици Србији има више пријатељица, односно значајно мање колега и колегиница, у односу на број ових чланова у мрежама предузетника.

Истиче се да су са аспекта могућег доприноса пословном успеху обим и структура социјалног капитала предузетница лошији у односу на социјални капитал предузетника, те да је у томе један од узрока за родни геп у предузетничкој активности жена и мушкараца. Наиме, друштвене мреже жена су мање, израженије су родно хомофиличне и структурно су у већој мери сачињене од јаких веза. У друштвеним мрежама предузетница је релативно већи број жена које су због своје лошије друштвене позиције од мањег значаја за пословни успех предузетничких подухвата. Наиме, жене су у мањем броју на позицијама одлучивања битним за пословање предузећа, те њихова доминација у мрежама предузетница не доприноси пословним перформансама и расту. У пословно-дискусионим мрежама предузетница у Републици Србији доминација женских чланова је изражена у укупном броју пријатеља, колега и адвоката. Са друге стране, у мрежама предузетника релативно учешће жена је веће у мрежи која се односи на чланове породице.

У мрежама предузетница доминирају везе са рођацима и пријатељима које су по свом карактеру јаке везе. И док ове везе могу бити значајна друштвена подршка и извор емоционалне сигурности, оне су, због карактера информација које обезбеђују, од мањег значаја за пословни успех. У пословним мрежама у којима доминирају јаке везе

циркулишу информације мањег диверзитета. Такође, односи у овим мрежама због појаве тзв. претеране лојалности могу ограничити активности чланова које могу бити директна подршка перформансама и расту предузећа – нпр. може бити обесхрабрено економско напредовање појединца и издвајање од окружења, географско дислоцирање ради експлоатације повољних прилика, као и успостављање односа са припадницима других мрежа.

Између жена и мушкараца нема значајних разлика у спектру мотива за отпочињање предузетничке активности који у највећем броју случајева представља комбинацију финансијских и нефинансијских мотива. И док у структури мотива нема значајнијих разлика, разлика има у доминацији појединих мотива код предузетница и код предузетника. Резултати појединих студија указују на то да предузетнице придају већи значај мотивима који су у вези са породичним варијаблама какве су брачно стање, као и број и старост деце. Имајући у виду да је извршавање породичних и кућних послова и даље у највећој мери обавеза жена, дешава се да су жене у избору и у изградњи своје каријере ограничене својом родном улогом у породичном контексту. И као samozапослене, жене у Републици Србији самостално обављају највећи део кућних послова.

Постојање породица-посао конфликта за жене понекада може значити и искључивост у остваривању задатака улога које имају – улоге мајке и супруге и улоге власнице предузећа. Стога је у популацији жена флексибилност радног времена и аутономија у раду значајнији мотив избора предузетничке активности. Конкретне реперкусије које имају очекивања од жена у погледу извршавања обавеза вишеструких улога односе се на избор краћег радног времена и рада од куће, као и на свесно ограничавање раста пословних подухвата. Већи релативни значај који породичне варијабле имају у популацији жена утиче на њихов избор опције запослености и делатности, усмеравајући предузетнице ка секторима који омогућавају извршавање вишеструких улога, али који су, по правилу, у мањој мери лукративни. Утичући на ограничавање времена и посвећености коју могу да усмере ка својим предузећима, породичне варијабле могу утицати негативно на перформансе предузећа у власништву жена. У Републици Србији је број деце детерминанта са негативним дејством на перформансе и раст малих и средњих предузећа генерално, без обзира на пол власника. Што се тиче старости деце, на нивоу укупне популације, као и у групи предузетница засебно – постојање деце предшколског узраста позитивно доприноси расту запослености. Као неочекиван, овај позитиван ефекат се може сагледати у контексту

претпоставке да млађу децу имају млађи предузетници и предузетнице, те да су забележене више стопе раста запослености, у ствари, ефекат позитивног утицаја младости предузетника и предузетница на раст њихових предузећа. Наиме, резултати спроведеног истраживања указују на то да на нивоу укупне популације, као и у групи предузетница већу стопу раста запослености остварују појединци старости 26-45 година, релативно према појединцима старости 46-65 година.

Предузетнице имају релативно лошију позицију и када је у питању породична предузетничка историја. Наиме, постојање породичне предузетничке историје може бити извор међугенерациског трансфера знања и предузетничких способности, као и социјалног капитала. У односу на предузетнике, мањи број предузетница је раније радило у породичном предузећу и мањи број њих наслеђује породични посао. Такође, родитељи предузетница су у мањем броју и сами, бивши или садашњи, предузетници.

Посматрајући могуће опције запослености, истиче се да је већи ниво ризика углавном сконцентрисан у сектору предузетништва. Стога ће индивидуална склоност ка ризику одредити вероватноћу избора ове опције статуса на тржишту рада. У вези са овим, примећује се да резултати једног броја студија указују на то да жене генерално имају мању склоност ка ризику, те да је ово крос-културолошки феномен. Уз то, не само да жене имају већу аверзију према ризику, оне у предузетничкој активности виде шири аспект ризика – економски, породични, психолошки, друштвени. Стога ће, када постоји, већа аверзија жена према ризику условити то да оне у мањем броју отпочињу предузетничку активност, а да оне које изаберу предузетничку активност као опцију свог радног ангажовања бирају сигурне опције за пословање и да улажу већи напор ради минимизирања ризика. Предузетнице у Републици Србији показују израженији ниво аверзије према ризику, што доводи до тога да су њихови пословни потези углавном реактивни и, када је могуће, подразумевају избор сигурније опције са просечним и сигурним приносом. Такође, за њих је у већој мери прихватљива опција сигурног радног места са мањом платом, у односу на могућност остваривања веће плате на мање сигурном радном месту.

Карактеристике хуманог капитала, односно поље образовања, карактеристике радног искуства, низак ниво предузетничке самоефикасности, већа аверзија према ризику, значај породица-посао конфликта и расположивост финансијског капитала јесу детерминанте које предузетнице усмеравају углавном ка услужним делатностима. И у сектору плаћене запослености, и у сектору самозапослености жене су заступљеније у делатностима у којима је због ниских улазних баријера израженија конкуренција, које

су радно интензивне, спорорастуће и чији је приносни потенцијал мањи. У Републици Србији, у односу на сектор *Трговина* у коме послује највећи број предузетника и предузетница, већу вредност нето добитка остварују они који послују у секторима *Грађевинарство и Информисање и комуникација*. Посматрано појединачно по групама предузетница и предузетника, наведени однос је идентификован у групи предузетника, али не и у групи предузетница. У популацији предузетница, посматрано засебно, сектор пословања утиче на величину стопе раста запослености, и то тако што предузетнице које послују у сектору *Трговина* остварују већу стопу раста запослености у односу на оне из сектора *Прерађивачка индустрија* и *Стручне услуге*, односно мању у односу на предузетнице из сектора *Саобраћај и складиштење*. Што се тиче предузетника, већа стопа раста запослености карактеристична је за предузећа из сектора *Информисање и комуникација*, релативно према предузећима из сектора *Трговина*. Предузетнице су у значајно већем броју оријентисане на локална тржишта и на задовољење потреба физичких лица. Ка географски ширим тржиштима је у већој мери усмерена понуда предузетника.

Поред делатности, пословне перформансе су и под утицајем старости и величине предузећа. Резултати одређених истраживања указују на то да старост предузећа утиче позитивно на вероватноћу преживљавања, као и на вредност предузећа. Већа величина предузећа доприноси перформансама тиме што омогућава искоришћење ефеката економије обима у домену набавке, производње и продаје, лакше превазилажење опасности из окружења, омогућава избор између већег броја стратегијских опција. Предузећа у власништву жена су мања и млађа. Имајући ово у виду, може се закључити да је један део родног гена у перформансама и расту предузећа у власништву жена и оних у власништву мушкараца узрокован датом секторском концентрацијом предузетница, као и мањом величином и старошћу њихових предузећа.

У сету мотива предузетница финансијски мотиви често нису доминантни и то одређује њихово поимање успеха, односно дефинисање циљева којима ће се težити. У оквирима *Теорије планираног понашања* – мање изражен раст предузећа у власништву жена је резултат чињенице да предузетнице имају мање изражену намеру да њихова предузећа расту због тога што им је раст предузећа мање значајан циљ (јер у расту често препознају негативне ефекте), због тога што осећају да имају мању подршку околине (супруга, пре свега) да остваре раст својих предузећа, и због тога што песимистичније сагледавају окружење, као и своју самоефикасност потребну за раст

предузећа. Насупрот схватању да између предузетница и предузетника постоје разлике у намери да се оствари пословни раст, јесте становиште да разлика у постојању ове намере нема, али да их има у карактеру намере – у смеру да предузетнице желе спорији и мањи раст својих предузећа.

Резултати истраживања спроведеног у Републици Србији делимично потврђују валидност *Теорије планираног понашања* у контексту раста предузећа. Наиме, израженије уочавање позитивних ефеката раста утиче на повећање величине нето добитка на нивоу укупне популације, као и у групи предузетника у Републици Србији. Ови резултати могу указивати на то да појединци за које раст због својих позитивних ефеката представља пожељни исход пословања, раст дефинишу као циљ коме теже, те да у том смислу и остварују већи нето добитак. Значај који циљеви које дефинише власник имају за перформансе и раст предузећа приметан је и у случају повезаности личних и квантитативних циљева и величине нето добитка, односно стопе раста запослености. Наиме, на нивоу укупне популације постоји позитиван утицај личних циљева власника на величину нето добитка, као и негативан утицај квантитативних циљева на вредност стопе раста запослености. Добијени резултати се могу интерпретирати у смислу да је остварење личних циљева власника условљено остваривањем веће вредности нето добитка предузећа. Имајући то у виду, власници за које су лични циљеви од већег значаја ће поставити виши праг циљне величине нето добитка. Са друге стране, већи значај квантитативних циљева може угрозити раст запослености. Овај ефекат може бити последица чињенице да су понекада финансијски циљеви и циљ раста запослености некомпатибилни циљеви.

Постојање и садржај планске активности, као и менаџмент стил који подразумева делегирање одговорности могу делимично детерминисати перформансе и раст предузећа. Резултати истраживања предузетничке праксе у Републици Србији указују на то да планска активност која се базира на прикупљању и обради података и подразумева израду писаних планова, као и планска активност која има дужи временски хоризонт и шири предметни обухват доприноси већој вредности нето добитка. Менаџмент праксу предузетница карактерише релативно мање развијена активност пословног планирања, као и мање изражено делегирање одговорности – у односу на праксу предузетника. Предузетнице су у мањем броју заступљене у растућим и у делатностима које карактерише неизвесност, што поједини аутори виде као разлог за мање развијену активност пословног планирања. Изражена потреба да се

посао држи под контролом, односно већа диспозиција ка контроли предузетница утиче на то да оне границу раста предузећа дефинишу на нижем нивоу.

Због делатности у којој послују, веће аверзије према ризику, посвећености породици и мање самоефикасности – већина предузетница има конзервативан и опрезан приступ стратегији развоја тржишта и стратегији развоја производа. Слична је ситуација и у Републици Србији где релативно већи број предузетница имплементира стратегију стабилизације, док су различите форме стратегије раста чешће карактеристика пословања предузетника. Што се тиче стратегија иновирања, резултати истраживања спроведеног у Републици Србији указују на то да се повећани ризик офанзивне стратегије базиране на сопственој истраживачко-развојној активности не исплати увек. Наиме, на нивоу укупне популације, предузећа која нов производ/услугу уводе након куповине лиценце остварују већи нето добитак у односу на она код којих је иновација резултат сопственог истраживачког рада. Слично овоме, у популацији предузетница, оне које су имплементирале имитативну стратегију иновирања остварују већу вредност нето добитка у односу на оне које нов производ уводе након реализације сопственог истраживачко-развојног рада. Са друге стране, предузећа која су на бази сопственог истраживања увела нов производ/услугу остварују већу стопу раста запослености у односу на она која су извршила модификацију постојећег производа/услуге. Будући да је офанзивна стратегија, и у првом реду она њена варијанта која подразумева реализацију сопствене истраживачке активности ресурсно захтевна – могуће је да њена имплементација изискује ангажовање нових кадрова. Сем истраживачке, увођење новог производа може проширити и производну и продајну активност предузећа – што, такође, може захтевати повећање броја запослених.

Карактеристике стратегијског приступа маркетингу од стране предузетница одређене су чињеницом да оне имају лоше оцењену самоефикасност у овој области, да значајно улажу у квалитет понуде и у развој односа са купцима, понекада и изнад границе економске оправданости. У домену свог стратегијског приступа наступу на тржишту, предузетнице у Републици Србији придају већи значај диференцијацији своје понуде, у односу на значај који диференцијација има за маркетинг праксу предузетника.

Расположивост финансијских средстава је једна од кључних детерминанти предузетничке активности. Пласман средстава у оснивање нових предузећа екстерни финансијери перципирају као нарочито ризичан. Због ограничења у приступу екстерним изворима финансирања, лична имовина предузетника представља основни

извор финансирања оснивања предузећа. Поред директне подршке оснивању предузећа, значај величине личне имовине је и у томе што она може бити средство обезбеђења кредита, који представљају најчешће коришћени спољни извор финансирања. Лична имовина жена је значајно мања, релативно према личној имовини мушкараца. Такође, жене ређе користе банкарске кредите за финансирање оснивања и каснијег пословања свог предузећа. Мања имовина и ређе заступљено екстерно финансирање усмеравају жене ка мање капитално интензивним делатностима. У вези са разлозима за ређе коришћење кредита као извора финансирања од стране предузетница не постоје јединствени закључци. Са једне стране, постоји могућност да је овакво стање резултат деловања фактора на страни тражње, односно мање тражње за кредитима од стране предузетница зато што оне имају већу аверзију према ризику, имају већу диспозицију контроле, лошије оцењену самоефикасност у домену финансијског менаџмента, или једноставно зато што воде мања и спорорастућа предузећа чији су захтеви за финансијским средствима мањи. Са друге стране, мање изражено коришћење кредита од стране предузетница може бити резултат услова кредитирања које за њих дефинишу банке, а који се односе на већу каматну стопу, потребу да се обезбеди колатерално обезбеђење, или жирант. Оваква родна дискриминација на страни понуде банчиних кредита се објашњава у контексту схватања предузетница као кредитних апликаната који су мање посвећени пословном успеху, нарочито оном његовом аспекту који се изражава и мери финансијским показатељима. Алтернативно објашњење за диферентан третман предузетница може бити структурне природе. Наиме, постоји могућност да су финансијери опрезнији зато што су предузећа у власништву жена у већем броју у делатностима са израженом конкуренцијом, са малим профитним потенцијалом и са високим стопама морталитета. Такође, ради се о делатностима које су радно интензивне што имплицира мању вредност имовине која се може користити као средство за обезбеђење кредита. Како је већ истакнуто, предузећа у власништву жена су мања и млађа, док се при оцени кредитних захтева предност даје већим предузећима са изграђеном тржишном позицијом и одређеном кредитном историјом. Предузетнице су у мањем броју носиоци тражње и на тржишту ризичног капитала. Чињеница је да су жене у мањем броју образоване у пољу економије и технике, да су мање заступљене у растућим гранама и да имају краће менаџмент искуство (нарочито на топ менаџерским позицијама). У исто време, ово су неки од кључних критеријума које финансијери на тржишту ризичног капитала користе за оцену власника предузећа чије се финансирање разматра. Такође, у

вези са мањим учешћем предузетница у финансирању ризичним капиталом истиче се могућност да постоји тзв. родно пристрасно одлучивање – односно да мушкарци који су у већем броју случајева доносиоци одлука о усмеравању средства одлучују у корист мушкараца.

Предузетнице у Републици Србији које су своје пословање финансирале и средствима из кредита банака остварују већу вредност нето добитка у односу на оне које нису. Овај резултат може указивати на то да средства обезбеђена из институционалних екстерних извора могу бити значајна подршка пословним перформансама предузетница. Такође, коришћење средстава из кредита банака углавном подразумева и оцену оправданости њихове намене од стране банке. У том смислу се може претпоставити да су предузетнице које су аплицирале и добиле кредит имале економски оправдану и изводљиву пословну идеју чија је реализација допринела остваривању веће вредности нето добитка.

Што се тиче утицаја фактора из општег окружења, истиче се да је у првом реду евидентан утицај фактора из правно-политичког и фактора из социо-културолошког окружења на предузетничку активност жена. Када постоји правно утемељена родна дискриминација, она се готово увек односи на жене. Дискриминаторна правна решења могу утицати на предузетничку, и уопште – на економску активност жена. У појединим правним системима су дефинисане норме којима се женама ограничава приступ одређеним делатностима, дужина радног времена и/или приступ ресурсима. Резултати истраживања Светске банке указују на то да је у појединим друштвима женама ограничено право на склапање уговора, право на поседовање банковног рачуна, слобода располагања финансијским средствима. Поједина правна решења у домену наследног права и у области располагања породичном имовином могу у потпуности онемогућити, или значајно ограничити предузетничку активност жена.

Како се према извештајима Светске банке може закључити да у Републици Србији нема формално-правно засноване родне дискриминације, оцена фактора из правно-политичког окружења извршена је са аспекта значаја појединих административних препрека за пословање. Резултати истраживања указују на то да су према сопственој оцени испитаника, административне баријере већа препрека за пословање предузетница. Имајући у виду карактеристике њиховог хуманог и социјалног капитала, као и демографске карактеристике њихових предузећа, разумљиво је зашто су административна решења у области пореског система, рада инспекцијских органа и радног права, значајније баријере за пословање предузетница.

У социо-културолошком окружењу предузетница у највећем броју случајева постоје родни стереотипи који жене усмеравају при избору поља образовања, а затим, и при избору области и начина радног ангажовања. Ово *усмеравање* понашања за жене углавном значи ређи избор предузетништва као опције запослености, односно избор мање приносних делатности пословања. У највећем броју друштава се од жена очекује да имају фокус на своју улогу у породици, што може имати негативних ефеката на њихово ангажовање на послу. Истиче се да током процеса ране социјализације постоје разлике у вредносном усмеравању девојчица и дечака, што касније доводи до тога да жене у пословању више значаја придају квалитативним аспектима успеха. Тако се код девојчица у највећем броју култура обесхрабрује агресивност и ризично понашање, што су особине у великој мери повезане са пословним успехом. Имајући у виду да се предузетништво углавном перципира као активност мушкараца, дешава се да битни стејкхолдери као што су финансијери, добављачи и купци немају поверења у компетентност предузетница. Резултати спроведеног истраживања потврђују ставове да су предузетнице у Републици Србији значајно чешће суочене са родно узрокованим проблемима у пословању. Маскулинизација предузетничке активности од стране друштва може довести и до тога да саме предузетнице (неоправдано) сумњају у своју предузетничку самоефикасност.

Имајући у виду да је економска активност жена недовољно искоришћен извор националне конкурентности, подршка њиховом економском ангажману није само питање економске еманципације и оснаживања жена, већ и питање битно за укупни соци-економски прогрес једног друштва. Стога не чуди актуелизација програма подстицања и подршке предузетничкој активности жена. У складу са идентификованим проблемима са којима се предузетнице сусрећу, мере подршке се односе на финансијски и на нефинансијски аспект подршке. У домену финансијских мера издвајају се оне које подразумевају финансирање иновативних активности, увођења стандарда квалитета, гаранције за кредите, микрокредитирање, суфинансирање трошкова обуке и консултантских услуга. Нефинансијска подршка подразумева организовање програма обуке, тренинга, менторинг подршку предузетницама, као и постављање информационих портала који обезбеђују проблемски оријентисане и предметно специфичне информације предузетницама.

ЛИТЕРАТУРА

1. Acs, Z. (2006). How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *Innovation*, 1(1): 97-107.
2. Acs, Z., Desai, S., & Klapper, L. (2008). What Does "Entrepreneurship" Data Really Show? A Comparison of GEM and the World Bank Group Entrepreneurship Data. *Policy Research Working Paper No. 4667*. The World Bank Development Research Group Finance and Private Sector Team. Доступно на: <http://elibrary.worldbank.org/doi/pdf/10.1596/1813-9450-4667> (10.04.2014. год.)
3. Ahl, H. (2003). The Scientific Reproduction of Gender Inequality: A Discourse Analysis of Research Articles on Women's Entrepreneurship. Рад представљен на скупу *Gender and Power in the New Europe, the 5th European Feminist Research Conference*, August 20-24, 2003 Lund University. Sweden: Jonkoping University. Доступно на: http://www.iiv.nl/epublications/2003/gender_and_power/5thfeminist/paper_346.pdf (07.01.2014. год.)
4. Ahmad, N., & Hoffman, A. (2008). A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship. *OECD Statistics Working Paper*. Доступно на: <http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=std/doc%282008%292> (23.04.2014. год.)
5. Ahmad, N., & Seymour, R. (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. *OECD Statistics Working Papers*. Доступно на: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5kzn93v3mg9t.pdf?expires=1397117880&id=id&accname=guest&checksum=3C810077E11BFE7C25CD51C5EF5E64DA> (14.04.2014. год.)
6. Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. Berkshire: McGraw Hill – Open University Press.
7. Aker, D., Kumar, V., & Dej, Dž. (2008). *Marketinško istraživanje*. Beograd: Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu (za izdanje na srpskom jeziku).
8. Allen, E., & Langowitz, N. (2013). Understanding the Gender Gap in Entrepreneurship: A Multicountry Examination. У Минити, М. (Ур.) *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data*, (стр. 31-56). Oxford: Oxford University Press. Делимичан приказ: <https://books.google.rs/books?id=5wmnti-Xyrc&pg=PA31&dq=Understanding+the+gender+entrepreneurship+gap:+A+multi-country+examination&hl=sr&sa=X&ei=FrAbVfO1AoensAHdyoD4Ag&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=Understanding%20the%20gender%20entrepreneurship%20gap%3A%20A%20multi-country%20examination&f=false> (01.04.2015. год.)
9. Allen, E., Elam, A., Langowitz, N., & Dean, M. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor – 2007 Report on Women and Entrepreneurship*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
10. Alsos, A., Isaksen, E., & Junggren, E. (2006). New Venture Financing and Subsequent Business Growth in Men- and Women- Led Business. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5): 667-686.
11. Amorós, J., & Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2013*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
12. Anna, A., Chandler, G., Jansen, E., & Mero, N. (2000). Women Business Owners in Traditional and Non-traditional Industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3): 279-303.

13. Ansoff, I. (1987). *Corporate Strategy*. London: Penguin.
14. Apergis, N., & Pekka-Economou, V. (2010). Incentives and Female Entrepreneurship Activity: Evidence from Panel Firm Level Data. *International Advances in Economic Research*, 16(4): 371-387.
15. Appelbaum, E., & Katz, E. (1986). The Measures of Risk Aversion and Comparative Statistics of Industry Equilibrium. *The American Economic Review*, 76(3): 524-529.
16. Aterido, R., & Hallward-Driemeier, M. (2011). Whose business is it anyway? Closing the gender gap in entrepreneurship in Sub-Saharan Africa. *Small Business Economics*, 37(4): 443-464.
17. Audretsch, D., & Thurik, R., (2000). Capitalism and democracy in the 21st Century: from the managed to the entrepreneurial economy. *Journal of the Evolutionary Economics*, 10(1): 17-34.
18. Acs, Z., Arenius, P., Hay, M., & Minniti, M. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor – 2004 Executive Report*. Global Entrepreneurship Research Association.
19. Babović, M. (2012). *Polazna studija o preduzetništvu žena u Srbiji*. Beograd: Program Ujedinjenih nacija za razvoj.
20. Bandura, A. (1994). Self-efficacy. У Ramachandran, V. S. (Ур.), *Encyclopedia of human behavior* (Vol. 4, стр. 71-81). New York: Academic Press.
21. Bardasi, E., Sabarwal, S., & Terrell, K. (2011). How do female entrepreneurs perform? Evidence from three developing regions. *Small Business Economics*, 37(4): 417-441.
22. Baron, R. (2005). Social Capital. У Hit, M. & Ireland, R. (Ур.) *The Blackwell Encyclopaedia of Management – Volume III: Entrepreneurship* (стр. 224-226). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
23. Baron, R., & Kenny, D. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6): 1173-1182.
24. Barreto, H. (1989). *The Entrepreneur in Microeconomic Theory*. London: Routledge. Делимичан приказ на:
http://books.google.rs/books?id=IYg9AAAAIAAJ&printsec=frontcover&hl=sr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (07.04.2013. год.)
25. Bates, T. (1995). Self-employment Entry across Industry Groups. *Journal of Business Venturing*, 10: 143-156.
26. Baumol, W. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *American Economic Review – Papers and Proceedings of the 18th Annual Meeting of the American Economic Association*, 58(2): 64-71.
27. Becker, G. (1993). *Human Capital – A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago: The University of Chicago Press.
28. Bethlehem, J., & Biffignandi, S. (2012). *Handbook of Web Surveys*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
29. Bird, B., & Brush, C. (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3): 41-65.
30. Bird, S., & Sapp, S. (2004). Understanding the Gender Gap in Small Business Success: Urban and Rural Comparisons. *Gender and Society*, 18(1): 5-28.
31. Birley, S. (1989). Female Entrepreneurs: Are They Really Any Different? *Journal of Small Business Management*, 27(1): 32-37.

32. Blanchflower, D. (2000). Self-employment in OECD countries. *Labour Economics*, 7(5): 471-505.
33. Blanchflower, D. (2004). Self-employment: more may not be better. *Forthcoming Swedish Economic Policy Review*. Рад презентован на скупу Conference on Self-employment, The Economic Council of Sweden, март 2004.
34. Blanchflower, D., & Oswald, A. (1990). What makes a young entrepreneur? *National Bureau of Economic Research Working Paper No. 3252*. Доступно на: http://www.nber.org/papers/w3252.pdf?new_window=1 (08.02.2014. год.)
35. Boden, R. (1999a). Flexible Working Hours, Family Responsibilities, and Female Self-Employment. *American Journal of Economics and Sociology*, 58(1): 71-83.
36. Boden, R. (1999b). Gender inequality in wage earnings and female self-employment selection. *Journal of Socio-Economics*, 28(3): 351-364.
37. Bolton, E. (1971). *Report of the Committee of Inquiry on Small Firms*. Cmnd. 4811. London: HMSO.
38. Bönthe, W., & Piegeler, M. (2012). Gender gap in latent and nascent entrepreneurship: driven by competitiveness. *Small Business Economics*, 41(4): 961-987.
39. Bosma, N., & Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor – 2009 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
40. Bosma, N., Acs, Z., Autio, E., Coduras, A., & Levie, J. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor – 2008 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
41. Bosma, N., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor – 2007 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
42. Botha, M., Nieman, G., & Vuuren, J. (2006). Enhancing female entrepreneurship by enabling access to skills. *Entrepreneurship Management*, 2(4): 479-493.
43. Bowen, D., & Hisrich, R. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. *The Academy of Management Review*, 11(2): 393-407.
44. Bozeman, B., & Feeney, M. (2007). Toward a Useful Theory of Mentoring A Conceptual Analysis and Critique. *Administration & Society*, 39(6): 719-739.
45. Bracker, J., & Pearson, J. (1986). Planning and Financial Performance of Small, Mature Firms. *Strategic Management Journal*, 7(6): 503-522.
46. Bracker, J., Keats, B., & Pearson, J. (1988). Planning and Financial Performance among Small Firms in a Growth Industry. *Strategic Management Journal*, 9(6): 591-603.
47. Brush, C. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4): 5-30.
48. Budig, M. (2006). Intersections on the Road to Self-Employment: Gender, Family and Occupational Class. *Social Forces*, 84(4): 2223-2239.
49. Burke, A., FitzRoy, F., & Nolan, M. (2002). Self-employment Wealth and Job Creation: The Roles of Gender, Non-pecuniary Motivation and Entrepreneurial Ability. *Small Business Economics*, 19(3): 255-270.
50. Burns, R. B., & Burns, R. A. (2008). *Business Research Methods and Statistics using SPSS*. London: Sage Publications.

51. Burt, R. (1992). *Structural Holes – The Social Structure of Competition*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. Делимичан приказ на:
<http://books.google.rs/books?id=E6v0cVy8hVIC&printsec=frontcover&hl=sr#v=onepage&q&f=false>
(20.11.2013. год.)
52. Buttner, H. (1993). Female Entrepreneurs: How Far Have They Come? *Business Horizons*, 36 (2): 59-65.
53. Buttner, H. (2001). Examining Female Entrepreneurs' Management Style: An Application of Relational Frame. *Journal of Business Ethics*, 29(3): 253-269.
54. Buttner, H., & Moore, D. (1997). Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates with Success. *Journal of Small Business Management*, 35(1): 34-46.
55. Bygrave, W., & Hofer, C. (1991). Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2): 13-23.
56. Bygrave, W., & Quill, M. (2006). *GEM Financing Report*. Babson Park: Babson College, London: London Business School.
57. Byrnes, J., Miller, D., & Schafer, W. (1999). Gender Differences in Risk Taking: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 125(3): 364-383.
58. Campbell, D., Stonehouse, G., & Houston, B. (2002). *Business Strategy – An Introduction*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
59. Cantillon, R. (1959). *Essay on the Nature of Trade in General*. London: Frank Cass and Company LTD. Прво издање 1775.
60. Carland, J., Hoy, F., Boulton, W., & Carland, J. A. (1984). Differentiating Entrepreneurs from Small business Owners: A Conceptualization. *Academy of Management Review*, 9(2): 354-359.
61. Carr, D. (1996). Two paths to self-employment? Women's and men's self-employment in the United States, 1980. *Work and Occupations*, 23(1): 26–53. Доступно на:
http://www.rci.rutgers.edu/~carrds/publications/carr1996_workocc.html (22.05.2012. год.)
62. Carree, M., & Thurik, R. (2010). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. У Acs, Z., & Audretsch, D. (Ур.) *Handbook of Entrepreneurship Research, International Handbook Series on Entrepreneurship 5* (стр. 557-594). New York: Springer.
63. Carree, M., & Verheul, I. (2012). What Makes Entrepreneurs Happy? Determinants of Satisfaction among Founders. *Journal of Happiness Studies*, 13(2): 371-387.
64. Carter, N., & Williams, M. (2003). Comparing social feminism and liberal feminism: The Case of New Firm Growth. У Butler, J. (Ур.) *New Perspectives on Women Entrepreneurs* (стр. 25-50). Greenwich: Information Age Publishing.
65. Carter, N., Brush, C., Greene, P., Gatewood, E., & Hart, M. (2003). Women entrepreneurs who break through to equity financing: the influence of human, social and financial capital. *Venture Capital*, 5(1): 1-28.
66. Carter, S. & Bennett, D. (2006). Gender and Entrepreneurship. У Carter, S. & Jones-Evans, D. (Ур.) *Enterprise and Small Business – Principles, Practice and Policies*. Harlow: Prentice Hall.
67. Carton, R., Hofer, C., & Meeks, M. (1998). The entrepreneur and entrepreneurship: Operational Definitions of their role in society. Рад представљен на научном скупу: *International Council for Small*

- Business Conference*, Singapore. Доступно на: <http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1998/32.pdf> (03.02.2014. год.)
68. Casson, M. (2001). *Information and Organization: A New Perspective on the Theory of the Firm*. USA: Oxford University Press.
 69. Casson, M. (2003). *The Entrepreneur – An Economic Theory*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
 70. Casson, M. (2010). *Entrepreneurship – Theory, Networks, History*. Northampton: Edward Elgar.
 71. Centola, D., Gonzales-Avella, J. C., Eguiluz V., & Miguel, M. S. (2007). Homophily, Cultural Drift, and the Co-Evolution of Cultural Groups. *Journal of Conflict Resolution*, 51(6): 905-929.
 72. Centre for Strategy & Evaluation Services (2011). *Final Evaluation of the Entrepreneurship and Innovation Programme*. Доступно на: http://ec.europa.eu/cip/files/docs/final-evaluation-of-eip_en.pdf (13.02.2014. год.)
 73. Centre for Strategy and Evaluation Service (2012). *Evaluation of the SME definition*. Kent.
 74. Chaganti, R., & Parasuraman, S. (1996). A Study of Impacts of Gender on Business Performance and Management Patterns in Small Business. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 21(2): 73-75.
 75. Chao, G. (1997). Mentoring Phases and Outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, 51 (1):15–28.
 76. Chen, C., Greene, P., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial Self-efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers. *Journal of Business Venturing*, 13(4): 295-316.
 77. Cihrsman, J., & Kellermanns, F. (2005). Entrepreneur. У Hit, M. & Ireland, R. (Yp.) *The Blackwell Encyclopaedia of Management – Volume III: Entrepreneurship* (стр. 61-63). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
 78. Cliff, J. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of Business Venturing*, 13(6): 523-542.
 79. Cocca, P., & Alberti, M. (2010). A Framework to Assess Performance Measurement Systems in SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 59 (2):186-200.
 80. Coff, R. (2005). Entrepreneurial human capital. У Hit, M. & Ireland, R. (Yp.) *The Blackwell Encyclopedia of Management – Volume III: Entrepreneurship* (стр. 82-84). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
 81. Cole, A., H. (1946). An Approach to the Study of Entrepreneurship: A Tribute to Edwin F. Gay. *The Journal of Economic History*, 6 (Supplement: The Tasks of Economic History): 1-15.
 82. Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure*, 94: S95-S120.
 83. Coleman, S. (2000). Access to Capital and Terms of Credit: A Comparison of Men- and Women-Owned Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, 38(3): 37-52.
 84. Coleman, S., & Robb, A. (2009). A comparison of new firm financing by gender: evidence from the Kauffman Firm Survey data. *Small Business Economics*, 33(4): 397-411.
 85. Covin, J., & Slevin, D. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. *Strategic Management Journal*, 10(1): 75-87.
 86. Cotter, D., Hermsen, J., Ovadia, S., & Vanneman, R. (2001). The Glass Ceiling Effect. *Social Forces*, 80(2): 655-681.

87. Coughlin, J., & Thomas, A. (2002). *The rise of women entrepreneurs: people, processes, and global trends*. Westport: Quorum Books.
88. Cowling, M. (2000). Are entrepreneurs different across countries? *Applied Economics Letters*, 7 (2): 785-789.
89. Cowling, M., & Mitchell, P. (1997). The Evolution of U.K. Self-Employment: A Study of Government Policy and the Role of the Macroeconomy. *The Manchester School*, 65(4): 427-442.
90. Cowling, M., & Taylor, M. (2001). Entrepreneurial Women and Men: Two Different Species? *Small Business Economics*, 16 (3): 167-175.
91. Cuba, R., Denez, D., & Anish, A. (1983). Management Practices of Successful Female Business Owners. *American Journal of Small Business*, 8(2): 40-46.
92. Cunningham, B., & Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29(1): 45-61.
93. Danes, S., Stafford, K., & Loy, J. (2007). Family business performance: The effects of gender and management. *Journal of Business Research*, 60(10): 1058-1069.
94. Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6):405-429.
95. Davidsson, P. (2006). Nascent Entrepreneurship: Empirical Studies and Developments. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 2(1): 1-76.
96. Davis, S. & Haltiwanger, J. (1992). Gross job creation, gross job destruction and employment reallocation. *Quarterly Journal of Economics*, 107(3): 819-863.
97. Dawson, C., & Henley, A. (2015). Gender, Risk, and Venture Creation Intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(2): 501-515.
98. de Wit, G. (1993). Models of Self-employment in Competitive Market. *Journal of Economic Surveys*, 7(4): 367-397.
99. Deakins, D., Graham, L., Sullivan, R., & Whittam, G. (1997). New venture support: an analysis of mentoring support for new and early stage entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 5(2): 151-161.
100. Delmar, F. (2006). Measuring growth: Methodological Considerations and Empirical Results. Y Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (Yp.), *Entrepreneurship and the Growth of the Firm* (стр. 62-83). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
101. Delmar, F., Davidsson, P., & Gartner, W. (2003). Arriving at the high-growth firm. *Journal of Business Venturing*, 18(2):189-216.
102. Dennis, W. (1996). Self-employment: When Nothing Else is Available. *Journal of Labor Research*, VII (4): 645-661.
103. DeTienne, D. (2010). Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development. *Journal of Business Venturing*, 25(2): 203-2015.
104. Devine, T. (1994a). Changes in wage-and-salary returns to skill and the recent rise in female self-employment. *American Economic Review*, 84(2): 108-113.
105. Devine, T. (1994b). Characteristics of self-employed women in the United States. *Monthly Labor Review*, 117(3): 20-34.

106. Díaz-García, M., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3): 261-283.
107. Díaz-García, M., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6 (3): 261-283.
108. Dillman, D. (1991). The Design and Administration of Mail Surveys. *Annual Review of Sociology*, 17: 225-249.
109. Dixit, A., & Rob, R. (1994). Switching Costs and Sectoral Adjustment in General Equilibrium with Uninsured Risk. *Journal of Economic Theory*, 62(1): 48-69.
110. Domanović, V., Stojanović-Aleksić, V., Babić, V. (2012). Performance management concept in Serbia: The traditional or contemporary one? *Actual Problems of Economics*, 10(136): 400-410.
111. Dragutinović Mitrović R. (2002). *Analiza panel serija*. Beograd: Zadužbina Andrejević. Делимичан приказ на: http://books.google.rs/books?id=-xA-Og1DehsC&pg=PA12&lpg=PA12&dq=panel+i+uporedni+podaci&source=bl&ots=_knXZM95OY&sig=4pDk97G_9CvZRTUVC_1tQcYXKkg&hl=en&sa=X&ei=KE2-U_LHEoWN0wXRl4HwBg&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=panel%20i%20uporedni%20podaci&f=false (10.07.2014. год.)
112. Eby, L. (1997). Alternative Forms of Mentoring in Changing Organizational Environments: A Conceptual Extension of the Mentoring Literature. *Journal of Vocational Behavior*, 51(1):125-144.
113. Edwards, P., Roberts, I., Clarke, M., Di Guiseppi, C., Pratap, S., & Wentz, R. (2002). Increasing response rates to postal questionnaires: systematic review. *British Medical Journal*, 324(7347): 1183-1191.
114. Engle, D., Mah, J., & Sadri, G. (1997). An Empirical Comparison of Entrepreneurs and Employees: Implication for Innovations. *Creative Research Journal*, 10(1): 45-49.
115. Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics*, 37(4): 397-415.
116. European Bank for Reconstruction and Development 2014. *Business Advisory Service*. Доступно на: <http://www.ebrd.com/pages/workingwithus/sbs/how/bas.shtml> (13.02.2014. год.)
117. European Network to Promote Women's Entrepreneurship – WES (2012). *Annual Report 2011*. Brussels: European Commission – GD Enterprise and Industry.
118. Eurostat (2008). *The life of women and men in Europe – A statistical portrait*. Luxembourg: Eurostat.
119. Eurostat (2011). *Labour Market Statistics*. Luxembourg: Eurostat.
120. Eurostat (2014). *Labour Force Survey – Database: Employment by age, sex and professional status*. Доступно на: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/employment_unemployment_lfs/data/database (27.04.2014. год.)
121. Evans, D., & Jovanovic, B. (1989). An Estimated Model of Entrepreneurial Choice and Liquidity Constraints. *Journal of Political Economy*, 97(4): 808-827.
122. Fairlie, R., & Robb, A. (2009). Gender differences in business performance: evidence from Characteristics of Business Owners survey. *Small Business Economics*, 33(4): 375-395.
123. Fayolle, A. (2007). *Entrepreneurship and New Value Creation – The Dynamic of the Entrepreneurial Process*. Cambridge: Cambridge University Press. Делимичан приказ на:

<http://books.google.rs/books?id=e7HK2dL0dxAC&printsec=frontcover&dq=editions:SqWuO7VCEvQC&hl=en&sa=X&ei=5fnyU6m2MoHXOZrigdgB&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false>

(19.08.2014. год.)

124. Federal Glass Ceiling Commission. (1995). *A Solid Investment: Making Full Use of the Nation's Human Capital*. Washington D.C.
125. Fitzgerald, M., Winter, M., Miller, N., & Paul, J. (2001). Adjustment Strategies in the Family Business: Implications of Gender and Management Role. *Journal of Family and Economic Issues*, 22(3): 265-291.
126. Foreman-Peck, J. (2005). Measuring Historical Entrepreneurship. У Cassis, Y., & Minoglou, I. P. (Ур.), *Entrepreneurship in Theory and Histor*. New York: Palgrave Macmillan.
127. Fortune (2013). *The most powerful women entrepreneurs*. Доступно на: <http://www.fortuneconferences.com/most-powerful-women-summit-2012/emerging-entrepreneurs/> (14.02.2014. год.)
128. Fossen, R., Rothstein, H., & Korn, H. (2006). Thirty-five years of strategic planning and firm performance research: a meta-analysis. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 2006:1-112.
129. Fox, C., Robinson, L., & Boardley, D. (1998). Cost-Effectiveness of Follow-Up Strategies in Improving the Response Rate of Mail Surveys. *Industrial Marketing Management*, 27(2): 127-133.
130. Freeman, C., & Soete, L. (1997). *The Economic of Industrial Innovation*. Abington: Routledge.
Делимичан приказ на: http://books.google.rs/books?id=Ovs5T_m4hAC&printsec=frontcover&dq=the+economics+of+industrial+innovation&hl=sr&sa=X&ei=rBPzU8S-CImjO_XzgcgC&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q=the%20economics%20of%20industrial%20innovation&f=false (19.08.2014. год.)
131. Freytag, A., & Thurik, R. (2007). Entrepreneurship and its determinants in a cross-country setting. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2): 117-131.
132. Frost, F. (2003). The use of strategic tools by small and medium-sized enterprises: an Australasian study. *Strategic Change*, 12(1): 49-62.
133. Garavan, T., & O'Cinneide, B. (1994). Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation – Part I. *Journal of Industrial Training*, 18(8): 3-12.
134. Garengo, P., & Bernardi, G. (2007). Organizational Capability in SMEs – Performance Measurement as a Key System in Supporting Company Development. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 56(5/6): 518-532.
135. Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4): 696-706.
136. Gartner, W. (1988). "Who is Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4):11-32.
137. Gartner, W., & Shane, S. (1995). Measuring Entrepreneurship over Time. *Journal of Business Venturing*, 10(5): 283-301.
138. GEM (2014). *Data – Key Indicators*. Доступно на: <http://www.gemconsortium.org/key-indicators> (24.05.2014. год.)

139. Gibson, B., & Cassar, G. (2005). Longitudinal Analysis of Relationships between Planning and Performance in Small Firms. *Small Business Economics*, 25(3): 207-222.
140. Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6): 1360-1380.
141. Greene, F., & Mole, K. (2006). Defining and Measuring the Small Business. Y Carter, S., & Evans, D.J. (Yp.) *Enterprise and Small Business – Principles, Practice and Policy* (стр. 7-29). Essex: Pearson Education.
142. Greene, P., Brush, C., Hart, M., & Saporito, P. (2001). Patterns of venture capital funding: is gender a factor? *Venture Capital*, 3(1): 63-83.
143. Gundry, L., & Welsch, H. (2001). The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Women-Owned Enterprises. *Journal of Venturing*, 16(5): 453-470.
144. Gupta, V., Turban, D., Wasti, A., & Sikdar, A. (2009). The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2): 397-417.
145. Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education + Training*, 48(1): 25-38.
146. Hawkey, J. (2002). *Exit Strategy Planning – Grooming Your Business for Sale or Succession*. Hampshire: Gower Publishing Limited.
147. Haynes, G., Rowe, B., Walker, R., & Hong, G-S., (2000). The Differences in Financial Structure between Women- and Men-Owned Family Businesses. *Journal of Family and Economic Issues*, 21(3): 209-226.
148. Hisrich, R., & Brush, C. (1984). The Women Entrepreneur: Management Skills and Business Problems. *Journal of Small Business Management*, 22(1): 30-37.
149. Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2007). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization – Concept and Cases*. Mason: Thomson Higher Education.
150. Holmquist, C., & Carter, S. (2009). The Diana Project: pioneering women studying pioneering women. *Small Business Economics*, 32(2): 121-128.
151. Holtz-Eakin, D., Joulfaian, D., & Rosen, H. (1994). Entrepreneurial Decisions and Liquidity Constraints. *National Bureau of Economic Research Working Paper No. 4526*. Доступно на: http://www.nber.org/papers/w4526.pdf?new_window=1 (08.02.2014. год.)
152. Huarng, K-H., Mas-Tur, A., & Hui Kuang Yu, T. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. *International Entrepreneurship Management*, 8(4): 487-497.
153. Hughes, K., (2005). *Female Enterprise in the New Economy*. Toronto: University of Toronto Press.
154. Hundley, G., (2001). Why Women Earn Less Than Men in Self-Employment. *Journal of Labor Research*, 22(4): 817-829.
155. Ibarra, H. (1992). Homophily and Differential Returns: Sex Differences in Network Structure and Access in an Advertising Firm. *Administrative Science Quarterly*, 37(3): 422-447.
156. Janssens, W., Wijnen, K., Peismacker, P., & Van Kenhove, P. (2008). *Marketing Research with SPSS*. Essex: Prentice Hall.
157. Jianakoplos, N. A., & Bernasek, A. (1998). Are women more risk averse? *Economic Inquiry*, 36(4): 620–630.

158. Johansson, E. (2000). Self-employment and Liquidity Constraints: Evidence from Finland. *Scandinavian Journal of Economics*, 102(1): 123-134.
159. Jome, L., Donahue, M., & Siegel, L. (2006). Working in the Uncharted Technology Frontier: Characteristics of Women Web Entrepreneurs. *Journal of Business and Psychology*, 21(1): 127-147.
160. Jones, S. (2014). Gendered discourses of entrepreneurship in UK higher education: The fictive entrepreneur and the fictive student. *International Small Business Journal*, 32(3): 237-258.
161. Kalleberg, A., & Leicht, K. (1991). Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success. *The Academy of Management Journal*, 34(1): 136-161.
162. Kamberidou, I. (2013). Women entrepreneurs: "we cannot have change unless we have men in the room". *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(6): 1-17.
163. Kanbur, S. M. (1979). On Risk Taking and the Personal Distribution of Income. *Journal of Political Economy*, 87(4): 769-797.
164. Karami, A. (2007). *Strategy Formulation in Entrepreneurial Firms*. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
165. Kelley, D., Brush, C., Greene, P., & Litovsky, Y. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor – 2010 Women's Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
166. Kelley, D., Brush, C., Greene, P., & Litovsky, Y. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor – 2012 Women's Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
167. Kelley, D., Bosma, N. & Amorós, J. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2010*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
168. Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor – 2011 Global Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
169. Kepler, E., & Shane, S. (2007). *Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different*. An Office of Advocacy Working Paper – US Small Business Administration, Office of Advocacy.
170. Kihlstrom, R., & Laffont, J-J. (1979). A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4): 719-748.
171. Kihlstrom, R., & Laffont, J-J. (1983). Implicit Labor Contracts and Free Entry. *The Quarterly Journal of Economics*, 98(Supplement): 55-105.
172. Kim, G. (2006). Do Equally Owned Small Businesses Have Equal Access to Credit? *Small Business Economics*, 27(4/5): 369-386.
173. Kirkwood, J. (2009). Spousal Roles on Motivations for Entrepreneurship: A Qualitative Study in New Zealand. *Journal of Family and Economic Issues*, 30(4): 372-385.
174. Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
175. Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial Discovery and Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1): 60-85.
176. Klapper, L., & Parker, S. (2010). Gender and the business Environment for New Firm Creation. *World Bank Research Observer*, 26(2): 237-257.
177. Knight, F. H. (1964). *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: Sentry Press. Прво издање 1921. Доступно на <http://ambidextrouscivicdiscourse.com/wp-content/uploads/2010/10/Risk-Uncertainty-and-Profit-Frank-Knight.pdf> (14.02.2013. год.)

178. Knorr, H., Garzon, D., & Martinez, D. (2011). Motivations and differences upon reconciling professional and personal life: an empirical study of businesswomen and businessmen in Valencian Community. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7(3): 391-412.
179. Koolman, G. (1971). Say's Conception of the Role of the Entrepreneur. *Economica*, 38(151): 269-286.
180. Kotey, B., & Meredith, G. (1997). Relationships among Owner/Manager Personal Values and Perceptions, Business Strategies, and Enterprise Performance. *Journal of Small Business Management*, 35(2): 37-64.
181. ladybizIT: Women Entrepreneurship on the verge of ICT (2012). *Female Entrepreneurship: A Culture of Collaboration*. Доступно на: http://gender-it.eu/?page_id=1395&lang=el (10.02.2014. год.)
182. Lumpkin, G. T., & Dess, G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1): 135-172.
183. Landström, H. (2005). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. Boston: Springer Science & Business Media, Inc.
184. Lazear, E. (2002). *Entrepreneurship*. Working Paper 9109, Cambridge: National Bureau of Economic Research.
185. Le, A. (1999). Empirical Studies of Self-employment. *Journal of Economic Survey*, 13(4): 381-416.
186. Lechmann, D., & Schnabel, C. (2012). Why is there a gender earnings gap in self-employment? A decomposition analysis with German data. *IZA Journal of European Labor Studies*, 1(6): 1-25.
187. Lee, H., & Marvel, M. (2014). Revisiting the entrepreneur gender-performance relationship: a firm perspective. *Small Business Economics*, 42(4):769-786.
188. Lee, S., Stearns, T., Osteryoung, J., & Stephenson, H. (2009). A comparison of the critical success factors in women-owned business between the United States and Korea. *International Entrepreneurship Management Journal*, 5(3): 259-270.
189. Lee, Y., Jasper, C., & Fitzgerald, M. (2010). Gender Differences in Perceived Business Success and Profit Growth among Family Business Managers. *Journal of Family and Economic Issues*, 31(4): 458-474.
190. Leoni, T., Falk, M. (2010). Gender and field of study as determinants of self-employment. *Small Business Economics*, 34(2): 167-185.
191. Lerner, M., & Almor, T. (2002). Relationships among Strategic Capabilities and the Performance of Women-Owned Small Ventures. *Journal of Small Business Management*, 40(2): 109-125.
192. Lévesque, M., & Minniti, M. (2006). The Effect of Aging on Entrepreneurial Behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2): 177-194.
193. Lim, S., & Envick, B. (2013). Gender and entrepreneurial orientation: a multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3): 465-482.
194. Linsky, A. (1975). Stimulating Responses to Mailed Questionnaires: A Review. *Public Opinion Quarterly*, 39(1): 82-101.
195. Lituchy, T., & Reavley, M. (2004). Women Entrepreneurs: A Comparison of International Small Business Owners in Poland and the Czech Republic. *Journal of International Entrepreneurship*, 2(1-2): 61-87.
196. Loscocco, K., & Leicht, K. (1993). Gender, Work-Family Linkages, and Economic Success among Small Business Owners. *Journal of Marriage and the Family*, 55(4):875-887.
197. Loscocco, K., & Robinson, J. (1991). Barriers to Women's Small-Business Success in the United States. *Gender and Society*, 5(4): 511-532.

198. Loscocco, K., Monnat, S., Moore, G. & Lauber, K. (2009). Enterprising Women: A Comparison of Women's and Men's Small Business Networks. *Gender and Society*, 23(3): 388-411.
199. Loscocco, K., Robinson, J. (1991). Barriers to Women's Small-Business Success in the United States. *Gender and Society*, 5(4): 511-532.
200. Loscocco, K., Robinson, J., Hall, R., & Allen, J. (1991). Gender and Small Business Success: An Inquiry into Women's Relative Disadvantage. *Social Forces*, 70(1): 65-85.
201. Low, B. & Macmillan, I. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal of Management*, 14(2): 139-161.
202. Lucas, R. (1978). On the Size Distribution of Business Firms. *The Bell Journal of Economics*, 9(2): 508-523.
203. Manolova, T., Carter, N., Manev, I., & Gyoshev, B. (2007). The Differential Effect of Men and Women Entrepreneur' Human Capital and Networking on Growth Expectancies in Bulgaria. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3): 407-426.
204. McQuarrie, F. (2005). Glass Ceiling. Y Cartwright, S. (Yp.) *The Blackwell Encyclopedia of Management – Volume V: Human Resource Management* (срп. 146-147). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
205. Menezis, T., Diochon, M., Gasse, Y., & Elgie, S. (2006). A longitudinal study of the characteristics, business creation process and outcome differences of Canadian female vs. male nascent entrepreneur. *Entrepreneurship Management*, 2(4): 441-453.
206. Meyer, D., Heidi, N., & Meeks, M. (2002). The Entrepreneurship-Strategic Management Interface. Y Hitt, M., Ireland, D., Camp, M., & Sexton, D. (Yp.) *Strategic Entrepreneurship – Creating a new Mindset* (срп. 18-46). Oxford: Blackwell Publishing.
207. Minniti, M. (2010). Female Entrepreneurship and Economic Activity. *European Journal of Development Research*, 22(3): 294-312.
208. Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in Someone Else's Shoes: the Role of Gender in Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2-3): 223-238.
209. Mintzberg, H. (1973). Strategy-Making in Three Modes. *California Management Review*, 16(2):44-53.
210. Mises, L. (1998). *Human Action: A Treatise on Economics*. Alabama: The Ludwig von Mises Institute. Прво издање 1949.
211. Moore, G. (1990). Structural Determinants of Men's and Women's Personal Networks. *American Sociological Review*, 55(5): 726-735.
212. Morris, M. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies*. Westport: Greenwood Publishing Group.
213. Morris, M., Miyasaki, N., Watters, C., & Coombes, S. (2006). The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2): 221-244.
214. Mueller, S., & Dato-on, M. (2013). A cross cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1): 1-20.
215. Mueller, S., & Thomas, A. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: a Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1): 51-75.
216. Mukhtar, S-M., 2002. Differences in Male and Female Management Characteristics: A Study of Owner-Manager Businesses. *Small Business Economics*, 18(4): 289-311.

217. Müller, W., & Arum, R. (2004). Self-Employed Dynamics in Advanced Economies. Y Arum, R., & Müller, W. (Yp.) *Reemergence of Self-Employment: A Comparative Study of Self-Employment Dynamics and Social Inequality* (срп. 1-35). New Jersey: Princeton University Press.
218. Myers, S. (1984). The Capital Structure Puzzle. *Journal of Finance*, 39(3): 575–592.
219. Newby, R., Watson, J., & Woodliff, D. (2003). SME Survey Methodology: Response Rates, Data Quality, and Cost Effectiveness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2): 163-172.
220. Nir, A. (1999). Time Perspectives of Strategic Planning Processes and Plans as a Function of Gender and Echelon Socialization. *Sex Roles*, 41(9/10): 737-752.
221. Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management*, 9(2): 183-197.
222. Norburn, D. (2005). PEST Analysis. Y McGee, J. (Yp.). *The Blackwell Encyclopedia of Management – Volume XII: Strategic Management* (срп. 249-251). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
223. Nykvist, J. (2008). Entrepreneurship and Liquidity Constraints: Evidence from Sweden. *Scandinavian Journal of Economics*, 110(1): 23–43.
224. OECD (2009). *Measuring Entrepreneurship – A Collection of Indicators*. OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme.
225. OECD (2012). *Entrepreneurship at a Glance 2012*. OECD Publishing.
226. OECD (2013). *Entrepreneurship at a Glance 2013*. OECD Publishing.
227. OECD (2014). *Entrepreneurship and Business Statistics – The OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme (EIP): background information*. Доступно на: <http://www.oecd.org/industry/business-stats/theentrepreneurshipindicatorsprogrammeeipbackgroundinformation.htm> (14.04.2014. год.)
228. Opportunity Bank Srbija (2013). Жена за 10. Доступно на: <http://www.obs.rs/sr/4-medija-centar/14-novosti/text/159-zena-za-10-izbor-za-preduzetnicu-godine/> (14.02.2014. год.)
229. Orser, B., & Hogarth-Scott, S. (2002). Opting for Growth: Gender Dimensions of Choosing Enterprise Development. *Canadian Journal of Administrative Science*, 19(3): 284-300.
230. Orser, B., Elliot, C., & Leck, J. (2011). Feminist attributes and entrepreneurial identity. *Gender in Management: An International Journal*, 26(8): 561-589.
231. Parker, S. (1996). A Time Series Model of Self-employment under Uncertainty. *Economica*, 63(251): 459-475.
232. Parker, S. (1997). The Effects of Risk on Self-Employment. *Small Business Economics*, 9(6): 515-522.
233. Parker, S. (2004). *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*. Cambridge: Cambridge University Press.
234. Parker, S. (2005). *The Economics of Entrepreneurship: What We Know and What We Don't*. Boston/Delft: now Publishers Inc.
235. Parker, S. (2009). *The Economics of Entrepreneurship*. Cambridge: Cambridge University Press.
236. Parker, S., & Praag, M. (2012). The entrepreneur's mode of entry: Business takeover or new venture start? *Journal of Business Venturing*, 27(1): 31-46.
237. Parker, S., & Robson, M. (2004). Explaining International Variations in Self-Employment: Evidence from a Panel of OECD Countries. *Southern Economic Journal*, 71(2): 287-301.

238. Pavlović-Babić, D., & Baucal, D. (2013). *Podrži me, inspiriši me – PISA 2012 u Srbiji: prvi rezultati*. Beograd: Institut za psihologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu – Centar za primenjenu psihologiju.
239. Penrose, E. (2009). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press.
240. Peris-Ortiz, M., Rueda-Armengot, C., & Benito Osorio, D., (2012). Women in business: entrepreneurship, ethics and efficiency. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3): 343-354.
241. Pfarrer, M., & Smith, K. (2005). Creative destruction. У Hit, M. & Ireland, R. (Ур.) *The Blackwell Encyclopedia of Management – Volume III: Entrepreneurship* (стр. 50-53). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
242. Porter, M. (1998). *Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
243. Powel, G., & Butterfield, A. (1994). Investigating the "Glass Ceiling" Phenomenon: an Empirical Study of Actual Promotions to top Management. *Academy of Management Journal*, 37(1): 68-86.
244. Praag, M. (1999). Some Classic Views of Entrepreneurship. *De Economist*, 147(3), 311-335.
245. Praag, M., & Ophem, H. (1995). Determinants of Willingness and Opportunity to Start as an Entrepreneur. *Kyklos*, 48(4): 513-540.
246. Predić, B., & Stošić, D. (2011). The Impact of Networking Strategies on the Competitiveness of Small and Medium Sized Enterprises. У Babić, V. (Ур.) *Contemporary Issues in Economics, Business and Management* (стр. 203-217). Kragujevac: Faculty of Economics.
247. Predić, B., & Stošić, D. (2013). Networking Strategies among Small and Medium Sized Enterprises – The Example from South Serbia. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 15(3): 306-323.
248. Predić, B., & Stošić, D. (2015). Preduzetništvo iz nužde u periodu krize na primeru radno aktivnog stanovništva u Republici Srbiji – ukupno i po polu. У Arandelović, Z., & Marinković, S. (Ур.) *Antikrizne politike i postkrizni procesi: Izazovi ekonomske nauke*, (стр. 415-427). Niš: Ekonomski fakultet.
249. Predić, B., Stefanović, S., & Stošić, D. (2010). Relationship between Firm Size and Growth Rate. *Proceedings: 1st DQM International Conference Life Cycle Engineering and Management – ICDQM-2010*, (174-180), June, 29 – 30, Belgrade.
250. Predić, B., Stefanović, S., & Stošić, D. (2014). Istraživanje dinamike i ograničavajućih faktora zaposlenosti u malim i srednjim preduzećima u Republici Srbiji u uslovima krize. *Ekonomske teme*, 52(1): 33-48.
251. Prell, C. (2012). *Social Networks Analysis: History, Theory and Methodology*. London: Sage Publications.
Делимичан приказ на
http://books.google.rs/books?id=BKamSJe8458C&pg=PA54&lpg=PA54&dq=Friendship+as+a+Social+Process:+A+Substantive+and+Methodological+Analysis&source=bl&ots=f9Sro7tvm_&sig=8INu7JUGKei3OJ8Fp9qzoPit7lw&hl=sr&sa=X&ei=mZeMUrDSJ6eQ0AX9iICoDw&ved=0CG4Q6AEwBw#v=onepage&q=homophily&f=false (20.11.2013. год.)
252. Radović-Marković, M. (2007a). Women Entrepreneurs and Managers in Serbia. У Radović-Marković, M. (Ур.) *The Perspective of Women's Entrepreneurship in the Age of Globalization* (стр. 77-85). Charlotte: Information Age Publishing.
253. Radović-Marković, M. (2007b). Women Leaders: Case Study of Serbia. У Radović-Marković, M. (Ed.) *The Perspective of Women's Entrepreneurship in the Age of Globalization* (стр. 87-94). Charlotte: Information Age Publishing.

254. Renzulli, L., Aldrich, H., & Moody, J. (2000). Family Matters: Gender, Networks, and Entrepreneurial Outcomes. *Social Forces*, 79(2): 523-546.
255. Reynolds, P., Bygrave, W., Autio, E., Cox, L., & Hay, M. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor – 2002 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
256. Reynolds, P., Hay, M., & Camp, M. (2000). *Global Entrepreneurship Monitor – 1999 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
257. Ricketts, M. (2006). Theories of Entrepreneurship: Historical Development and Critical Assessment. Y Casson, M., Yeung, B., Basu, A., & Wadeson, N. (Yp.). *The Oxford Handbook of Entrepreneurship* (стр. 33-59). Oxford University Press.
258. Rietz, A., & Henrekson, M. (2000). Testing the Female Underperforming Hypothesis. *Small Business Economics*, 14(1): 1-10.
259. Ritson, N. (2008). *Strategic Management*. Frederiksberg: Ventus Publishing ApS.
260. Robichaud, Y., Zinger, T., & LeBrasseur, R. (2007). Gender differences within early stage and established small enterprises: An exploratory study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 3(3): 323-343.
261. Robinson, R., & Pearce, J. (1984). Research Thrusts in Small Firm Strategic Planning. *The Academy of Management Review*, 9(1): 128-137.
262. Robson, M. (1998). Self-employment in the UK regions. *Applied Economics*, 30(3): 313-320.
263. Rodríguez, M., & Santos, F. (2009). Women nascent entrepreneurs and social capital in the process of firm creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(1): 45-64.
264. Roper, S. (1998). Entrepreneurial Characteristics, Strategic Choice and Small Business Performances. *Small Business Economics*, 11(1): 11-24.
265. Rosa, P., Hamilton, D., Carter, S., & Burns, H. (1994). The Impact of Gender on Small Business Management: Preliminary Findings of a British Study. *International Small Business Journal*, 12(3): 25-32.
266. Rosti, L., & Chelli, F. (2005). Gender Discrimination, Entrepreneurial Talent and Self-Employment. *Small Business Economics*, 24(2): 131-142.
267. Rotter, J. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1): 1- 28.
268. Rue, L., & Ibrahim, N. (1998). The Relationship between Planning Sophistication and Performance in Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, 36(4): 24–32.
269. Runyan, R., Huddleston, P., & Swinney, J. (2006). Entrepreneurial orientation and social capital as small firm strategies: A study of gender differences from resource-based view. *Entrepreneurship Management*, 2(4): 455-477.
270. Santos, F. (2009). Women entrepreneurs across racial lines: issues of human capital, financial capital and network structures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(3): 341-344.
271. Say, J. B. (2011). *A Treatise on Political Economy; or the Production, Distribution, and Consumption of Wealth*. Indianapolis: Liberty Fund, Inc. Прво издање 1803. Доступно на: http://files.libertyfund.org/files/274/Say_0518_EBk_v6.0.pdf (26.02.2013. год.)
272. Say, J., B. (1817). *Catechism of the Political Economy or Familiar Conversations on the Manner in Which Wealth is Produced, Distributed, and Consumed in Society*. Philadelphia: M. Carey & Son. Прво издање

1815. Доступно на: <http://www.ebooksread.com/authors-eng/jean-baptiste-say/catechism-of-political-economy-or-familiar-conversations-on-the-manner-in-which-jya.shtml> (17.03.2013. год.)
273. Schell, C. (2005). Venture Capital. У Garret, I. (Уп.) *The Blackwell Encyclopedia of Management – Volume IV: Finance* (стр. 208-211). Malden: Blackwell Publishing.
274. Schumpeter, J. (1939). *Business Cycles*. New York, London, Toronto: McGraw-Hill Book Company.
275. Schumpeter, J. (1947). The Creative Response in Economic History. *Journal of Economic History*, 7(2): 149-159.
276. Schumpeter, J. (1975). *Povijest ekonomske analize*. Zagreb: Informator.
277. Schumpeter, J. (2003). *Capitalism, Socialism & Democracy*. London and New York: Routledge. Прво издање 1943.
278. Schwab, K (2014). *The Global Competitiveness Report 2013-2014*. Geneva: World Economic Forum
279. Scott, C. (1986). Why more women are becoming entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 24(4): 37-43.
280. Sena, V., Scott, J., & Roper, S. (2012). Gender, borrowing patterns and self-employment: some evidence for England. *Small Business Economics*, 38(4): 467-480.
281. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1): 217-22.
282. Sheperd, D., & Zacharakis, A. (2005). Venture Capital. У Hitt, M., & Ireland, D. (Уп.) *The Blackwell Encyclopedia of Management – Volume III: Entrepreneurship* (стр. 245-246). Malden: Blackwell Publishing.
283. Shesinski, E., & Drèze, J. (1976). Demand Fluctuations, Capacity Utilization, and Costs. *The American Economic Review*, 66(5): 731-742.
284. Sluis, J., Praag, M., & Vijverberg, W. (2005). Entrepreneurship Selection and Performance: A Meta-Analysis of the Impact of Education in Developing Economies. *The World Bank Economic Review*, 19(2): 225-261.
285. Small and Medium Enterprise Agency (1999). *Small and Medium-sized Enterprise Basic Act* (Act No. 154 of 1963: Amended in December 3, 1999).
286. Smallbone, D., & Wyer, P. (2006). Growth and Development in the Small Business. У Carter, S., & Evans, D.J. (Уп.) *Enterprise and Small Business – Principles, Practice and Policy* (стр. 100-126). Essex: Pearson Education.
287. SME Department of National Development and Reform Commission (NDRC) of P.R. China (2003). *Interim Regulations on SME Categorizing Criteria*.
288. Smith, P. (2005). Glass Ceiling. У Werhane, P., & Freeman, E. (Уп.) *The Blackwell Encyclopedia of Management – Volume II: Business Ethics* (стр. 213-214). Malden: Blackwell Publishing.
289. Spencer, W., J., & Gomez, C. (2004). The relationship among national institutional structures, economic factors, and domestic entrepreneurial activity: a multicountry study. *Journal of Business Research*. 57 (10): 1098-1107.
290. Stam, E., Audretsch, D., & Meijaard, J. (2008). Renascent entrepreneurship. *Journal for Evolutionary Economics*, 18(3): 493-507.

291. State Duma of the Russian Federation (2007). *Federal Law no. 209-FZ of July 24, 2007 on Developing Small and Medium Scale Entrepreneurship in the Russian Federation.*
292. Stavropoulou, O., & Protopapa, S. (2013). A strengths-based approach to mentoring women entrepreneurs: how to free the strengths within them. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(13): 1-10.
293. Stefanović, S., & Simić, I. (2013). Analiza humanog kapitala žena u funkciji razvoja preduzetništva i konkurentnosti srpske privrede. U Petrović, D. (Upr.) *Istraživanje i analiza povezanosti primene specijalizovanih menadžment disciplina i konkurentnosti srpske privrede*, (str. 117-139). Beograd: Fakultet organizacionih nauka.
294. Stefanović, S., & Stošić, D. (2011). Položaj različitih kategorija ranjivih grupa u gradu Nišu. U Zubović, J. (Upr.) *Aktivne mere na tržištu rada i pitanja zaposlenosti* (str. 613-647). Beograd: Institut ekonomskih nauka
295. Stefanović, S., & Stošić, D. (2012a). Age and Education as Determinants of Entrepreneurship. *Facta Universitatis*, 9(3): 327-339.
296. Stefanović, S., & Stošić, D. (2012b). Specifičnosti i izazovi ženskog preduzetništva. *Ekonomске teme*, 3: 319-335.
297. Stefanović, S., Ivanović Đukić, M., & Janković-Milić, V. (2013). The Analysis of Key Challenges and Constraints to the Stability and Growth of an Entrepreneurial Sector in Serbia. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 15(3): 346-363.
298. Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business Economics*, 24(3): 311-321.
299. Stephan, P., & El-Ganainy, A. (2007). The entrepreneurial puzzle: explaining the gender gap. *Journal of Technological Transfer*, 32(5): 475-487.
300. Stevenson, H., & Jarillo, C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11(Special Issue: Corporate Entrepreneurship): 17-27.
301. Stevenson, L. (1986). Against all odds: the entrepreneurship of women. *Journal of Small Business Management*, 24(3): 30-36.
302. Storey, D. J. (2010). *Understanding the Small Business Sector*. Hampshire: Cengage Learning EMEA.
303. Stošić, D., Stanković, J., Janković-Milić, V., & Radosavljević, M. (2014). Glass Ceiling Phenomenon in Transition Economies – The Case of South Eastern Serbia. *Facta Universitatis – Series: Economics and Organization*, у штампи.
304. Strier, R., & Abdeen, Z. (2009). Women's Experiences of Micro-Enterprise: Contexts and Meanings. *Sex Roles*, 61(7-8): 566-579.
305. Tan, J. (2008). Breaking the "Bamboo Curtain" and the "Glass Ceiling": The Experience of Women Entrepreneurs in High-Tech Industries in an Emerging Market. *Journal of Business Ethics*, 80(3): 547-664.
306. The European Commission (2003). Commission Recommendation Of 6 May 2003 Concerning The Definition Of Micro, Small And Medium-Sized Enterprises, *Official Journal of the European Union L 124/36-41 2003/361/EC*.
307. The European Commission (2004). *Promoting entrepreneurship amongst women – Best Report No 2*. Brussels: European Commission – GD Enterprise and Industry.

308. The European Commission (2009). *Investment readiness for women entrepreneurs*. Доступно на: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/af/itemdetail.cfm?item_id=3841&lang=en&tpa_id=127 (13.02.2014. год.)
309. The European Commission (2010). *Strategy for equality between women and men 2010-2015*. Brussels: European Commission.
310. The European Commission (2011). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Review of the Small Business Act for Europe*. Brussels.
311. The European Commission (2013). COSME: € 2.3 billion to foster the competitiveness of SMEs over the next seven years – Press release. Доступно на: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-1135_en.htm (13.02.2014. год.)
312. The European Commission (2014a). *Encouraging Women Entrepreneurs* Доступно на: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/index_en.htm#h2-1 (11.02.2014. год.)
313. The European Commission (2014b). *The European Network of Women Entrepreneurship Ambassadors*. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/ambassadors/index_en.htm
314. Thébaud, S. (2010). Gender and Entrepreneurship as a Career Choice: Do Self-assessments of Ability Matter? *Social Psychology Quarterly*, 73(3): 288-304.
315. Thurik, R., Wennekers, S., & Uhlaner, L. (2002). Entrepreneurship and Economic Performance: a Macro Perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(2): 157-179
316. TNS Opinion & Social (2012). *Flash Eurobarometer 354 – Entrepreneurship in the EU and Beyond*. Brussels: European Commission, Directorate-General Enterprise and Industry.
317. Tsuchiya, R. (2010). Neighborhood social networks and female self-employment. *International Entrepreneurship and Management*, 6(2): 143-161.
318. Ufuk, H., & Özgen, Ö. (2001). Interaction between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. *Journal of Business Ethics*, 31(2): 95-106.
319. UNESCO Institute for Statistics (2012). *International Standard Classification of Education – ISCED 2011*. Montreal.
320. United Nations Development Programme. (2013). *Human Development Index Report – The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World*. New York: United Nations Development Programme.
321. United States Government – US Small Business Administration (2013a). *Small Business Act*.
322. United States Government – US Small Business Administration (2013b). *Table of Small Business Size Standards Matched to North American Industry Classification System Codes*.
323. United States Government – US Small Business Administration (2013в). *Summary of Size Standards by Industry*. Доступно на <http://www.sba.gov/content/summary-size-standards-industry> (31.01.2014. год.)
324. USAID – Пројекат Предузимљиво (2012). *Финансирање раста малих и средњих предузећа*. Доступно на: <http://www.pks.rs/Documents/Kabinet%20predsednika%20i%20protokol/FINANSIRANJE%20RASTA%20MSP%20kljucna%20pitanja%20i%20preporuke.pdf> (12.02.2014. год.)

325. Verheul, I., & Thurik, R. (2001). Start-Up Capital: "Does Gender Matter?" *Small Business Economics*, 16 (4): 329-345.
326. Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., & van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33(2): 325-341.
327. Vossenbergh, S. (2013). *Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it?* Maastricht School of Management: Working Paper No. 2013/08: 1-29.
328. Wagner, J. (2007). What a Difference a Y makes – Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28(1): 1-21.
329. Walker, E., & Webster, B. (2006). Management competencies of women business owners. *Entrepreneurship Management*, 2(4): 495-508.
330. Watson, J. (2002). Comparing the Performance of Male and Female Controlled Businesses: Relating Outputs with Inputs. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 26(3): 91–100.
331. Watson, J. (2003). Failure Rates for Female-Controlled Businesses: Are They Any Different? *Journal of Small Business Management*, 41(3): 262-277.
332. Watson, J. (2010). *SME Performance – Separating Myth from Reality*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
333. Wellington, A. (2006). Self-employment: the new solution for balancing family and career? *Labour Economics*, 13(3): 357-386.
334. Welsch, H. (2011). The Twelve Tribes of Entrepreneurship. У Gasparski, W., Ryan, L., & Kwiatkowski, S. (Ур.) *Entrepreneurship: Values and Responsibility* (стр. 37-62). New Brunswick: Transaction Publishers.
335. Wennberg, K., Wiklund, J., DeTienne, D., & Cardon, M. (2010). Reconceptualising entrepreneurial exit: Divergent exit routes and their drivers. *Journal of Business Venturing*, 25(4): 361-375.
336. Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1): 27-55.
337. White, C. (2004). *Strategic Management*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
338. Winn, J. (2005). Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3): 381-397.
339. Women Entrepreneurship Portal. Доступно на: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/portal/index_en.htm#h2-1 (10.02.2014. год.)
340. World Bank (2009). *Women Business and the Law – Measuring Legal Gender Parity for Entrepreneurs and Workers in 128 Economies, 2010*. Washington: The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.
341. World Bank (2011). *Women Business and the Law 2012. Removing barriers to economic inclusion*. Washington: The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank & International Finance Corporation.
342. World Bank (2012). *Viewpoint: Entrepreneurship Database 2012 – Entrepreneurship in the Wake of Crisis*. Доступно на:

- <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Miscellaneous/VP334-Entrepreneurship.pdf> (19.04.2014. год.)
343. World Bank (2013). *Women Business and the Law 2014. Removing barriers to economic inclusion – Key Findings*. Washington: The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.
344. World Bank (2014a). *Doing Business. Economy Profile – Serbia*. Washington: The International Bank for Reconstruction and Development – The World Bank.
345. World Bank (2014б). *Enterprise Surveys – Gender*. Доступно на: <http://www.enterprisesurveys.org/Data/ExploreTopics/gender> (27.04.2014. год.)
346. World Bank (2014в). *Entrepreneurship Methodology*. Доступно на: <http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/entrepreneurship/methodology> (01.02.2014. год.)
347. World Bank (2014г). *World Data Bank – Gender Statistics (Firms with female participation in ownership)*. Доступно на: http://databank.worldbank.org/data/views/variableselection/selectvariables.aspx?source=gender-statistics#s_f (24.05.2014. год.)
348. World Economic Forum. (2013). *The Global Gender Gap Report*. Geneva: World Economic Forum.
349. Xavier, S. R., Ahmad, S. Z., Nor, M. L., & Yusof, M. (2012). Women Entrepreneurs: Making a Change from Employment to Small and Medium Business Ownership. *Procedia Economics and Finance*, 4: 321-334.
350. Xavier, S-R., Kelly, D., Kew, J., Herrington, M., & Vorderwülbecke, A. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor – 2012 Global Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
351. Your Europe – Access to Finance: http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_en.htm (13.02.2014)
352. Zhang, Z., Zyphur, M., Narayanan, J., Arvey, R., Chaturvedi, S., Avolio, B., Lichenstein, P., & Larsson, G. (2009). The genetic basis of entrepreneurship: Effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2): 93-107.
353. Zwan, P., Verheul, I., & Thurik, R. (2012). The entrepreneurial ladder, gender, and regional development. *Small Business Economics*, 39(3): 624-643.
354. Благојевић-Хјусон, М. (2012). *Жене и мушкарци у Србији: Шта нам говоре бројеви?* Београд: Програм Уједињених нација за развој.
355. Влада Републике Србије (2010). Уредба о класификацији делатности. *Службени гласник РС*, 55/05, 71/05-исправка, 101/07 и 65/08.
356. Гаранцијски фонд Аутономне Покрајине Војводине (2011а). *Конкурс за одобравање гаранција за обезбеђење кредита намењених финансирању START UP програма радно неактивних жена са територије Аутономне Покрајине Војводине*. Доступно на: <http://www.garfondapv.org.rs/wp-content/uploads/2012/03/startup.pdf> (13.02.2014. год.)
357. Гаранцијски фонд АП Војводине (2011б). *Конкурс за одобравање гаранција за обезбеђење кредита намењених финансирању набавке опреме предузетницама и женама оснивачима малих предузећа које делатност обављају мање од три године са територије Аутономне Покрајине Војводине*. Доступно на: <http://www.garfondapv.org.rs/wp-content/uploads/2012/03/dotri.pdf> (13.02.2014. год.)

358. Европска банка за обнову и развој – BAS: *Жене у бизнису*. Доступно на: <http://www.komoraks.co.rs/Vesti/137/Brosura%20Zene%20u%20Biznisu%20SR.pdf> (13.02.2014. год.)
359. Милановић Доброта, Б., & Радић Шестић, М. (2011). Значај модела самоефикасности у васпитно-образовном раду са адолесцентима. *Специјална едукација и рехабилитација*, 11(4): 637-655.
360. Милојевић, Д. (1995). *Лексикон финансијских тржишта*. Београд: Савремена администрација.
361. Министарство економије и регионалног развоја, Републички завод за развој & Републичка агенција за развој МСП и предузетништва (2009). *Извештај о малим и средњим предузећима и предузетништву за 2008. годину*. Београд.
362. Министарство економије и регионалног развоја, Републички завод за развој & Републичка агенција за развој МСП и предузетништва (2010). *Извештај о малим и средњим предузећима и предузетништву за 2009. годину*. Београд.
363. Министарство привреде, Министарство регионалног развоја и локалне самоуправе, Национална агенција за регионални развој (2013). *Извештај о малим и средњим предузећима и предузетништву за 2012. годину*. Београд.
364. Министарство финансија и привреде, Министарство регионалног развоја и локалне самоуправе, Национална агенција за регионални развој (2012). *Извештај о малим и средњим предузећима и предузетништву у 2011. години*. Београд.
365. Народна скупштина Републике Србије (2009). Закон о регистрацији привредних субјеката. *Службени гласник РС*, бр. 5/2004, 61/2005 и 11/2009.
366. Народна скупштина Републике Србије (2010). Закон о регионалном развоју. *Службени гласник РС*, бр. 51/2009 и 30/2010. Београд.
367. Народна скупштина Републике Србије (2011а). Закон о привредним друштвима. *Службени гласник РС*, бр. 36/2011, 99/2011.
368. Народна скупштина Републике Србије (2011б). Закон о финансијском лизингу. *Службени гласник РС*, бр. 55/2003, 61/2005, 31/2011 и 99/2011.
369. Народна скупштина Републике Србије (2013). Закон о рачуноводству. *Службени гласник РС*, бр. 62/2013.
370. Народна скупштина Републике Србије (2014а). Закон о пореској управи и пореској администрацији. *Службени гласник РС*, бр. 80/02, 84/02-исправка, 23/03-исправка, 70/03, 55/04, 61/05, 85/05-др. закон, 62/06-др. закон, 61/07, 20/09, 72/09-др. закон, 53/10, 101/11, 2/12-исправка, 93/12, 47/13, 108/13, 68/14.
371. Народна скупштина Републике Србије (2014б). Закон о порезу на доходак грађана. *Службени гласник РС*, бр. 24/01, 80/02-др. закон, 80/02, 135/04, 62/06, 65/06-исправка, 31/09, 44/09, 18/10, 50/11, 91/11-УС, 93/12, 114/12-УС, 47/13, 48/13-исправка, 108/13, 57/14.
372. Народна скупштина Републике Србије (2014в). Закон о пензијском и инвалидском осигурању. *Службени гласник РС*, бр. 34/2003, 64/2004 – Одлука УСРС, 84/200-др. закон, 85/2005, 101/2005-др. закон, 63/2006 – одлука УСРС, 5/2009, 107/2009, 101/2010, 93/2012, 62/2013, 108/2013, 75/2014 и 142/2014.
373. Народна скупштина Републике Србије (2014г). Закон о раду. *Службени гласник РС*, бр. 24/2005, 61/2005, 54/2009, 32/2013 и 75/2014.

374. Национална агенција за регионални развој (2010). *Стање, потребе и проблеми предузетника у Србији, 2010. година: Извештај о истраживању*. Београд.
375. Национална агенција за регионални развој (2011). *Стање, потребе и проблеми предузетника у Србији: Извештај о анкетном истраживању о малим и средњим предузећима и предузетницима у Србији у 2011. години*. Београд.
376. Национална агенција за регионални развој (2012). *Стање, потребе и проблеми предузетника у Србији у 2012. години*. Београд.
377. Национална агенција за регионални развој (2013а). *Истраживање о стању, потребама и проблемима малих и средњих предузећа и предузетника у Србији, 2013. година*. Београд.
378. Национална агенција за регионални развој (2013б). *Јавни позив за доделу бесповратних средстава у оквиру Програма подршке женском предузетништву*. Доступно на: <http://narr.gov.rs/index.php/Info/Konkursi/Javni-poziv-za-dodelu-bespovratnih-sredstava-u-okviru-Programa-podrske-zhenskom-preduzetnistvu#sthash.z7VNDd7B.dpuf> (13.02.2014. год.)
379. Национална агенција за регионални развој (2013в). *Јавни позив за доделу признања најуспешнијим предузетницама по регионима*. Доступно на: <http://narr.gov.rs/index.php/Info/Konkursi/Javni-poziv-za-dodelu-priznanja-najuspeshnijim-preduzeticama-po-regionima> (14.02.2014. год.)
380. Национална агенција за регионални развој (2014). *Позив консултантима да доставе понуде за ангажман на ПСД пројекту – 5*. Доступно на: <http://narr.gov.rs/index.php/Info/Konkursi/Poziv-konsultantima-da-dostave-ponude-za-angazhman-na-PSD-projektu-5> (13.02.2014. год.)
381. Национална служба за запошљавање (2013). *Програм рада Националне службе за запошљавање за 2013. годину*. Доступно на: http://www.nsz.gov.rs/live/digitalAssets/0/901_program_rada_nsz_2013.pdf (14.02.2014. год.)
382. Предић, Б., & Стошић, Д. (2012). Незапосленост, самозапошљавање и предузетништво – *push* и *pull* перспектива односа. У Петровић, Е. (Ур.) *Наука и светска економска криза* (стр. 235-246). Ниш: Универзитет у Нишу – Економски факултет.
383. Привредна комора Србије (2012). *Финансирање женског предузетништва*. Доступно на: <http://www.pks.rs/Vesti.aspx?IDVestiDogadjaji=1531> (13.02.2014. год.)
384. Републички завод за статистику (2005). *Анкета о радној снази, 2004*. Београд.
385. Републички завод за статистику (2006). *Анкета о радној снази, 2005*. Београд.
386. Републички завод за статистику (2007). *Анкета о радној снази, 2006*. Београд.
387. Републички завод за статистику (2008). *Анкета о радној снази, 2007*. Београд.
388. Републички завод за статистику (2009). *Анкета о радној снази, 2008*. Београд.
389. Републички завод за статистику (2010). *Анкета о радној снази, 2009*. Београд.
390. Републички завод за статистику (2011). *Анкета о радној снази, 2010*. Београд.
391. Републички завод за статистику (2012а). *Анкета о радној снази, 2011*. Београд.
392. Републички завод за статистику (2012б). *Општине и региони у Републици Србији, 2012*. Београд.
393. Републички завод за статистику (2013а). *Анкета о радној снази, 2012*. Београд.
394. Републички завод за статистику (2013б). *Новоуписани студенти на академске/струковне студије у 2013/2014*. Београд.
395. Републички завод за статистику (2013в). *Предузетници у Републици Србији, 2012*. Београд.

396. Републички завод за статистику (2013г). *Статистички годишњак Републике Србије – образовање 2013*. Београд.
397. Републички завод за статистику (2014а). *Анкета о радној снази, 2013*. Београд.
398. Републички завод за статистику (2014б). *Статистички годишњак Републике Србије – Национални рачуни*, 2013. Доступно на:
http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/01/17/39/06_Nacionalni_racuni.pdf
(03.06.2014. год.)
399. Рот, Н. (1994). *Психологија личности*. Београд: Завод за уџбенике и наставна средства
400. Удружење пословних жена Србије (2013). *Цвет успеха за жену змаја*. Доступно на:
<http://www.poslovnezene.org.rs/cvet-uspeha-za-zenu-zmaja-2013-2> (14.02.2014. год.)
401. Фонд за развој Републике Србије (2013). Програм Фонда за развој Републике Србије за 2013. годину. Доступно на: <http://www.fondzarazvoj.gov.rs/files/Program2013.pdf> (13.02.2014. год.)
402. Шумпетер, Ј. (2012). *Теорија привредног развоја – Истраживање профита, капитала, кредита, камате и пословног циклуса*. Београд: Службени гласник. Прво издање 1911.

ПРИЛОЗИ

ПРИЛОГ 1: Динамика индикатора предузетничке активности

Табела П-1.1: Динамика индикатора предузетничке активности по групама
земаља у периоду 2008-2013. године

	Инпутима вођена конкурентност	Инвестицијама вођена конкурентност		Иновацијама вођена конкурентност	
		просечно	Србија		
Стопа предузетништва у настајању	2008.	10,8	6,7	4,0	3,7
	2009.	9,9	6,1	2,2	3,4
	2010.	11,8	6,7	-	3,0
	2011.	9,2	8,4	-	4,0
	2012.	12,0	8,0	-	4,0
	2013.	9,4	8,4	-	4,7
	просечно	10,5	7,4	/	3,8
Стопа власништва новооснованог посла	2008.	7,0	4,9	3,6	3,4
	2009.	8,3	5,3	2,8	3,1
	2010.	12,3	5,2	-	2,8
	2011.	4,8	5,9	-	3,0
	2012.	13,0	6,0	-	3,0
	2013.	12,0	6,4	-	3,3
	просечно	9,6	5,6	/	3,1
Стопа укупне ране предузетничке активности (ТЕА)	2008.	17,1	11,4	7,6	7,0
	2009.	17,7	11,2	4,9	6,3
	2010.	22,8	11,7	-	5,6
	2011.	13,4	14,1	-	6,9
	2012.	24,0	13,0	-	7,0
	2013.	21,1	14,4	-	7,9
	просечно	19,4	12,6	/	6,8
Стопа власништва установљеног посла	2008.	11,2	6,9	9,3	7,3
	2009.	8,9	7,9	10,1	6,8
	2010.	12,6	7,6	-	7,0
	2011.	5,6	7,2	-	7,2
	2012.	11,0	8,0	-	7,0
	2013.	13,3	8,0	-	6,7
	просечно	10,4	7,6	/	7,0
Стопа дисконтинуитета посла	2008.	9,2	5,9	3,7	2,5
	2009.	6,9	4,9	1,9	2,5
	2010.	12,5	4,4	-	2,3
	2011.	5,7	4,3	-	2,7
	2012.	13,0	5,0	-	3,0
	2013.	12,6	4,2	-	2,8
	просечно	10,0	4,8	/	2,6

Извор: [Amorós & Bosma, 2014](#); [Bosma & Levie, 2010](#); [Bosma, Acs, Coduras & Levie, 2009](#); [Kelly, Bosma & Amors 2011](#); [Kelly, Singer & Harrington, 2012](#); [Xavier, Kelly, Kew, Herrington & Vorderwülbecke, 2013](#)

ПРИЛОГ 2: Пројекти промовисања предузетница и подршке предузетничкој активности жена

Табела П-2.1: Пројекти промовисања предузетница и подршке предузетничкој активности жена

НАЦИОНАЛНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ			
Земља	Назив	Опис	Веб адреса (датум приступа свим адресама: 10.02.2014)
Шпанија	ASIMAG, Servicios Empresariales	Унапређење хуманог капитала жена путем креирања портала за учење на даљину.	/
Немачка	Bundesweite gründerinnenagentur - bga	Подршка женама које оснивају нова предузећа, или размишљају о томе. Обезбеђивање информација о услугама намењеним предузетницама расположивим на националном нивоу, почев од стартап фазе.	/
Италија	Euroimpresa Legnano	Део активности се односи на евалуацију ефикасности инструмената и мера подршке запошљавању жена.	/
Грчка	Female Entrepreneurship Support Network	Основни циљ је стварање мреже европских амбасадорки предузетништва ради промовисања предузетништва жена, повећање броја предузетница у традиционално мушким делатностима.	http://www.femens.gr/english/Project.aspx
Ирска	Going for Growth	Подршка амбициозним предузетницама у остваривању циљева раста путем округлих столова и дискусија које воде друге предузетнице са искуством по питању раста предузећа.	http://www.goingforgrowth.com/
Француска	La plate-forme entreprendre au féminin	Програми тренинга за потенцијалне и постојеће предузетнице, индивидуални менторинг програми.	/
Грчка	Integrated Plan - Open Roads to the development of Social Economy	Подршка запошљавању угрожених група на тржишту рада (првенствено жена лошијих квалитетација, младих и особа са инвалидитетом) кроз програме социјалног предузетништва.	/
Међународни	WE-Mentor	Интернационални пројекат у коме ментори из Белгије, Немачке, Италије и Велике Британије спроводе обуке члановима из Турске, Румуније, Израела и Индије по питању мера интеграције жена у предузетништво.	/
Велика Британија	We Mentor UK	Менторинг програм размене искуства и дефинисања пословних планова у циљу подршке расту предузећа у власништву жена.	/
Бугарска	Women entrepreneurship development in Sofia and Vratsa	Стицање вештина у области пословног и финансијског планирања, маркетинга и стратегијске анализе. Услуге женама које желе да постану предузетнице и подршка развоју постојећих предузетничких подухвата жена.	/
Аустрија	Wirtschaftsagentur Wien Mingo Frauenservice	Саветодавна подршка при изради бизнис плана, информације о могућностима финансирања, менторинг.	/
Међународни	BPW Danube Net	Повезивање пословних жена земаља дунавског слива.	http://www.bpw-europe.org/countries/bpw-danubenet
Међународни	WISE - Women Integration and Skills for Entrepreneurship	Мере подршке перформансама предузетница у ИКТ сектору дизајниране према њиховим специфичним потребама.	http://www.ubique.org/wise/
	Gender-IT	Затварање родног гена у образовању у области информационо-комуникационих технологија.	http://www.genderit.org/about
	women@business	Подршка младим женама са високим образовањем и припадницама мањинских етничких заједница да се	/

	укључе у пословни свет информисањем о политикама и програмима подршке предузетништву жена, успостављањем контаката са другим предузетницама.	
e50plus	Обука предузетница старијих од 50 година у области европских стандарда квалитета и коришћења електронске трговине у циљу ширења тржишта.	/
e-chance 2.0	Промоција предузетништва жена коришћењем веб 2.0 апликација. Обука ради стицања предузетничких вештина, коришћење веб 2.0 алата у циљу унапређења перформанси, дискусије, примери добре праксе.	/
She in Europe	Обезбеђење информација, интерактивног материјала, софтвер за оцену предузетничких способности.	/
Fe:male	Подршка женама у предузетништву кроз развој потребних вештина, повезивање са другим предузетницама.	/
PREdil	Достизање родне једнакости у области информационо-комуникационих технологија са циљем да жене стекну компетенције за живот и рад у дигиталној ери.	/
EU WOMEN	<i>Online</i> платформа за обуку потенцијалних предузетница	/
OWLE50+	Унапређење положаја жена старијих од 50 година, развој компетенција потребних за предузетничку активност.	/
WOMENTOR	Дефинисање смерница за имплементацију менторинг програма као начина за достизање родној једнакости.	/

Допуњено према: [Women Entrepreneurship Portal](#), LadyBizIT, 2012

ПРИЛОГ 3: Националне и међународне организације и мреже предузетница

Табела П-3.1: Националне и међународне организације и мреже предузетница

НАЦИОНАЛНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ			
Земља	Назив организације	Опис	Веб адреса (датум приступа свим адресама: 10.02.2014)
Финска	Business and Professional Women (BPW) Finland	Обезбеђење информација, обуке и подршке истраживању у области предузетничке активности жена.	http://www.bpw-finland.fi/en/
	Yrittajanaisten Keskusliitto ry	Подршка предузетништву жена кроз покретање иницијатива за унапређење окружења за предузетничку активност жена, организовање обука и тренинга, саветодавну подршку.	http://www.yrittajanaiset.fi/index.php?k=3408
Италија	Committee of Enterprising Women	Организација предузетница региона <i>Emilia Romagna</i> – промовисање и подршка развоју предузетништва жена кроз помоћ у развоју ресурса и умрежавање.	http://www.cid.cnaemiliaromagna.it/menu/chiSiamo.php
	Confartigianato Donne Impresa	Помоћ предузетницама кроз интервенције у економском, социјалном, културном контексту.	http://www.donneimpresa.confartigianato.it/MINISITL.ASP?MINISITO=73
	Confartigianato Donne Impresa - Associazione Artigiani della Provincia di Vicenza	Промовисање развоја предузетништва жена и једнаких могућности. Истицање родних разлика, организовање обука и унапређење услова рада.	/
	Commissione Dirigenti Cooperatrici Confcooperative Terziario Donna CONFCOMMERCIO	Група за предузетништво жена у оквиру Асоцијације малих и средњих предузећа и занатлија региона <i>Vicenza</i> . Подршка учешћу жена у економском, политичком животу и на позицијама одлучивања. Консултантске услуге за нова предузећа у власништву жена.	http://www.donnecooperazione.confcooperative.it/commissione/Pagine/ChiSiamo.aspx
Француска	Diversitelles	Мрежа која повезује предузетнице чији послови имају јаку друштвену агенду. Организовање двогодишњег такмичења у иновативности.	/
	Fédération Pionnières	Мрежа инкубатора за предузећа у власништву жена - таргетирана подршка иновативним предузећима у власништву жена.	http://www.federationpionnieres.org/index.php?langue=en
	Femmes Chefs d'Entreprises Mondiale	Подршка стартаповима жена, обука и информисање предузетница, промовисање учешћа предузетница у социјалном дијалогу, умрежавање.	/
Велика Британија	Enterprising Women	Мрежа чланова чији је циљ да се предузетницама обезбеди пословна подршка, информације, менторинг, обуке и финансијска средства како би се предузећа у власништву жена била успешнија и одржива.	/
	Go-Woman! Limited	Обезбеђење информација женама које желе да оснују своје предузеће.	/
	WEConnect International	Промовисање диверзитета у ланцима снабдевања – односно учешћа предузећа која су у власништву жена у набавкама јавног и приватног сектора, на глобалном нивоу (регистрована у Енглеској).	http://www.weconnecteurope.org/
	Women's Employment Enterprise and Training Unit	Помоћу у пословању предузетница.	/
Холандија	Federatie Zakenvrouwen	Асоцијација пословних жена – заступање интереса предузетница (и уопште жена) у економији, политици, друштву.	http://www.federatiezakenvrouwen.nl/missie_visie
Белгија	Femmes Chefs d'Entreprises	Умрежавање предузетница ради подршке и повећању видљивости предузетничке активности	http://www.fce-vvb.be/

		жена	
Аустрија	Frau in der Wirtschaft	Услужни центар (информисање, обука), заступник интереса предузетница (стварање афирмативног окружења), мрежа жена у пословном свету.	https://www.wko.at/Content.No de/FIW/Wir-ber-uns/Information-in-English/Information in English.html
Македонија	Групација на жени претприемачи	Подршка предузетништву жена кроз умрежавање, информисање, обуке, менторинг програме.	http://www.ssk.mk/?ItemID=B950E4045F25B48BF5220B2B72BD17D
Грчка	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ	Асоцијација предузетница Грчке – саветодавна подршка, тренинзи, обуке, менторинг, умрежавање.	http://www.sege.gr/en/sege-objectives/sege-activities
Летонија	LIDERE	Подршка предузетничкој активности жена кроз промовисање менторинга.	http://www.lidere.lv/en_merkis.html
Шпанија	Organización de mujeres empresarias y gerencia activa	Удружење пословних жена и предузетница Шпаније – подршка кроз истраживање феномена и разумевање проблема и специфичности, помоћ у обезбеђењу средстава, подстицање пословне активности жена, ојачавање компетенција путем обука.	http://www.mujeresempresarias.org/
Турска	Türkiye Kadın Girişimciler Derneği	Унапређење положаја предузетница путем обезбеђења обуке, менторинг програма и инкубатор центара.	http://www.kagider.org/?Dil=0&SID=325
Србија	Удружење пословних жена Србије	Највећа национална организација предузетница – подршка и промоција предузетничке активности жена, рад на унапређењу пословног окружења и подстицај умрежавању.	/
Немачка	Verband deutscher Unternehmerinnen e.V. (VdU)	Асоцијација предузетница Немачке.	/
Словачка	Združenie žien v podnikaní	Мрежа жена различите старости и професија, из различитих региона успостављена ради дељења информација и успостављање контаката. Обезбеђење програма обуке и менторинга.	/

МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И МРЕЖЕ

Назив	Опис	Веб адреса (датум приступа свим адресама: 10.02.2014)
FEM – Female Europeans of Medium and Small Enterprises	Кровна организација 15 асоцијација предузетница из 10 европских земаља – охрабривање предузетничке активности жена, унапређење положаја предузетница, размена знања и искуства, успостављање контаката.	https://www.wko.at/Content.Node/FEM/What-we-do/Tasks_and_aims.html
The Women's Organization	Промовисање предузетништва, иновација и одрживог раста предузећа у власништву жена на глобалном нивоу. Стварање и дисеминација знања	http://www.thewomensorganization.org.uk/about-us/our-history
Yente	Повезивање предузетница из Перуа, Боливије, Кеније, Уганде, Етиопије, Танзаније и Јужно-Афричке Републике са предузетницама из Холандије ради унапређења приступа знању, глобалном тржишту и повећања видљивости предузетница.	http://www.yente.org/en/page/objective-and-mission
Association of Organization of Mediterranean Businesswomen Balkan Women Coalition for Professional Qualification and Training in the field of Business and Economic Science	Платформа за пројекте који афирмишу родну једнакост и приступ жена позицијама одлучивања. Мрежа 44 организације предузетница из 24 медитеранске земље.	http://www.afaemme.org/
FemStart	Организовање обука ради подршке пословним женама развојем компетенција. Стварање мреже подршке прекограничној сарадњи образовних институција и промовисање једнаких могућности.	http://www.balkancoalition.com/
FemStart	Покретање јавне дебате о потреби подршке оснивању предузећа од стране високообразованих жена.	/
Мрежа жена у бизнису	Унапређење тржишне позиције предузећа која воде жене путем едукације, умрежавања, олакшавања приступа финансијским средствима.	http://www.mi-bospo.org/index.php/bs/omrezi
PROWESS – Promoting Women's Enterprise Support Services	У циљу затварања родног гена у предузетништву подршка субјектима који раде са власницима предузећа да развију услуге прилагођене предузетницама.	/
Women Innovators for Europe	Подршка иноваторкама у кооперацији и интернационализацији пословања.	/
Young Women	Платформа за размену искуства и примера добре праксе у циљу подршке	/

Entrepreneurs Association расту и интернационализацији предузећа у власништву жена.

Допуњено према: [Women Entrepreneurship Portal](#)

ПРИЛОГ 4: Резултати емпиријске верификације хипотезе Х3

Табела П-4.1: Статистичка значајност разлике у величини нето добитка

	<i>Kruskal-Wallis H</i>
Старост предузетника/це	H(3)=5,037 (p=0,169)
Ниво образовања	H(4)=3,189 (p=0,527)
Поље образовања	H(8)=6,612 (p=0,579)
Делатност претходног радног искуства	H(2)=0,609 (p=0,738)
	породица: H(2)=3,589 (p=0,166)
	пријатељи: H(2)=1,868 (p=0,393)
	колеге: H(2)=10,146 (p=0,006)*
	удружења: H(2)=0,332 (p=0,847)
	рачуновође: H(2)=1,084 (p=0,581)
Фреквенција контаката	адвокати: H(2)=6,404 (p=0,041)*
	банкари: H(2)=2,636 (p=0,268)
	консултанти: H(2)=2,142 (p=0,343)
	владине агенције: H(2)=3,773 (p=0,152)
	клијенти: H(2)=1,972 (p=0,373)
Породична предузетничка историја	H(3)=3,319 (p=0,345)
Асоцијација на финансијски ризик	H(3)=5,610 (p=0,132)
Понашање у хипотетичкој ситуацији одређеног нивоа ризика	H(2)=0,862 (p=0,650)
Делатност	H(11)=14,186 (p=0,223)
	<i>Mann-Whitney</i>
Постојање радног искуства	U=403,00 (p=0,389)
Постојање менаџерског искуства	U=1.084,00 (p=0,049)*
Раније власничко искуство	U=720,00 (p=0,208)
Брачно стање	U=860,00 (p=0,186)
Тип купаца	U=1.041,00 (p=0,306)
Сектор купаца	U=355,00 (p=0,210)
Аплицирање за кредит	U=1.139,00 (p=0,063)
Исход кредитне апликације	U=36,00 (p=0,364)
Алтернативни извори финансирања	U=689,0 (p=0,729)

Табела П-4.2: Просечна вредност нето добитка

Старост предузетника/це	до 25 (1)	194,50
	26-45 (37)	2.821,62
	46-65 (47)	1.479,03
	66 и више (1)	9.708,50
Ниво образовања	средња школа (25)	994,90
	виша/висока школа (17)	1.724,20
	факултет (33)	643,72
	магистратура/мастер (10)	10.975,40
	докторат (1)	-1.363,25
Поље образовања	општи програми (9)	1.749,63
	услуге (9)	33,45
	образовање (7)	395,61
	хуманистичке науке и уметност (1)	95,00
	друштвене науке, пословање и право (22)	3.555,48
	природне науке, математика и информатика (12)	4.769,00
	техника, производња и грађевинарство (20)	591,86
Постојање радног искуства	пољопривреда и ветеринарство (3)	5.213,22
	здравствена и социјална заштита (3)	660,03
	да (73)	2.459,75
Делатност ранијег радног искуства	не (13)	327,37
	у целости у истој делатности (20)	1.417,98
	делимично у истој делатности (32)	2.371,20
Претходно менаџмент искуство	у другој делатности (21)	3.586,85
	да (32)	5.403,69
Претходно власничко искуство	не (54)	201,84
	да (18)	4.985,71
Фреквенција контаката	не (67)	1.405,61
	колеге	
	1-3 пута (21)	-81,46
	више од 3 пута (58)	3.171,51
Брачно стање	адвокати	
	никада (30)	119,29
	више од 3 пута (20)	4.748,94
Породична предузетничка историја	удата/ожењен (63)	738,53
	неудата/неожењен (23)	5.969,13
Асоцијација на финансијски ризик	мајка (2)	152,75
	отац (14)	5.260,21
	ниједан од родитеља (66)	1.493,93
	оба родитеља (4)	2.817,33
Понашање у хипотетичкој ситуацији	опасност (8)	132,16
	неизвесност (42)	1.537,62
	шанса (32)	1.308,01
	узбуђење (4)	19.080,98
Купци	штедња (25)	1.128,34
	улагање средње ризичности (42)	3.518,70
	ризично улагање (19)	411,76
Сектор купаца	физичка лица (41)	2.291,82
	правна лица (45)	1.996,73
Делатност	приватни (70)	2.482,67
	јавни (13)	754,76
	прафајвачка (15)	1.252,78
	грађевинарство (3)	20.482,92
	трговина (37)	1.063,79
	саобраћај и складиштење (4)	753,79
	услуге смештаја и исхране (4)	-540,48
	информисање и комуникација (4)	15.206,86
	финансијске делатности и осигурање (2)	207,63
	стручне услуге (10)	191,13
	административне и помоћне делатности (1)	-25,00
	образовање (3)	-7,75
	здравство (1)	55,25
остале услужне делатности (2)	102,04	
Аплицирање за кредит	да (44)	1.957,97
	не (42)	2.325,40
Исход кредитне апликације	одобрено (43)	2.002,21
	није одобрено (1)	55,25
Алтернативни извори финансирања	да (23)	2.924,56
	не (63)	1.850,04

Напомена: У загради је дат број испитаника

Табела П-4.3: Резултати просте и вишеструке линеарне регресије – утицај фактора на нето добитак

Варијабла		B	СГ _B	β
Дужина радног искуства	константа	2.908,89	1.439,67	
	радно искуство	-80,00	113,95	-0,076
Претходно занимање	константа	8.275,06	1.977,00	
	стручњак	-7.448,59	2.605,06	-0,370*
	службеник	-7.303,38	2.795,58	-0,341*
	радник	-7.599,14	2.836,62	-0,348*
Претходно менаџмент искуство (ниво менаџмента)	константа	4.487,03	5.602,71	
	средњи ниво	-2.244,86	6861,89	-0,081
	оперативни ниво	4.019,40	6696,52	0,149
Претходно менаџмент искуство (пословна функција)	константа	10.734,78	3.756,25	
	производња	-8.654,56	5.841,15	-0,281
	и&р	-3.678,95	10.205,54	-0,067
	финансије	-9.137,74	6.077,91	-0,283
	остало	-8.050,63	7.080,03	-0,219
Дужина текућег власничког искуства	константа	3.871,06	1.863,70	
	власничко искуство	-141,84	133,38	-0,116
Предузетничка самоефикасност	константа	2.659,88	4.412,73	
	предузетничка самоефикасност	-148,16	1.223,02	-0,013
Предузетничка самоефикасност	константа	6.261,44	4.656,79	
	општи менаџмент	1.361,69	1.500,49	0,154
	маркетинг	1.931,65	1.393,75	0,227
	финансије	-2.455,80	1.282,59	-0,263
	иновације	2.658,23	1.167,54	0,324*
	оперативни менаџмент	-654,41	1.166,15	-0,080
	управљање људским ресурсима	-3.415,56	1.198,55	-0,405*
	информационо-комуникациона технологија	-152,42	988,52	-0,019
Интерни локус контроле	константа	2.275,29	6.304,54	
	интерни локус контроле	-36,84	1.666,16	-0,002
Опсег пословно-дискусионих мрежа	константа	1.156,99	1.910,30	
	опсег – укупно	671,10	1.141,79	0,064
Опсег пословно-дискусионих мрежа	константа	180,06	2.905,96	
	породица	399,74	753,45	0,065
	пријатељи	-670,29	742,52	-0,139
	колеге	1.232,39	688,71	0,250
	удружења	-760,14	791,58	-0,139
	рачуновође	-1.376,69	1.279,49	-0,151
	адвокати:	2.494,72	1.220,72	0,268*
	банкари	-379,17	760,51	-0,069
	консултанти	-397,22	1.284,69	-0,041
	владине агенције	604,12	1.145,33	0,074
	клијенти	36,99	446,86	0,012
Релативна структура пословно-дискусионих мрежа	константа	2.311,71	1.489,81	
	опсег – укупно	-233,37	1.555,36	-0,016
Релативна структура пословно-дискусионих мрежа	константа	1.326,74	2.277,27	
	породица	351,66	1.425,40	0,032
	пријатељи	-1.172,69	1.008,24	-0,170
	колеге	1.245,96	805,76	0,223
	удружења	-1.540,53	1.355,98	-0,169
	рачуновође	531,53	1.323,75	0,052
	адвокати:	2.174,98	2.524,40	0,121
	банкари	-467,32	711,03	-0,082
	консултанти	-586,43	2.756,60	-0,032
	владине агенције	48,43	1.686,44	0,004
	клијенти	-12,80	658,03	-0,003
Број деце	константа	5.195,92	1.793,89	
	број деце	-1.856,81	940,86	-0,212*

Старост деце				
	константа	2.382,68	1.472,53	
	до 6 година	455,09	2.050,67	0,027
	6-25 година	-1.558,75	1818,89	-0,103
Породица-посао конфликт				
	константа	473,30	3172,81	
	усклађивање обавеза	-310,28	784,54	-0,054
	недовољно времена са породицом	370,87	802,40	0,061
	већи део времена за породичне обавезе	782,09	840,09	0,110
	лично извршавање већег дела кућних послова	625,05	657,27	0,113
	изостанак подршке супруга/ге	-777,99	752,28	-0,128
Однос према ризику				
	константа	6.045,39	2.630,18	
	аверзија према ризику	-1.297,63	818,26	-0,170
Старост предузећа				
	константа	1.828,19	1.809,51	
	старост предузећа	22,74	114,02	0,022
Делатност				
	константа	1.063,79	1.271,63	
	прерађивачка	188,99	2.367,65	0,008
	грађевинарство	19.419,13	4.643,33	0,417*
	саобраћај	-310,35	4.071,20	-0,008
	смештај и исхрана	-1.604,27	4.071,20	-0,040
	образовање	-1.071,54	4.643,33	-0,023
	остале услуге	-961,75	5.615,36	-0,017
	здравство	-1.008,54	7.838,85	-0,013
	стручне услуге	-872,66	2.756,83	-0,033
	информисање и комуникација	1.4143,07	4.071,20	0,348*
	финансијске услуге	-856,16	5.615,36	-0,015
	административне услуге	-1.088,79	7.838,85	-0,014
Тржиште				
	константа	-2.582,37	1.973,94	
	локално	3.854,76	1.962,27	0,225
	регионално	4.171,25	1.940,81	0,243*
	национално	3.506,89	2.156,51	0,179
Значај циљева у вези са растом				
	константа	2.118,99	967,20	
	релациони	518,46	956,29	0,060
	лични	427,64	981,42	0,048
	квантитативни	790,29	971,60	0,090
Перцепција садржаја раста				
	константа	2.174,96	963,34	
	hard компонента	160,17	1.036,67	0,017
	soft компонента	323,70	970,23	0,037
Перцепција ефеката раста				
	константа	2.341,22	1.002,16	
	негативни аспекти	-976,74	1.017,48	-0,017
	позитивни аспекти	1.898,27	975,79	0,218*
Циљеви				
	константа	-2.748,99	6.212,35	
	раст запослености	-999,13	846,13	-0,139
	раст прихода	1.925,73	1.397,29	0,162
Планирање				
	константа	-8.001,10	4.965,23	
	планирање	2.949,33	1.419,95	0,221*
Стил менаџмента				
	константа	2.115,69	935,51	
	стил менаџмента	1.151,84	914,60	0,137
Релациона перспектива				
	константа	2.100,65	945,55	
	пословно окружење	998,60	989,44	0,111
	приватно окружење	-103,54	939,75	-0,012
Општа пословна стратегија				
	константа	3769,70	1941,12	
	развој тржишта	366,27	2028,36	0,021
	развој производа	-2360,19	2007,83	-0,137
	диверзификација	-2158,01	2963,35	-0,081
	стабилизација	-3796,95	3254,275	-0,148
Стратегија иновирања				
	константа	2.163,26	1.918,37	
	куповина лиценце	6.115,44	2.668,80	0,298*
	дефанзивна	-1.951,38	1.969,27	-0,124
	имитативна	-954,86	4.147,45	-0,029
	зависна	-761,69	2.152,28	-0,047
Маркетинг стратегија				

	константа	5.950,33	6.776,52	
	квалитет	1.163,96	1.330,03	0,117
	цена	-170,18	921,20	-0,022
	диференцирање	-716,74	1.063,62	-0,091
	лојалност	-1.166,97	1.623,25	-0,098
Извори финансирања				
	константа	4.087,50	1.698,57	
	лична средства	-3.502,79	1.868,38	-0,204
	позајмице пријатеља и рођака	-1,227,65	3.642,81	-0,037
	кредити банака	-1.382,18	1.967,31	-0,080
	државни програми	5.330,99	2.977,55	,200
Разлог неаплицирања за кредит				
	константа	4.683,18	2.537,96	
	неповољни услови	-3.320,16	3.498,91	-0,144
	ризик	-3.904,17	4.419,58	-0,135
	губитак контроле	4.576,29	4.020,34	0,170
Оцена неповољности услова кредитирања				
	константа	5.019,42	3.791,85	
	камата	18,94	1.018,21	0,003
	период отплате	-601,33	929,07	-0,087
	средства обезбеђења	-194,30	990,31	-0,028
Алтернативни извори финансирања				
	константа	429,94	412,76	
	факторинг	-805,19	922,97	-0,329
	пословни анђели	502,06	714,93	0,274
	ризици капитал	294,06	630,51	0,184
Правно-политичке баријере				
	константа	6.387,44	3.412,50	
	правно-политичке баријере	-1.272,99	983,97	-0,140
Социо-културолошко окружење				
	константа	2.712,27	2.296,17	
	утицај окружења на избор занимања	-396,24	721,72	-0,063
	суоченост са проблемима због пола	-809,14	802,77	-0,122
	особине мушкараца су пожељније за пословање	845,65	708,87	0,140
	жене немају особине потребне за успех у послу	-169,88	808,26	-0,025

Напомена: * $p < 0,05$; B = нестандардизован регресиони коефицијент; CG_B = стандардна грешка коефицијента; β = стандардизовани коефицијент

Табела П-4.4: Статистичка значајност разлике у стопи раста запослености

	<i>ANOVA</i>
Ниво образовања	F(4,78)=1,837 ($p=0,130$)
Поље образовања	F(7,75)=2,326 ($p=0,033$)*
	<i>Kruskal-Wallis H</i>
Старост предузетника/це	H(3)=8,094 ($p=0,044$)*
Делатност претходног радног искуства	H(2)=1,138 ($p=0,566$) породица: H(2)=0,883 ($p=0,643$) пријатељи: H(2)=7,713 ($p=0,021$)* колеге: H(2)=0,589 ($p=0,745$) удружења: H(2)=1,642 ($p=0,440$) рачуновође: H(2)=0,064 ($p=0,969$)
Фреквенција контаката	адвокати: H(2)=3,357 ($p=0,187$) банкари: H(2)=0,212 ($p=0,899$) консултанти: H(2)=2,144 ($p=0,342$) владине агенције: H(2)=3,112 ($p=0,211$) клијенти: H(2)=1,475 ($p=0,478$)
Породична предузетничка историја	H(3)=3,740 ($p=0,291$)
Делатност	H(11)=9,833 ($p=0,545$)
Асоцијација на финансијски ризик	H(3)=6,347 ($p=0,096$)
Понашање у хипотетичкој ситуацији одређеног нивоа ризика	H(2)=0,009 ($p=0,995$)
	<i>Mann-Whitney</i>
Постојање радног искуства	U=495,00 ($p=0,615$)
Постојање менаџерског искуства	U=1,059,50 ($p=0,022$)*
Раније власничко искуство	U=690,00 ($p=0,114$)
Брачно стање	U=787,50 ($p=0,319$)
Тип купаца	U=742,50 ($p=0,290$)
Сектор купаца	U=467,00 ($p=0,680$)
Аплицирање за кредит	U=864,50 ($p=0,967$)
Исход кредитне апликације	U=38,50 ($p=0,186$)
Алтернативни извори финансирања	U=661,50 ($p=0,996$)

Табела П-4.5: Просечна вредност стопе раста запослености

Старост предузетника/це	до 25 (1)	88,90
	26-45 (34)	27,84
	46-65 (47)	-32,18
	66 и више (1)	-38,10
Ниво образовања	средња школа (24)	-2,04
	виша/висока школа (17)	5,91
	факултет (32)	-15,15
	магистратура/мастер (9)	20,55
	докторат (1)	-266,67
Поље образовања	општи програми (9)	85,94
	услуге (8)	-48,25
	образовање (6)	-20,07
	друштвене науке, пословање и право (22)	-17,97
	природне науке, математика и информатика (12)	-66,19
	техника, производња и грађевинарство (20)	21,10
Постојање радног искуства	да (70)	-2,67
	не (13)	-25,27
	у целости у истој делатности (20)	-22,27
Делатност ранијег радног искуства	делимично у истој делатности (30)	14,85
	у другој делатности (20)	-9,33
Претходно менаџмент искуство	да (32)	28,51
	не (51)	-27,98
Претходно власничко искуство	да (17)	18,08
	не (65)	-12,65
Фреквенција контаката	пријатељи	
	1-3 пута (34)	-36,95
	више од 3 пута (25)	21,47
Брачно стање	удата/ожењен (60)	-13,41
	неудата/неожењен (23)	12,59
Породична предузетничка историја	мајка (1)	-76,19
	отац (14)	17,21
	ниједан од родитеља (64)	-10,41
	оба родитеља (4)	-3,43
Асоцијација на финансијски ризик	опасност (8)	-27,35
	неизвесност (41)	-22,96
	шанса (30)	14,78
	узбуђење (4)	50,42
Понашање у хипотетичкој ситуацији	штедња (25)	-2,47
	улагање средње ризичности (39)	-6,00
	ризишно улагање (19)	-11,54
Купци	физичка лица (39)	14,98
	правна лица (44)	-24,99
Сектор купаца	приватни (67)	-7,79
	јавни (13)	0,53
Делатност	праерађивачка (14)	-6,6
	грађевинарство (3)	-3,41
	трговина (37)	-17,32
	саобраћај и складиштење (4)	82,22
	услуге смештаја и исхране (3)	-19,05
	информисање и комуникација (4)	89,90
	финансијске делатности и осигурање (2)	-18,18
	стручне услуге (10)	-18,85
	административне и помоћне делатности (1)	0,00
	образовање (2)	44,69
	здравство (1)	-133,33
остале услужне делатности (2)	-66,67	
Аплицирање за кредит	да (43)	-8,62
	не (40)	-3,62
Исход кредитне апликације	одобрено (42)	-5,65
	није одобрено (1)	-133,33
Алтернативни извори финансирања	да (21)	-13,20
	не (62)	-3,84

Напомена: У загради је дат број испитаника

Табела П-4.6: Резултати просте и вишеструке линеарне регресије – утицај фактора на стопу раста запослености

Варијабла		B	СГ _B	β
Дужина радног искуства	константа	-14,67	18,17	
	радно искуство	0,87	1,42	0,068
Претходно занимање	константа	18,18	21,99	
	стручњак	-54,84	29,59	-0,253
	службеник	-20,47	31,10	-0,092
	радник	0,363	32,06	0,002
Претходно менаџмент искуство (ниво менаџмента)				
	константа	86,40	35,80	
	средњи ниво	-60,68	43,84	-0,332
	оперативни ниво	-80,32	42,79	-0,451
Претходно менаџмент искуство (пословна функција)				
	константа	18,63	19,37	
	производња	-36,79	29,31	-0,184
	финансије	-41,63	30,45	-0,199
	и&р	188,51	50,81	0,528*
	остало	67,63	35,46	0,284
Дужина текућег власничког искуства				
	константа	64,85	21,95	
	власничко искуство	-5,86	1,55	-0,389*
Дужина претходног власничког искуства				
	константа	63,51	43,11	
	претходно власничко искуство	-5,76	4,45	-0,317
Предузетничка самоефикасност				
	константа	19,41	55,78	
	предузетничка самоефикасност	-7,14	15,36	-0,052
Предузетничка самоефикасност				
	константа	60,81	59,96	
	општи менаџмент	18,63	19,38	0,173
	маркетинг	1,88	17,95	0,018
	финансије	-34,80	16,66	-0,299*
	иновације	5,99	14,78	0,061
	оперативни менаџмент	-8,74	14,89	-0,089
	управљање људским ресурсима	-18,28	15,86	-0,180
	информационо-комуникациона технологија	19,84	12,47	0,206
Интерни локус контроле				
	константа	-46,65	79,20	
	интерни локус контроле	10,86	21,03	0,057
Опсег пословно-дискусионих мрежа				
	константа	-48,33	23,17	
	опсег – укупно	28,88	13,82	0,226*
Опсег пословно-дискусионих мрежа				
	константа	-12,29	31,65	
	породица	-14,02	8,27	-0,206
	пријатељи	4,14	8,05	0,079
	колеге	3,89	7,50	,072
	удружења	4,81	8,66	0,081
	рачуновође	-9,00	13,97	-0,090
	адвокати:	27,44	13,41	0,272*
	банкари	-1,77	8,32	-0,029
	консултанти	-12,80	14,36	-0,119
	владине агенције	8,78	12,60	0,099
	клијенти	0,650	4,933	0,019
Релативна структура пословно-дискусионих мрежа				
	константа	-20,06	18,44	
	опсег – укупно	18,72	19,29	0,107
Релативна структура пословно-дискусионих мрежа				
	константа	0,597	24,23	
	породица	-18,53	15,26	-0,151
	пријатељи	-11,52	10,67	-0,155
	колеге	-12,17	8,46	-0,203
	удружења	-6,89	13,87	-0,071
	рачуновође	-4,15	13,69	-0,038
	адвокати:	26,45	26,90	0,136
	банкари	3,51	7,29	0,058
	консултанти	0,85	37,21	0,004
	владине агенције	-13,47	19,07	-0,108

	клијенти	25,04	7,42	0,512*
Број деце	константа	34,13	22,30	
	број деце	-24,56	11,76	-0,227*
Старост деце	константа	-27,07	20,75	
	до 6 година	60,76	29,96	0,242*
	6-25 година	-6,66	25,95	-0,031
Породица-посао конфликт	константа	24,81	39,65	
	усклађивање обавеза	2,60	9,80	0,037
	недовољно времена са породицом	-13,29	9,98	-0,179
	већи део времена за породичне обавезе	-0,827	10,52	-0,009
	лично извршавање већег дела кућних послова	6,73	8,50	0,097
	изостанак подршке супруга/ге	-4,56	9,41	-0,061
Однос према ризику	константа	27,67	33,11	
	аверзија према ризику	-11,20	10,25	-0,121
Старост предузећа	константа	40,38	22,45	
	старост предузећа	-3,35	1,40	-0,258*
Делатност	константа	-17,32	17,69	
	прерађивачка	10,66	33,77	0,038
	грађевинарство	13,91	64,61	0,025
	саобраћај	99,54	56,64	0,202
	смештај и исхрана	-1,73	64,61	-0,003
	образовање	62,01	78,13	0,090
	остале услуге	-49,34	78,13	-0,072
	здравство	-116,01	109,07	-0,120
	стручне услуге	-1,52	38,36	-0,005
	информисање и комуникација	107,22	56,64	0,217
	финансијске услуге	-0,86	78,13	-0,001
	административне услуге	17,32	109,07	0,018
Тржиште	константа	-0,004	25,68	
	локално	-1,02	25,71	-0,005
	регионално	-7,30	25,48	-0,034
	национално	-8,65	27,90	-0,036
Значај циљева у вези са растом	константа	-3,30	11,28	
	релациони	0,928	11,18	0,009
	лични	28,28	11,26	0,266*
	квантитативни	-27,70	11,28	-0,260*
Перцепција садржаја раста	константа	-5,60	11,98	
	<i>hard</i> компонента	-0,26	12,97	-0,002
	<i>soft</i> компонента	-4,93	12,17	-0,046
Перцепција ефеката раста	константа	-1,84	12,46	
	негативни аспекти	-14,37	12,64	-0,133
	позитивни аспекти	2,39	12,19	0,023
Циљеви	константа	-25,21	77,80	
	раст запослености	7,71	10,48	0,089
	раст прихода	-2,85	17,51	-0,020
Планирање	константа	-29,07	64,16	
	планирање	6,67	18,42	0,040
Стил менаџмента	константа	-5,99	11,87	
	стил менаџмента	5,12	11,46	0,050
Релациона перспектива	константа	-7,48	11,89	
	пословно окружење	4,43	12,33	0,040
	приватно окружење	-4,47	11,68	-0,043
Општа пословна стратегија	константа	-0,651	24,71	
	развој тржишта	-10,56	25,64	-0,050
	развој производа	22,65	25,17	0,107
	диверзификација	-48,48	36,65	-0,149
	стабилизација	-34,66	40,52	-0,111
Стратегија иновирања	константа	55,05	27,40	

	куповина лиценце	-15,96	37,88	-0,056
	дефанзивна	-59,40	28,44	-0,268*
	имитативна	11,49	58,90	0,025
	зависна	-57,48	31,17	-0,253
Маркетинг стратегија				
	константа	-44,96	84,03	
	квалитет	0,938	16,53	0,008
	цена	8,21	11,45	0,088
	диференцирање	-2,51	13,19	-0,026
	лојалност	2,77	20,28	0,016
Извори финансирања				
	константа	-25,95	22,35	
	лична средства	30,41	24,28	0,143
	позајмице пријатеља и рођака	-47,06	50,57	-0,106
	кредити банака	3,71	25,52	0,017
	државни програми	40,94	39,03	0,121
Разлог неаплицирања за кредит				
	константа	-10,43	23,54	
	неповољни услови	26,36	31,90	0,133
	ризик	-40,45	39,30	-0,166
	губитак контроле	35,02	37,12	0,149
Оцена неповољности услова кредитирања				
	константа	17,31	47,43	
	камата	-4,80	12,88	-0,055
	период отплате	-2,77	11,55	-0,033
	средства обезбеђења	1,79	12,48	0,021
Алтернативни извори финансирања				
	константа	-75,47	24,10	
	факторинг	-191,20	48,20	-0,555*
	пословни анђели	70,65	38,10	0,269
	ризични капитал	175,47	38,10	0,667*
Правно-политичке баријере				
	константа	47,36	42,52	
	правно-политичке баријере	-16,03	12,24	-0,144
Социо-културолошко окружење				
	константа	38,44	28,40	
	утицај окружења на избор занимања	-19,02	8,88	-0,246*
	суоченост са проблемима због пола	-2,82	9,78	-0,035
	особине мушкараца су пожељније за пословање	-4,72	8,61	-0,064
	жене немају особине потребне за успех у послу	6,01	9,89	0,072

Напомена: * $p < 0,05$; V = нестандардизован регресиони коефицијент; $СГ_v$ = стандардна грешка коефицијента; β = стандардизовани коефицијент

Табела П-4.7: Статистички значајан утицај фактора на величину нето добитка и стопе раста запослености – на нивоу укупне популације

Карактеристике предузетника			Карактеристике предузећа		Менаџмент пракса и стратегија		Екстерно окружење	
Хумани капитал	Занимање претходног радног искуства	Ранг величине нето добитка 1. Руководилац 2. Службеник 3. Стручњак 4. Радник	Сектор	R ² =0,296 Грађевинарство > Трговина Информисање и комуникација >Трговина	Циљеви - Позитивни аспекти раста	+ однос	Правно-политичко	без утицаја
	Постојање менаџмент искуства	да > не	Тржиште	Регионално > Инострано	Менаџмент пракса - Планирање	+ однос	Социо-културолошко	без утицаја
	ПСЕ – истраживање и развој	+ однос	Старост	без утицаја	Стратегија	Куповина лиценце > Самостално истраживање и развој		
	ПСЕ – људски ресурси	- однос						
Социјални капитал	Фреквенција контаката – колеге	3 и више > 1-3						
	Фреквенција контаката – адвокати	3 и више > никада						
	Опсег мреже – адвокати	+ однос						
Породичне варијабле	Број деце	- однос						
Однос према ризику		Без утицаја						

Карактеристике предузетника			Карактеристике предузећа		Менаџмент пракса и стратегија		Стопа раста запослености		
Хумани капитал	Старост	26-45 > 46-65	Сектор	без утицаја	Циљеви	Лични, квантитативни	+ однос, - однос	Правно-политичко	без утицаја
	Поље образовања	Општи програми > Природне науке	Тржиште	без утицаја	Менаџмент пракса	без утицаја	Соц.-култ.	Утицај на избор занимања	- однос
	Постојање менаџмент искуства	да > не	Старост	- однос	Стратегија	Дефанзивне иновације < Офанзивне иновације на бази самосталног И&Р Факторинг < Фин. лизинг Ризични капитал > Фин. лизинг			
	Пословна функција мен. искуства	Истраживање и развој > Маркетинг							
	Дужина власничког искуства	- однос							

	ПСЕ - финансије	- однос
Социјални капитал	Фреквенција - пријатељи	3 и више > 1-3
	Опсег – укупно, адвокати, жене клијенти	+ однос, + однос, + однос
Породичне варијабле	Број деце	- однос
	Старост деце	до 6 година > више од 25 година
Однос према ризику		без утицаја

ПРИЛОГ 5: Резултати емпиријске верификације хипотезе Х4

Табела П-5.1: Резултати статистичких тестова разлике у стању фактора – по полу

		Pearson χ^2	Cramer's V
Пол – Старост предузетника/це		$\chi^2=1,090 (p=0,780)$	0,104
Пол – Ниво образовања		$\chi^2=1,647 (p=0,800)$	0,128
Пол – Поље образовања		$\chi^2=18,039 (p=0,021)$	0,423*
Пол – Претходно радно искуство		$\chi^2=0,268 (p=0,605)$	0,051
Пол – Делатност претходног радног искуства		$\chi^2=1,256 (p=0,534)$	0,123
Пол – Занимање пре отпочињања предузетничке активности		$\chi^2=6,899 (p=0,141)$	-
Пол – Постојање менаџмент искуства		$\chi^2=6,546 (p=0,011)$	0,255*
Пол – Ниво менаџмента		$\chi^2=5,694 (p=0,128)$	-
Пол – Пословна функција		$\chi^2=8,160 (p=0,148)$	-
Пол – Претходно власничко искуство		$\chi^2=8,162 (p=0,004)$	0,286*
Пол – Брачни статус		$\chi^2=0,014 (p=0,905)$	0,012
Пол – Старост деце		$\chi^2=8,386 (p=0,039)*$	-
Пол – Породична предузетничка историја		$\chi^2=7,596 (p=0,055)$	0,274
Пол – Асоцијација на финансијски ризик		$\chi^2=1,505 (p=0,681)$	0,122
Пол – Хипотетичко понашање у мање или више ризичној ситуацији		$\chi^2=3,583 (p=0,167)$	0,188
Пол – Делатност		$\chi^2=10,589 (p=0,478)$	0,324
Пол – Тип купаца		$\chi^2=7,488 (p=0,006)$	0,272*
Пол – Сектор из ког потичу купци		$\chi^2=0,679 (p=0,410)$	0,083
Пол – Географско тржиште		$\chi^2=17,751 (p=0,001)*$	-
Пол – Општа пословна стратегија		$\chi^2=14,964 (p=0,011)*$	-
Пол – Стратегија иновација	Примена стратегије	$\chi^2=0,085 (p=0,771)$	0,029
	Конкретна стратегија иновације	$\chi^2=4,764 (p=0,445)$	-
Пол – Стратегија финансирања	Извори финансирања	$\chi^2=2,054 (p=0,842)$	-
	Аплицирање за кредит	$\chi^2=0,120 (p=0,729)$	-
	Исход апликације	$\chi^2=0,511 (p=0,475)$	-
	Разлози због којих се не аплицира за кредит	$\chi^2=4,862 (p=0,302)$	-
	Коришћење алтернативних извора финансирања	$\chi^2=0,014 (p=0,905)$	-
	Алтернативни извори финансирања – видови	$\chi^2=11,360 (p=0,023)*$	-
			<i>t - тест</i>
Пол – Предузетничка самоефикасност		t=-0,825 (p=0,411)	
Пол – Интерни локус контроле		t=-0,682 (p=0,497)	
Пол – Ефекти раста		негативни аспект: t=0,501, (p=0,618)	
Пол – Правно-политичко окружење		t=1,841 (p _{једнострано} =0,034)*(Levene p=0,091)	
			<i>Mann-Whitney U тест</i>
Пол – Дужина претходног радног искуства		U=1.153,00 (p=0,919)	
Пол – Дужина власничког искуства		U=1.258,00 (p=0,263)	
Пол – Предузетничка самоефикасност	општи менаџмент: U=1.385,00 (p _{једнострано} =0,033)*		
	маркетинг: U=1.368,00 (p _{једнострано} =0,031)*		
	финансије: U=1.026,00 (p=0,465)		
	иновације: U=1.262,50 (p=0,286)		
	оперативни менаџмент: U=1.095,00 (p=0,939)		
	људски ресурси: U=1.152,00 (p=0,923)		
	информационо-комуникациона технологија: U=1.146,00 (p=0,757)		
	Опсег мреже -укупно U=1.256,50 p=0,398		
	чланови породице и фамилије: U=833,50 (p=0,159)		
	пријатељи: U=1.036,00 (p=0,821)		
колеге: U=1.235,00 (p _{једнострано} =0,032)*			
Пол – Социјални капитал	чланови професионалних удружења: U=1.088,50 (p=0,467)		
	рачуновође: U=1.094,50 (p=0,381)		
	адвокати: U=1.072,00 (p=0,577)		
	банкари: U=1.080,50 (p=0,534)		
	професионални консултанти: U=1.009,50 (p=0,986)		
	представници владиних агенција и тела U=1.098,00 (p=0,115)		
	клијенти: U=1.112,50 (p=0,385)		
	укупно из свих категорија: U=1.159,50, (p=0,883)		
	чланови породице и фамилије: U=1.113,50 (p=0,367)		
	пријатељи: U=736,00 (p=0,019)*		
колеге: U=928,00 (p=0,592)			
Релативна структура мреже – број жена	чланови професионалних удружења U=968,00 (p=0,924)		
	адвокати: U=911,00 (p=0,305)		
	рачуновође: U=1.104,50 (p=0,404)		
	банкари: U=1.121,00 (p=0,279)		
	професионални консултанти: U=1.058,00 (p=0,350) представници		

	владиних агенција и тела: U=1.067,00, (p=0,154) клијенти U=1.091,00 (p=0,482)
	на нивоу свих категорија U=796,00 (p=0,264) чланови породице и фамилије U=864,00 (p=0,001)* пријатељи: U=244,50 (p=0,001)* колеге: U=415,50 (p=0,004)*
Релативна структура мреже – индекс родне хомофилије	чланови професионалних удружења: U=105,00 (p=0,276) рачуновође: U=580,00 (p=0,678) адвокати: U=138,00 (p=0,032)* банкари: U=262,50 (p=0,338) професионални консултанти: U=42,00, (p=0,616) представници владиних агенција и тела: U=16,00, (p=0,549) клијенти: U=370,50 (p=0,900)
Пол – Број деце	U=996,00 (p=0,319)
Пол – Породица-посао конфликт	проблем у усклађивању пословних и породичних обавеза: U=1.144,50 (p=0,967) недовољно времена се проводи са породицом: U=1.237,00 (p=0,389) више времена иде на извршавање породичних обавеза: U=1.106,50 (p=0,799) обављање највећег дела кућних обавеза: U=481,50 (p=0,0001)* подршка брачног партнера: U=977,00 (p=0,206)
Пол – Аверзија према ризику у реалном понашању	U=773,00 (p=0,008)*
Пол – Старост предузећа (пословног подухвата)	U=1.310,00 (p=0,218)
Пол – Пословни циљеви	релациони циљеви U=1.167,50 (p=0,645) лични циљеви U=1.163,50 (p=0,666) квантитативни циљеви U=1.070,50 (p=0,799)
Пол – Садржај раста	hard компоненте U=1.231,50, (p=0,290) soft компоненте U=950,50 (p=0,304)
Пол – Ефекти раста	позитивни ефекти раста: U=861,50 (p=0,662) повећање личних примања: U=1.047,00 (p=0,484)
Пол – Раст као циљ	раст запослености: U=1.279,50 (p=0,134) раст прихода: U=1.218,50 (p=0,448)
Пол – Развијеност пословног планирања	U=1.199,50 (p=0,663)
Пол – Стил менаџмента	U=1.248,50 (p=0,290)
Пол – Релациона перспектива	пословно окружење предузећа: U=1.222,00 (p=0,388) приватно/породично окружење U=1.063,00 (p=0,756)
Пол – Маркетинг стратегија	квалитет: U=1.182,50, (p=0,403) цена: U=1.076,50, (p=0,716) диференцијација: U=904,00, (p _{једнострано} =0,043)* сатисфакција и лојалност купаца: U=1.005,00 (p=0,349)
Пол – Оцена неповољности услова кредитирања	камата: U=1.207,50, (p=0,584) период отплате: U=1.020,50, (p=0,519) средства обезбеђења: U=1.062,00, (p=0,740)
Пол – Фактори из социо- културолошког окружења	утицај окружења на избор занимања U=966,50, (p=0,169) суоченост са проблемима само због пола U=682,00 (p=0,0001)* особине мушкараца су у већој мери у складу са захтевима за пословни успех U=993,50 (p=0,274) жене немају особине потребне за успех у пословању U=1.166,50, (p=0,806)

Табела П-5.2: Просечне вредности фактора перформанси и раста – по полу и укупно

	Жене	Мушкарци	Укупно	
Просечна дужина укупног радног искуства пре отпочињања сопственог посла	9,10	9,31	9,24	
Просечна дужина искуства у вођењу садашњег сопственог посла	11,06	12,41	11,97	
Просечна оцена предузетничке самоефикасности	укупна ПСЕ	3,42	3,56	3,51
	општи менаџмент	3,47	3,85	3,72
	маркетинг	3,12	3,48	3,36
	финансије	3,71	3,59	3,63
	иновације	3,26	3,55	3,45
	оперативни менаџмент	3,65	3,58	3,61
	људски ресурси	3,56	3,60	3,58
Просечна оцена интерног локуса контроле	информационо-комуникациона технологија	3,18	3,27	3,24
		3,69	3,77	3,74
Апсолутна структура мреже	Опсег мреже	1,22	1,44	1,37
	породица	2,03	1,56	1,72
	пријатељи	2,06	2,16	2,13
	колеге	2,56	3,38	3,11
	чланови професионалних удружења	0,84	1,17	1,06
	рачуновође	1,13	1,35	1,28
	адвокати	0,53	0,76	0,68
	банкари	0,84	1,19	1,07
	професионални консултанти	0,34	0,32	0,33
	представници владиних агенција и тела	0,19	0,44	0,36
	клијенти	2,41	3,00	2,80
	укупно	0,66	0,72	0,70
	породица	0,72	0,86	0,81
	пријатељи	1,19	0,78	0,92
колеге	1,44	1,34	1,37	
Релативна структура мреже – број жена чланица	чланови професионалних удружења	0,42	0,44	0,44
	рачуновође	0,88	1,05	0,99
	адвокати	0,31	0,24	0,26
	банкари	0,44	0,86	0,72
	професионални консултанти	0,03	0,14	0,11
	представници владиних агенција и тела	0,10	0,25	0,20
	клијенти	1,50	1,73	1,65
	укупно	0,53	0,49	0,50
	породица	0,33	0,64	0,53
	пријатељи	0,64	0,36	0,45
Индекс родне хомофилије мрежа	колеге	0,61	0,39	0,45
	чланови професионалних удружења	0,46	0,30	0,35
	рачуновође	0,78	0,78	0,78
	адвокати	0,57	0,24	0,35
	банкари	0,47	0,63	0,58
	професионални консултанти	0,17	0,47	0,37
	представници владиних агенција и тела	0,30	0,65	0,60
	клијенти	0,59	0,59	0,59
	укупно	0,53	0,49	0,50
	породица	0,33	0,64	0,53
Просечан број деце	1,77	1,58	1,65	
Породица-посао конфликт	проблеми у усклађивању пословних и породичних обавеза	2,74	2,76	2,75
	недовољно времена са породицом	3,06	3,32	3,23
	више времена се посвећује кућним обавезама	2,03	1,96	1,98
	лично обављање највећег дела кућних послова	3,53	1,91	2,46
	нема подршке брачног партнера	2,44	2,06	2,19
Просечна оцена за аверзију према ризику у понашању	3,48	2,85	3,06	
Просечна старост предузећа (пословног подухвата)	13,74	14,02	13,93	
Повећање запослености као планирани циљ	3,61	4,02	3,88	
Повећање прихода као планирани циљ	4,62	4,67	4,65	
Развијеност активности планирања	3,35	3,38	3,37	
Маркетинг стратегија	квалитет	4,48	4,55	4,53
	цена	4,35	4,06	4,16
	диференцијација	4,35	3,98	4,11
	лојалност купаца	4,76	4,57	4,64
Услови кредитирања	каматна стопа	4,09	4,21	4,17
	период отплате	3,76	3,58	3,65
	средства обезбеђења	3,88	3,80	3,83
Правно-политичко окружење	3,51	3,18	3,30	
Социо-културолошко окружење	утицај околине на избор занимања	2,44	1,97	2,13
	проблеми због пола	2,50	1,36	1,74
	особине мушкараца адекватније за пословање	2,68	2,33	2,45
	жене немају особине потребне за пословни успех	1,71	1,64	1,66

Табела П-5.3: Статистичка значајност разлике у величини нето добитка – у групи предузетница и предузетника

	жене	мушкарци
		<i>ANOVA</i>
Поље образовања	F(7,18)=2,57 ($p=0,051$)* ¹¹⁶	-
Фреквенција контаката	клијенти: F(2,23)=0,67 ($p=0,521$)	-
		<i>Welch</i>
Ниво образовања	<i>Levene</i> $p=0,005$ <i>Welch</i> 1,98 ($p=0,193$)	-
	пријатељи: <i>Levene</i> $p=0,035$ <i>Welch</i> =0,49 ($p=0,631$)	-
Фреквенција контаката	чланови удружења: <i>Levene</i> $p=0,0001$ <i>Welch</i> =1,00 ($p=0,438$)	-
	банкарџи: <i>Levene</i> $p=0,003$ <i>Welch</i> =2,78 ($p=0,100$)	-
		<i>Kruskal-Wallis H</i>
Старост предузетника/це	-	H(3)=6,762 ($p=0,080$)
Ниво образовања	-	H(4)=6,118 ($p=0,190$)
Поље образовања	-	H(7)=6,792 ($p=0,451$)
Делатност претходног радног искуства	H(2)=0,313 ($p=0,855$)	H(2)=0,228 ($p=0,892$)
	породица: H(2)=1,410 ($p=0,494$)	H(2)=5,418 ($p=0,067$)
	пријатељи: -	H(2)=3,559 ($p=0,169$)
	колеге: H(2)=2,051 ($p=0,359$)	H(2)=8,883 ($p=0,012$)*
	удружења: -	H(2)=0,512 ($p=0,774$)
Фреквенција контаката	рачуновође: H(2)=0,273 ($p=0,873$)	H(2)=1,373 ($p=0,503$)
	адвокати: H(2)=3,214 ($p=0,071$)	H(2)=8,432 ($p=0,015$)*
	банкарџи: -	H(2)=1,310 ($p=0,519$)
	консултанти: H(2)=3,123 ($p=0,077$)	H(2)=0,784 ($p=0,676$)
	владине агенције: H(2)=4,572 ($p=0,033$)	H(2)=1,387 ($p=0,500$)
	клијенти: -	H(2)=2,071 ($p=0,355$)
Породична предузетничка историја	H(3)=1,576 ($p=0,665$)	H(2)=2,995 ($p=0,224$)
Делатност	H(7)=6,295 ($p=0,506$)	H(11)=14,056 ($p=0,230$)
Асоцијација на финансијски ризик	H(3)=1,791 ($p=0,617$)	H(3)=5,675 ($p=0,129$)
Понашање у хипотетичкој ситуацији одређеног нивоа ризика	H(2)=3,813 ($p=0,149$)	H(2)=1,928 ($p=0,381$)
		<i>Mann-Whitney</i>
Старост предузетника/це	U=86,00 ($p=0,960$)	-
Постојање радног искуства	U=18,00 ($p=0,069$)	U=226,00 ($p=0,942$)
Постојање менаџерског искуства	U=39,00 ($p=0,758$)	U=575,00 ($p=0,060$)
Раније власничко искуство	U=12,00 ($p=1,00$)	U=407,00 ($p=0,496$)
Брачно стање	U=84,00 ($p=0,531$)	U=435,00 ($p=0,096$)
Тип купаца	U=18,00 ($p=0,001$)*	U=557,00 ($p=0,059$)
Сектор купаца	U=23,00 ($p=0,505$)	U=191,00 ($p=0,275$)
Аплицирање за кредит	U=125,00 ($p=0,039$)*	U=509,00 ($p=0,379$)
Исход кредитне апликације	¹¹⁷	U=26,00 ($p=0,323$)
Алтернативни извори финансирања	U=66,00 ($p=1,00$)	U=315,00 ($p=0,536$)

Напомена: * $p < 0,05$

¹¹⁶ *Post hoc* тестови нису могли да буду спроведени због тога што је бар једна група имала мање од два члана.

¹¹⁷ Кредит је одобрен свим предузетницама које су аплицирале за ова средства.

Табела П-5.4: Просечна вредност нето добитка – за групу предузетница и за групу предузетника

		Средња вредност	
		ж	м
Старост предузетника/це	до 25 (0-1)	-	194,50
	26-45 (13-24)	134,85	4.276,95
	46-65 (13-34)	176,81	1.976,94
	66 и више (0-1)	-	9.708,50
Ниво образовања	средња школа (9-16)	267,78	1.403,91
	виша/висока школа (4-13)	466,75	2.111,11
	факултет (9-24)	1,62	884,50
	магистратура/мастер (4-6)	-60,00	18.332,33
	докторат (0-1)	-	-1.363,50
Поље образовања	општи програми (3-6)	515,42	2.366,74
	услуге (3-6)	159,17	-29,40
	образовање (2-5)	235,63	459,60
	хуманистичке науке (1-0)	95,00	-
	друштвене науке, пословање и право (10-12)	-69,60	6.576,38
	природне науке, математика и информ. (4-8)	112,44	7.097,28
	техника, производња и грађевинарство (1-19)	-217,00	634,43
	пољопривреда и ветеринарство (0-3)	-	5.213,22
Постојање радног искуства	здравствена и социјална заштита (2-1)	962,42	55,25
	да (22-51)	147,97	3.456,99
Делатност ранијег радног искуства	не (4-9)	199,06	384,39
	у целости у истој делатности (4-16)	58,88	1.757,76
	делимично у истој делатности (9-23)	114,06	3.254,42
Претходно менаџмент искуство	у другој делатности (9-12)	221,47	6.110,88
	да (4-28)	48,08	6.168,78
Претходно власничко искуство	не (22-32)	175,43	220,00
	да (1-17)	72,33	5.274,74
Фреквенција контаката	не (24-43)	170,01	2.095,24
	колеге	-	-
	1-3 пута (13)	-	-189,26
	више од 3 пута (42)	-	4.306,52
Брачно стање	адвокати	-	-
	никада (20)	-	166,25
	више од 3 пута (14)	-	6.776,08
Породична предузетничка историја	удата/ожењен (18-45)	191,14	957,49
	неудата/неожењен (8-15)	76,38	9.111,93
	мајка (2-0)	152,75	-
	отац (1-13)	115,00	5.656,00
Асоцијација на финансијски ризик	ниједан од родитеља (21-45)	168,92	2.112,27
	оба родитеља (2-2)	41,92	5.592,75
	опасност (2-6)	97,88	143,58
	неизвесност (15-27)	87,52	2.343,23
Понашање у хипотетичкој ситуацији	шанса (8-24)	291,56	1.646,83
	узбуђење (1-3)	210,50	25.371,14
	штедња (9-16)	64,56	1.726,71
	улагање средње ризичности (15-27)	93,84	5.421,40
Купци	ризишно улагање (2-17)	1.031,50	338,85
	физичка лица (17-24)	276,73	3.719,18
Сектор купаца	правна лица (9-36)	-72,53	2.514,04
	приватни (21-49)	183,65	3.467,97
Делатност	јавни (3-10)	10,53	978,03
	прерађивачка (3-12)	108,00	1.538,98
	грађевинарство (0-3)	-	20.482,92
	трговина (15-22)	188,53	1.660,55
	саобраћај и складиштење (1-3)	1.059,50	651,42
	услуге смештаја и исхране (0-4)	-	-540,48
	информисање и комуникација (1-3)	28,25	20.266,39
	финансијске делатности и осигурање (1-1)	11,50	403,75
	стручне услуге (3-7)	-122,33	325,46
	административне и помоћне делатности (0-1)	-	-25,00
	образовање (1-2)	95,00	-59,13
	здравство (0-1)	-	55,25
	остале услужне делатности (1-1)	72,33	131,75
	Аплицирање за кредит	да (13-31)	295,58
не (13-29)		16,08	3.360,62
Исход кредитне апликације	одобрено (13-30)	295,58	2.741,76
	није одобрено (0-1)	-	55,25
Алтернативни извори финансирања	да (7-16)	355,21	4.048,65
	не (19-44)	82,37	2.613,35

Напомена: У загради је дат број испитаника (предузетнице-предузетници)

Табела П-5.5: Резултати просте/вишеструке линеарне регресије и модерационе анализе – утицај фактора на нето добитак у групи предузетница и предузетника

Варијабла							
<u>Дужина радног искуства</u>							
	жене	308,85-16,27 x дужина радног искуства ($p=0,942$)					
	мушкарци	4.037,41-106,85 x дужина радног искуства ($p=0,423$)					
		В		СГ _В		β	
<u>Претходно занимање</u>		Ж	М	Ж	М	Ж	М
	константа	83,22	8.627,92	534,56	2.436,72		
	стручњак	-86,68	-7.777,55	507,52	3.714,65	-0,093	-0,331*
	службеник	31,71	-7.707,09	503,54	4.138,48	0,033	-0,281
	радник	325,15	-7.776,21	568,61	3.901,32	0,314	-0,293*
<u>Дужина текућег власничког искуства</u>							
	жене	78,61+6,04 x дужина власничког искуства ($p=0,982$)					
	мушкарци	5.607,67-211,04 x дужина власничког искуства ($p=0,176$)					
<u>Предузетничка самоефикасност</u>							
	жене	132,54+6,81 x предузетничка самоефикасност ($p=0,998$)					
	мушкарци	4.489,95-418,01 x предузетничка самоефикасност ($p=0,770$)					
<u>Интерни локус контроле</u>							
	жене	684,81-142,99 x интерни локус контроле ($p=0,964$)					
	мушкарци	3.596,11-159,54 x интерни локус контроле ($p=0,935$)					
<u>Опсег пословно-дискусионих мрежа</u>							
	жене	-71,73+163,53 x опсег мреже ($p=0,944$)					
	мушкарци	1.929,83+715,14 x опсег мреже ($p=0,587$)					
<u>Релативна структура пословно-дискусионих мрежа</u>							
	жене	-13,15+232,59 x број жена у мрежи ($p=0,948$)					
	мушкарци	3.301,23-403,80 x број жена у мрежи ($p=0,816$)					
<u>Број деце</u>							
	жене	-3,68+92,16 x број деце ($p=0,955$)					
	мушкарци	7.361,28-2.710,74 x број деце ($p=0,020$)*					
		В		СГ _В		β	
<u>Старост деце</u>		Ж	М	Ж	М	Ж	М
	константа	4,32	4.022,86	148,92	2.226,06		
	до 6 година	243,33	575,52	242,84	2.875,47	0,225	0,029
	6-25 година	237,76	-3.058,15	206,99	2.659,90	0,258	-0,165
<u>Породица-посао конфликт</u>							
	а. <u>усклађивање обавеза</u>						
	жене	-138,02+100,53 x проблем у усклађивању обавеза ($p=0,927$)					
	мушкарци	3.951,84-345,45 x проблем у усклађивању обавеза ($p=0,651$)					
	б. <u>недовољно времена са породицом</u>						
	жене	-77,33+72,17 x недовољно времена са породицом ($p=0,955$)					
	мушкарци	2.607+132,99 x недовољно времена са породицом ($p=0,866$)					
	в. <u>већи део времена за породичне обавезе</u>						
	жене	280,24-67,39 x више времена за кућне обавезе ($p=0,964$)					
	мушкарци	1.324,05+850,20 x више времена за кућне обавезе ($p=0,341$)					
	г. <u>лично извршавање већег дела кућних послова</u>						
	жене	224,93-17,97 x самостално извршавање кућних обавеза ($p=0,988$)					
	мушкарци	-1.592,55+2.353,15 x самостално извршавање кућних обавеза ($p=0,008$)*					
	д. <u>изостанак подршке супруга/ге</u>						
	жене	191,49-14,05 x изостанак подршке супруга ($p=0,991$)					
	мушкарци	3.761,47-376,41 x изостанак подршке супруге ($p=0,643$)					
<u>Однос према ризику</u>							
	жене	147,37+2,47 x аверзија према ризику ($p=0,999$)					
	мушкарци	7.609,91-1.628,40 x аверзија према ризику ($p=0,119$)					
<u>Старост предузећа</u>							
	жене	91,17+5,27 x старост предузећа ($p=0,985$)					
	мушкарци	2.913,33+5,84 x старост предузећа ($p=0,963$)					
		В		СГ _В		β	
<u>Делатност</u>		Ж	М	Ж	М	Ж	М
	константа	188,53	1.660,55	115,56	1.968,45		
	праерађивачка	-80,53	-121,57	283,06	3.313,40	-0,060	-0,005
	грађевинарство	-	18.822,37	-	5.682,43	-	0,406*
	саобраћај	870,97	-1.009,13	462,24	5.682,43	0,393	-0,022
	смештај и исхрана	-	-2.201,03	-	5.018,58	-	-0,054
	образовање	-93,53	-1.719,68	462,24	6.818,91	-0,042	-0,031
	остале услуге	-116,20	-1.528,80	462,24	9.440,36	-0,052	-0,019
	здравство	-	-1.605,30	-	9.440,36	-	-0,020
	стручне услуге	-310,87	-1.335,09	283,06	4.006,59	-0,233	-0,042
	информисање и комуникација	-160,28	18.605,84	462,24	5.682,43	-0,072	0,401*
	финансијске услуге	-177,03	-1.256,80	462,24	9.440,36	-0,080	-0,016
	административне услуге	-	-1.685,55	-	9.440,36	-	-0,021
<u>Тржиште</u>		Ж	М	Ж	М	Ж	М

	константа	412,05	-3.364,98	228,62	2.662,79		
	локално	-302,22	5.878,81	220,54	2.709,87	-0,327	0,285*
	регионално	-98,68	5.388,19	206,95	2.684,15	-0,113	0,266*
	национално	-58,72	4.384,88	245,46	2.906,01	-0,050	0,199
Значај циљева у вези са растом							
	а. релациони						
	жене				158,45+59,98	x релациони циљевима ($p=0,974$)	
	мушкарци				3.032,98+652,03	x релациони циљевима ($p=0,558$)	
	б. лични						
	жене				162,47+38,27	x лични циљевима ($p=0,981$)	
	мушкарци				3.078,19+536,69	x лични циљевима ($p=0,667$)	
	в. квантитативни						
	жене				142,68+50,14	x квантитативни циљевима ($p=0,977$)	
	мушкарци				3.044+1.393,51	x квантитативни циљевима ($p=0,237$)	
Перцепција садржаја раста							
	а. hard компонента						
	жене				164,46+77,05	x hard компонента раста ($p=0,972$)	
	мушкарци				3.039,29+33,87	x hard компонента раста ($p=0,977$)	
	б. soft компонента						
	жене				143,05+91,34	x soft компонента раста ($p=0,959$)	
	мушкарци				3.109,39+696,80	x soft компонента раста ($p=0,550$)	
Перцепција ефеката раста							
	а. негативни аспекти						
	жене				154,22+136,34	x негативни аспекти раста ($p=0,950$)	
	мушкарци				3.086-1.219,65	x негативни аспекти раста ($p=0,309$)	
	б. позитивни аспекти						
	жене				165,28+59,66	x позитивни аспекти раста ($p=0,975$)	
	мушкарци				3.303,39+2.763,73	x позитивни аспекти раста ($p=0,016$)*	
Циљеви							
	а. раст запослености						
	жене				-48,67+53,68	x раст запослености као циљ ($p=0,968$)	
	мушкарци				7.580,80-1.094,01	x раст запослености као циљ ($p=0,266$)	
	б. раст прихода						
	жене				-258,3+89,741	x раст прихода као циљ ($p=0,974$)	
	мушкарци				-4.332,48+1.564,82	x раст прихода као циљ ($p=0,285$)	
Планирање							
	жене				-600,22+218,03	x развијеност планирања ($p=0,939$)	
	мушкарци				-10.502,04+3.941,64	x развијеност планирања ($p=0,017$)*	
Стил менаџмента							
	жене				158,11+17,42	x менаџмент стил ($p=0,990$)	
	мушкарци				2.847,06+1.759,66	x менаџмент стил ($p=0,149$)	
Релациона перспектива							
	а. пословно окружење						
	жене				153,87+81,78	x пословно окружење ($p=0,965$)	
	мушкарци				2.942,03+1.314,42	x пословно окружење ($p=0,260$)	
	б. приватно окружење						
	жене				145,84+116,38	x приватно окружење ($p=0,947$)	
	мушкарци				3.040,49-152,54	x приватно окружење ($p=0,892$)	
					В	СГ_В	β
Општа пословна стратегија							
					ж	м	ж
	константа	-8,67	6.122,58	161,99	2.962,07		
	развој тржишта	228,83	-788,16	216,26	2.908,37	0,238	-0,039
	развој производа	217,03	-3.567,17	200,03	2.816,60	0,248	-0,176
	диверзификација	-23,18	-3.241,44	341,93	3.966,75	-0,014	-0,109
	стабилизација	91,88	-6.282,38	243,30	5.480,99	0,091	-0,172
Стратегија иновирања							
					ж	м	ж
	константа	257,25	2.886,13	120,19	2.869,84		
	куповина лиценце	-547,94	6.325,62	307,34	3.556,95	-0,253	0,288
	дефанзивна	-84,56	-2.427,13	133,34	2.889,81	-0,089	-0,130
	имитативна	1.679,81	-2.137,21	307,34	5.758,32	0,777*	-0,056
	зависна	-134,84	-1.113,27	134,17	3.244,22	-0,143	-0,057
Маркетинг стратегија							
	а. квалитет						
	жене				-257,08+89,89	x квалитет ($p=0,969$)	
	мушкарци				1.949,56+230,01	x квалитет ($p=0,854$)	
	б. цена						
	жене				-963,33+250,85	x цена ($p=0,933$)	
	мушкарци				3.147,92-37,18	x цена ($p=0,966$)	
	в. диференцирање						
	жене				-197,72+81,35	x диференцирање ($p=0,959$)	
	мушкарци				6.808,36-937,44	x диференцирање ($p=0,366$)	
	г. лојалност						
	жене				-622,77+163,25	x лојалност ($p=0,968$)	
	мушкарци				7.979,77-1.095,31	x лојалност ($p=0,431$)	

Извори финансирања	В			СГ _в			β
	ж	м	ж	м	ж	м	
константа	36,85	6.024,94	157,51	2.370,40			
лична средства	-65,84	-5.336,59	167,52	2.656,60	-0,076		-0,264*
позајмице пријатеља и рођака	130,05	-2.380,14	259,05	5.963,54	0,097		-0,051
кредити банака	175,73	-2.598,15	167,52	2.835,61	0,205		-0,127
државни програми	527,36	8.342,28	261,39	4.257,96	0,395		0,265
Разлог неаплицирања за кредит							
константа	-58,89	6.606,59	73,46	3.403,04			
неповољни услови	-16,69	-4.239,07	100,58	4.858,68	-0,050		-0,160
ризик	86,14	-7.833,78	134,95	6.296,15	0,200		-0,241
губитак контроле	173,84	11.596,42	97,17	6.239,30	0,545		0,337
Оцена неповољности услова кредитирања							
а. <u>камата</u>							
жене					-146,32+74,82 x неповољност камате ($p=0,957$)		
мушкарци					6.116,79-740,09 x неповољност камате ($p=0,433$)		
б. <u>период отплате</u>							
жене					279,25-33,43 x неповољност периода отплате ($p=0,981$)		
мушкарци					6.274,48-891,29 x неповољност периода отплате ($p=0,328$)		
в. <u>средства обезбеђења</u>							
жене					245,14-22,99 x неадекватност средстава обезбеђења ($p=0,987$)		
мушкарци					5.541,12-642,36 x неадекватност средстава обезбеђења ($p=0,480$)		
Правно-политичке баријере							
жене					-587,88+205,90 x правно-политичке баријере ($p=0,931$)		
мушкарци					7.241,38-1.318,34 x правно-политичке баријере ($p=0,238$)		
Социо-културолошко окружење							
а. <u>утицај окружења на избор занимања</u>							
жене					98,96+23,85 x утицај окружења на избор занимања ($p=0,983$)		
мушкарци					3.923,32-483,77 x утицај окружења на избор занимања ($p=0,587$)		
б. <u>суоченост са проблемима због пола</u>							
жене					275,80-43,93 x проблеми због пола ($p=0,968$)		
мушкарци					3.638,99-470,42 x проблеми због пола ($p=0,707$)		
в. <u>особине мушкараца су пожељније за пословање</u>							
жене					347,97-73,47 x особине мушкараца су пожељније ($p=0,949$)		
мушкарци					844,60+970,60 x особине мушкараца су пожељније ($p=0,230$)		
г. <u>жене немају особине потребне за успех у послу</u>							
жене					224,64-35,78 x особине жена су неадекватне ($p=0,976$)		
мушкарци					3.571,82-345,43 x особине жена су неадекватне ($p=0,720$)		

Напомена: * $p < 0,05$; В=нестандардизован регресиони коефицијент; СГ_в=стандардна грешка коефицијента; β=стандардизовани коефицијент

Табела П-5.6: Статистичка значајност разлике у величини стопе раста запослености
– у групи предузетница и предузетника

	жене	мушкарци
	<i>ANOVA</i>	
Старост предузетника/це	F(1,22)=5,507 ($p=0,028$)*	F(3,55)=1,265 ($p=0,295$)
Ниво образовања	F(3,20)=1,178 ($p=0,343$)	F(4,54)=2,040 ($p=0,102$)
Поље образовања	F(6,17)=2,666 ($p=0,052$)* ¹¹⁸	F(7,51)=1,514 ($p=0,184$)
Раније власничко искуство	-	F(1,57)=0,389 ($p=0,535$)
Делатност претходног радног искуства	F(2,17)=1,008 ($p=0,386$)	-
Фреквенција контаката	породица: F(2,21)=0,501 ($p=0,613$)	-
	пријатељи: F(2,21)=0,077 ($p=0,926$)	-
	колеге: F(2,21)=1,777 ($p=0,194$)	-
	рачуновође: F(2,21)=2,152 ($p=0,141$)	-
	владине агенције:-	F(2,56)=0,102 ($p=0,904$)
Брачно стање	F(1,22)=0,215 ($p=0,647$)	F(1,57)=2,943 ($p=0,092$)
Породична предузетничка историја	-	F(2,56)=0,018 ($p=0,982$)
Асоцијација на финансијски ризик	F(3,20)=0,241 ($p=0,867$)	F(3,55)=2,368 ($p=0,081$)
Делатност	-	F(11,47)=0,985 ($p=0,473$)
Тип купаца	F(1,22)=5,418 ($p=0,030$)*	-
Сектор купаца	F(1,20)=0,029 ($p=0,866$)	F(1,56)=0,012 ($p=0,915$)
	<i>Welch</i>	
Фреквенција контаката	чланови удружења: <i>Levene</i> $p=0,036$ <i>Welch</i> = 1,22 ($p=0,335$)	<i>Levene</i> $p=0,012$ <i>Welch</i> = 0,173 ($p=0,842$)
	<i>Kruskal-Wallis H</i>	
Делатност претходног радног искуства	-	H(2)=1,624 ($p=0,444$)
	породица: -	H(2)=2,455 ($p=0,293$)
	пријатељи: -	H(2)=9,756 ($p=0,008$)*
	колеге: -	H(2)=3,213 ($p=0,201$)
	рачуновође: -	H(2)=1,088 ($p=0,581$)
Фреквенција контаката	адвокати: H(2)=0,090 ($p=0,956$)	H(2)=3,348 ($p=0,188$)
	банкари: H(2)=0,148 ($p=0,929$)	H(2)=0,660 ($p=0,719$)
	консултанти: H(2)=0,431 ($p=0,806$)	H(2)=2,875 ($p=0,237$)
	владине агенције: H(2)=2,159 ($p=0,340$)	-
	клијенти: H(2)=0,296 ($p=0,863$)	H(2)=2,764 ($p=0,251$)
Породична предузетничка историја	H(3)=3,739 ($p=0,291$)	-
Делатност	H(6)=9,881 ($p=0,130$)	-
Понашање у хипотетичкој ситуацији одређеног нивоа ризика	H(2)=2,285 ($p=0,319$)	H(2)=0,359 ($p=0,836$)
	<i>Mann-Whitney</i>	
Постојање радног искуства	U=33,50 ($p=0,627$)	U=271,00 ($p=0,331$)
Постојање менаџерског искуства	U=49,00 ($p=0,525$)	U=540,00 ($p=0,107$)
Раније власничко искуство	U=15,50 ($p=0,609$)	-
Тип купаца	-	U=355,00 ($p=0,358$)
Аплицирање за кредит	U=65,00 ($p=0,733$)	U=435,00 ($p=1,00$)

¹¹⁸ *Post hoc* тестови нису могли да буду спроведени због тога што је бар једна група имала мање од два члана.

Исход кредитне апликације	¹¹⁹	U=28,00 (p=0,133)
Алтернативни извори финансирања	U=50,50 (p=0,820)	U=332,50 (p=0,965)

Напомена: * p<0,05

¹¹⁹ Кредит је одобрен свим предузетницама које су аплицирале за ова средства.

Табела П-5.7: Просечна вредност стопе раста запослености – за групу предузетница и за групу предузетника

		средња вредност	
		ж	м
Старост предузетника/це	до 25 (0-1)	-	88,89
	26-45 (11-23)	15,76	33,61
	46-65 (13-34)	-75,73	-15,52
	66 и више (0-1)	-	-38,10
Ниво образовања	средња школа (9-15)	5,18	-6,37
	виша/висока школа (4-13)	-64,91	27,70
	факултет (8-24)	-77,14	5,51
	магистратура/мастер (3-6)	6,35	27,65
	докторат (0-1)	-	-266,67
Поље образовања	општи програми (3-6)	146,67	55,58
	услуге (3-5)	-51,85	-46,09
	образовање (1-5)	-100,00	-4,08
	друштвене науке, пословање и право (10-12)	-70,65	25,93
	природне науке, математика и информатика (4-8)	-55,56	-71,51
	техника, производња и грађевинарство (1-19)	-57,14	25,22
	пољопривреда и ветеринарство (0-3)	-	42,85
здравствена и социјална заштита (2-1)	4,82	-133,33	
Постојање радног искуства	да (20-50)	-40,08	12,30
	не (4-9)	-2,38	-35,44
Делатност ранијег радног искуства	у целости у истој делатности (4-16)	-40,41	-17,74
	делимично у истој делатности (8-22)	-3,73	21,61
	у другој делатности (8-12)	-76,26	35,29
Претходно менаџмент искуство	да (4-28)	-18,45	35,21
	не (20-31)	-36,86	-22,25
Претходно власничко искуство	да (1-16)	0,00	19,21
	не (22-43)	-36,87	-0,26
Фреквенција контаката	<u>пријатељи</u>		
	1-3 пута (24)	-	-34,15
	више од 3 пута (16)	-	47,22
Брачно стање	удата/ожењен (16-44)	-26,70	-8,58
	неудата/неожењен (8-15)	-47,98	44,90
Породична предузетничка историја	мајка (1-0)	-76,19	-
	отац (1-13)	133,33	8,28
	ниједан од родитеља (20-44)	-43,41	4,59
	оба родитеља (2-2)	0,00	-6,87
Асоцијација на финансијски ризик	опасност (2-6)	-44,45	-21,65
	неизвесност (14-27)	-18,36	-25,34
	шанса (7-23)	-55,57	36,19
	узбуђење (1-3)	-76,19	92,63
Понашање у хипотетичкој ситуацији	штедња (9-16)	-8,43	0,88
	улагање средње ризичности (13-26)	-49,95	15,97
	ризично улагање (2-17)	-42,92	-7,84
Купци	физичка лица (16-23)	-1,77	26,64
	правна лица (8-36)	-97,84	-8,80
Сектор купаца	приватни (19-48)	-44,44	6,72
	јавни (3-10)	-33,33	10,69
Делатност	праерађивачка (2-12)	-155,00	18,06
	грађевинарство (0-3)	-	-3,41
	трговина (15-22)	-17,89	-16,93
	саобраћај и складиштење (1-3)	240,00	29,63
	услуге смештаја и исхране (0-3)	-	-19,05
	информисање и комуникација (1-3)	-72,73	144,11
	финансијске делатности и осигурање (1-1)	0,00	-36,36
	стручне услуге (3-7)	-133,33	30,22
	административне и помоћне делатности (0-1)	-	0,00
	образовање (0-2)	-	44,69
	здравство (0-1)	-	-133,33
	остале услужне делатности (1-1)	0,00	-133,33
	Аплицирање за кредит	да (13-30)	-29,36
не (11-29)		-39,03	9,82
Исход кредитне апликације	одобрено (13-29)	-29,36	4,99
	није одобрено (0-1)	-	-133,33
Алтернативни извори финансирања	да (6-15)	-32,24	-5,58
	не (18-44)	-34,31	8,63

Напомена: У загради је дат број испитаника (предузетнице-предузетници)

Табела П-5.8: Резултати просте/вишеструке линеарне регресије и модерационе анализе – утицај фактора на стопу раста запослености у групи предузетница и предузетника

Варијабла							
Дужина радног искуства							
	жене	10,56-4,62 x дужина радног искуства ($p=0,096$)					
	мушкарци	-21,32+2,68 x дужина радног искуства ($p=0,096$)					
		В		СГ _В		β	
Претходно занимање		Ж	М	Ж	М	Ж	М
	константа	-12,50	20,21	118,04	21,65		
	стручњак	-75,99	-33,97	110,27	33,01	-0,364	-0,161
	службеник	15,76	-24,83	111,41	36,76	0,077	-0,107
	радник	-24,30	29,46	125,32	35,70	-0,112	0,127
Дужина текућег власничког искуства							
	жене	2,81-3,44 x дужина власничког искуства ($p=0,275$)					
	мушкарци	88,73-6,74 x дужина власничког искуства ($p=0,0001$)*					
Предузетничка самоефикасност							
	жене	-58,14+7,05 x предузетничка самоефикасност ($p=0,816$)					
	мушкарци	57,59-14,64 x предузетничка самоефикасност ($p=0,413$)					
Интерни локус контроле							
	жене	53,25-23,96 x интерни локус контроле ($p=0,580$)					
	мушкарци	-60,68+17,46 x интерни локус контроле ($p=0,471$)					
Опсег пословно-дискусионих мрежа							
	жене	-43,19+6,84 x опсег мреже ($p=0,811$)					
	мушкарци	-45,65+33,95 x опсег мреже ($p=0,034$)*					
Релативна структура пословно-дискусионих мрежа (број жена)							
	жене	-94,89+85,30 x број жена ($p=0,059$)					
	мушкарци	2,64+3,18 x број жена ($p=0,880$)					
Број деце							
	жене	7,83-24,37 x број деце ($p=0,248$)					
	мушкарци	42,79-23,25 x број деце ($p=0,106$)					
		В		СГ _В		β	
Старост деце		Ж	М	Ж	М	Ж	М
	константа	-114,31	14,08	26,96	26,45		
	до 6 година	194,31	33,62	53,91	34,30	0,682*	0,140
	6-25 година	96,44	-43,90	39,30	31,80	0,464*	-0,198
Породица-посао конфликт							
а. усклађивање обавеза							
	жене	-74,35+13,32 x усклађивање обавеза ($p=0,342$)					
	мушкарци	34,34-10,68 x усклађивање обавеза ($p=0,256$)					
б. недовољно времена са породицом							
	жене	-30,03-1,16 x недовољно времена са породицом ($p=0,942$)					
	мушкарци	56,45-15,65 x недовољно времена са породицом ($p=0,105$)					
в. већи део времена за породичне обавезе							
	жене	-76,46+22,26 x извршавање кућних обавеза ($p=0,237$)					
	мушкарци	-20,05-7,58 x извршавање кућних обавеза ($p=0,490$)					
г. лично извршавање већег дела кућних послова							
	жене	-107,68+19,45 x лично извршавање кућ. обав. ($p=0,201$)					
	мушкарци	-21,14+13,31 x лично извршавање кућ. обав. ($p=0,232$)					
д. изостанак подршке супруга/ге							
	жене	-65,01+11,73 x изостанак подршке супруга/е ($p=0,450$)					
	мушкарци	14,75-4,78 x изостанак подршке супруга/е ($p=0,632$)					
Однос према ризику							
	жене	-116,48+23,72 x аверзија према ризику ($p=0,197$)					
	мушкарци	69,20-22,63 x аверзија према ризику ($p=0,076$)					
Старост предузећа							
	жене	-20,18-1,06 x старост предузећа ($p=0,763$)					
	мушкарци	62,63-4,02 x старост предузећа ($p=0,009$)*					
		В		СГ _В		β	
Делатност		Ж	М	Ж	М	Ж	М
	константа	-17,89	-16,93	20,53	22,63		
	прађивачка	-137,11	34,99	59,84	38,09	-0,372*	0,134
	грађевинарство	-	13,53	-	65,32	-	0,028
	саобраћај	257,89	46,56	82,10	65,32	0,506*	0,097
	смештај и исхрана	-	-2,11	-	65,32	-	-0,004
	образовање	-	61,62	-	78,38	-	0,106
	остале услуге	17,89	-116,40	82,10	108,51	0,035	-0,143
	здравство	-	-116,40	-	108,51	-	-0,143
	стручне услуге	-115,44	47,15	50,28	46,05	-0,375*	0,145
	информисање и комуникација	-54,84	161,05	82,10	65,32	-0,108	0,337*
	финансијске услуге	17,89	-19,43	82,10	108,51	0,035	-0,024
	административне услуге	-	16,93	-	108,51	-	0,021

Тржиште		Ж	М	Ж	М	Ж	М
	константа	51,12	-3,34	55,17	29,29		
	локално	-81,99	28,98	53,97	29,84	-0,379	0,135
	регионално	-83,73	2,83	52,24	29,58	-0,398	0,013
	национално	6,89	-14,34	57,50	31,92	0,025	-0,063
Значај циљева у вези са растом							
	<u>а. релациони</u>						
	жене					-31,39+23,16 x релациони циљеви ($p=0,321$)	
	мушкарци					2,51-9,37 x релациони циљеви ($p=0,497$)	
	<u>б. лични</u>						
	жене					-29,85+18,25 x лични циљеви ($p=0,336$)	
	мушкарци					-3,04+32,65 x лични циљеви ($p=0,029$)*	
	<u>в. квантитативни</u>						
	жене					-25,44-24,25 x квантитативни циљеви ($p=0,269$)	
	мушкарци					1,99-26,47 x квантитативни циљеви ($p=0,063$)	
Перцепција садржаја раста							
	<u>а. hard компонента</u>						
	жене					-28,71-1,44 x hard компонента ($p=0,961$)	
	мушкарци					3,73-1,20 x hard компонента ($p=0,934$)	
	<u>б. soft компонента</u>						
	жене					-28,89+0,88 x soft компонента ($p=0,969$)	
	мушкарци					3,21-5,05 x soft компонента ($p=0,727$)	
Перцепција ефеката раста							
	<u>а. негативни аспекти</u>						
	жене					-36,48+5,71 x негативни аспект ($p=0,841$)	
	мушкарци					7,82-15,96 x негативни аспект ($p=0,264$)	
	<u>б. позитивни аспекти</u>						
	жене					-34,27-9,16 x позитивни аспект ($p=0,717$)	
	мушкарци					9,13+6,61 x позитивни аспект ($p=0,636$)	
Циљеви							
	<u>а. раст запослености</u>						
	жене					-140,25+25,93 x раст запослености као циљ ($p=0,114$)	
	мушкарци					29,77-5,72 x раст запослености као циљ ($p=0,627$)	
	<u>б. раст прихода</u>						
	жене					-52,39+4,02 x раст прихода као циљ ($p=0,907$)	
	мушкарци					19,98-3,19 x раст прихода као циљ ($p=0,861$)	
Планирање							
	жене					-143,92+32,26 x развијеност планирања ($p=0,416$)	
	мушкарци					7,61-0,76 x развијеност планирања ($p=0,971$)	
Стил менаџмента							
	жене					-31,50+11,40 x менаџмент стил ($p=0,528$)	
	мушкарци					5,97-3,18 x менаџмент стил ($p=0,833$)	
Релациона перспектива							
	<u>а. пословно окружење</u>						
	жене					-34,31-11,86 x пословно окружење ($p=0,617$)	
	мушкарци					-2,84+9,18 x пословно окружење ($p=0,523$)	
	<u>б. приватно окружење</u>						
	жене					-33,68-0,95 x приватно окружење ($p=0,965$)	
	мушкарци					3,45-4,50 x приватно окружење ($p=0,744$)	
Општа пословна стратегија							
				В	СГ_В	β	
		Ж	М	Ж	М	Ж	М
	константа	-17,98	11,42	44,25	29,77		
	развој тржишта	-9,94	-18,25	56,93	29,39	-0,044	-0,086
	развој производа	-37,73	40,62	53,25	28,23	-0,179	0,193
	диверзификација	8,27	-67,99	87,74	39,65	0,022	-0,222
	стабилизација	2,15	-70,12	63,68	54,77	0,009	-0,186
Стратегија иновирања							
	константа	40,19	54,24	44,04	34,18		
	куповина лиценце	-251,76	2,82	111,67	42,25	-0,507*	0,011
	дефанзивна	-55,11	-47,26	49,94	34,55	-0,248	-0,219
	имитативна	5,28	-0,51	111,67	68,41	0,011	-0,001
	зависна	-63,08	-50,79	49,94	38,93	-0,284	-0,224
Маркетинг стратегија							
	<u>а. квалитет</u>						
	жене					12,24-10,33 x квалитет ($p=0,718$)	
	мушкарци					-29,24+7,54 x квалитет ($p=0,623$)	
	<u>б. цена</u>						
	жене					-104,34+15,68 x цена ($p=0,677$)	
	мушкарци					-39,83+11,03 x цена ($p=0,312$)	
	<u>в. диференцирање</u>						
	жене					-128,38+22,04 x диференцијација ($p=0,266$)	
	мушкарци					30,80-6,34 x диференцијација ($p=0,618$)	
	<u>г. лојалност</u>						

Табела П-5.9: Статистички значајна разлика у стању фактора перформанси и раста између предузетница и предузетника

Карактеристике предузетника			Карактеристике предузећа		Менаџмент пракса и стратегија		Екстерно окружење	
Хумани капитал	Поље образовања	предузетнице: друштвене науке, услуге, хуманистичке науке, уметност, здравство предузетници: техника и производња, пољопривреда, грађевинарство	Сектор	нема разлике	Циљеви	нема разлике	Правно- политичко	предузетнице > предузетници
	Менаџмент искуство	предузетнице < предузетници	Тржиште – локално, сва остала	предузетнице > предузетници предузетнице < предузетници	Менаџмент пракса	нема разлике	Социо-културолошко: проблеми због пола	предузетнице > предузетници
	Претходно власничко искуство	предузетнице < предузетници	Тржиште – физичка лица, правна лица	предузетнице > предузетници предузетнице < предузетници	Стратегија – стабилизација, све остале	предузетнице > предузетници предузетнице < предузетници		
	ПСЕ – Општи менаџмент	предузетнице < предузетници	Старост	нема разлике	Стратегија - диференцијација	предузетнице > предузетници		
	ПСЕ - Маркетинг	предузетнице < предузетници			Стратегија –фин. лизинг и риз. капитал; факторинг и посл. анђели	предузетнице < предузетници предузетнице > предузетници		
Социјални капитал	Опсег – укупно: колеге	предузетнице < предузетници						
	Опсег – број жена:пријатељи	предузетнице > предузетници						
	Индекс родне хомофилије: пријатељи	предузетнице > предузетници						
	Индекс родне хомофилије: колеге	предузетнице > предузетници						
	Индекс родне хомофилије: адвокати	предузетнице > предузетници						
Породичне варијабле	Индекс родне хомофилије:породица	предузетнице < предузетници						
	Старост деце: до 6 година	предузетнице < предузетници						
	Старост деце: 6-25 година	предузетнице < предузетници						
	Старост деце: више од 25 година	предузетнице > предузетници						
	Лично извршавање кућних послова	предузетнице > предузетници						
Однос према ризику	Реално понашање – аверзија према ризику	предузетнице > предузетници						

Табела П-5.10: Статистички значајан утицај фактора на величину нето добитка и стопе раста запослености – у групи предузетница и у групи предузетника

										<i>Нето добитак</i>		
Карактеристике предузетника			Карактеристике предузећа				Менаџмент пракса и стратегија			Екстерно окружење		
		предузетнице	предузетници				предузетнице		предузетници			
Хумани капитал	Поље образовања	макс: здравство мин: друштвене науке	без утицаја		Сектор	без утицаја	Грађевинарство>Трг. Информисање>Трг.	Циљ – позитивни аспекти	без утицаја	+ однос	Правно-политичко	без утицаја
	Занимање претходног радног искуства	без утицаја	радник<руков. стручњак<руков		Тржиште	без утицаја	Локално>Ино. Регионално>Ино.	Мен. пракса – Планирање	без утицаја	+ однос	Социо-културолошко	без утицаја
Социјални капитал	Фреквенција контаката – колеге, адвокати	без утицаја	"3+>"1-3" "3+>"0"		Тржиште	Физ.лица > Прав. лица	без утицаја	Стратегија	Имитативна> Офанзивна (соп. И&Р) Аплицирање за кредит: Да>Не	Лична средства<Интерна средства предузећа		
Породичне варијабле	Број деце	без утицаја	- однос		Старост		без утицаја					
	Лично обављање кућних послова	без утицаја	+ однос									
Однос према ризику		без утицаја										
										<i>Стопа раста запослености</i>		
Карактеристике предузетника			Карактеристике предузећа				Менаџмент пракса и стратегија			Екстерно окружење		
		предузетнице	предузетници				предузетнице		предузетници			
Хумани капитал	Старост	26-45>46-65	без утицаја		Сектор	R ² =0,569 Прерађив.<Трг. Стручне усл.<Трг. Саобраћај>Трг.	Информ.>Трг.	Циљ – лични циљеви	без утицаја	+ однос	Правно-политичко	без утицаја
	Поље образовања	макс: општи пр. мин: друштвене	без утицаја		Тржиште	Физ.лица >Прав. лица	без утицаја	Мен. пракса	без утицаја	без утицаја	Социо-културолошко	без утицаја

науке											
Радно искуство - дужина		модерациони ефекат		Старост	без утицаја	- однос	Стратегија	Куповина лиценце<С опствено И&Р	Период отплате: модерациони ефекат	без утицаја	
Вл. искуство	без утицаја										
Социјални капитал	Фреквенција - пријатељи	без утицаја		"3+">"1-3"							
	Опсег - укупно	без утицаја		+ однос							
	Опсег - број жена	+ однос		без утицаја							
Породичне варијабле	Старост деце	до 6 год. > 25+ 6-25>25+		без утицаја							
Однос према ризику	Иspoљено понашање	модерациони ефекат									

ПРИЛОГ 6: Резултати емпиријске верификације хипотезе Х5

Табела П-6.1: Детерминанте родног гена у перформансама и расту – смер односа у
утицају фактора на нивоу укупног узорка и смер односа у стању фактора у групи
предузетница и у групи предузетника

Варијабла	нето доб.	стопа раста	однос стања	Варијабла	нето доб.	стопа раста	однос стања
Дужина радног искуства	-	+	ж<м	приватно окружење	-	-	ж>м
Претходно занимање (реф.: руководилац)				Општа пословна стратегија (реф.: пенетрација)			
стручњак	-	-	ж>м	развој тржишта	+	-	ж<м
службеник	-	-	ж>м	развој производа	-	+	ж<м
радник	-	+	ж>м	диверзификација	-	-	ж<м
Дужина текућег власничког искуства	-	-	ж<м	стабилизација	-	-	ж>м
ПСЕ	-	-	ж<м	Стратегија иновирања (оф. на бази сопс. И&Р)			
ПСЕ – општи менаџмент	+	+	ж<м	оф. куповином лиценце	+	-	ж<м
ПСЕ – маркетинг	+	+	ж<м	дефанзивна	-	-	ж>м
ПСЕ – финансије	-	-	ж>м	имитативна	-	+	ж>м
ПСЕ – иновације	+	+	ж<м	зависна	-	-	ж>м
ПСЕ – оперативни менаџмент	-	-	ж>м	Маркетинг стратегија			
ПСЕ – људски ресурси	-	-	ж<м	квалитет	+	+	ж<м
ПСЕ – ИКТ	-	+	ж<м	цена	-	+	ж>м
Интерни локус контроле	-	+	ж<м	диференцијација	-	-	ж>м
Опсег мреже	+	+	ж<м	лојалност	-	+	ж>м
Број жена у мрежи	-	+	ж<м	Извори финансирања (реф.: интерни извори фин.)			
Број деце	-	-	ж>м	лична средства	-	+	ж>м
Старост деце (реф.: више од 25 година)				позајмице пријатеља и рођака	-	-	ж>м
до 6 година	+	+	ж<м	кредити банака	-	+	ж>м
6-25 година	-	-	ж<м	државни програми	+	+	ж<м
Породица-посао конфликт				Разлози неаплицирања за кредит (реф.: непотребно)			
Усклађивање обавеза	-	+	ж<м	неповољни услови	-	+	ж<м
Недовољно времена са пор.	+	-	ж<м	ризик	-	-	ж>м
Више времена на пор. обав.	+	-	ж>м	губитак контроле	+	+	ж>м
Лично извршавање кућ. обав.	+	+	ж>м	Оцена неповољности			
Изостанак подршке супр.	-	-	ж>м	камата	+	-	ж<м
Аверзија према ризику	-	-	ж>м	период отплате	-	-	ж>м
Старост предузећа	+	-	ж<м	средства обезбеђења	-	+	ж>м
Делатност (реф.: трговина)				Алт. извори финансирања (реф.: фин. лизинг)			
прерађивачка	+	+	ж<м	факторинг	-	-	ж>м
грађевинарство	+	+	ж<м	пословни анђели	+	+	ж>м
саобраћај	-	+	ж<м	ризици капитал	+	+	ж<м
смештај и исхрана	-	-	ж<м	Правно-политичке баријере	-	-	ж>м
образовање	-	+	ж>м	Социо-културолошко окр.			
остале услуге	-	-	ж>м	утицај на избор занимања	-	-	ж>м
здравство	-	-	ж>м	проблеми због пола	-	-	ж>м
стручне услуге	-	-	ж>м	особине мушк. су адекватније	+	-	ж>м
информисање и комуникација	+	+	ж<м	жене немају потребне особине	-	+	ж>м
финансијске услуге	-	-	ж>м	група са максималном вредношћу			
административне услуге	-	+	ж<м	н.д.	ж<м	с.р.	ж<м
Тржиште (реф.: инострано)				Старост предузетника	26-45	ж>м	26-45 ж>м
локално	+	-	ж>м	Ниво образовања	маг.	ж>м	маг. ж>м
регионално	+	-	ж<м	Поље образовања	пољ.	ж<м	опш. ж<м
национално	+	-	ж<м	Постојање радног искуства	да	ж<м	да ж<м
Значај циљева раста				Делатност радног искуства	друга дел.	ж>м	дели мич но сл. ж>м
релациони	+	+	ж<м	Претходно мен. искуство	да	ж<м	да ж<м

лични	+	+	ж<м	Претходно вл. искуство	да	ж<м	да	ж<м
квантитативни	+	-	ж>м	Брачно стање	неуд./неож.	ж>м	неуд./неож.	ж>м
Перцепција садржаја раста				Породична пред. историја	отац	ж<м	отац	ж<м
<i>hard</i>	+	-	ж<м	Асоц. на фин. ризик	узбуђ.	ж>м	узбуђ.	ж>м
<i>soft</i>	+	-	ж>м	Фин. ризик - хипотетички	средње	ж>м	штед.	ж>м
Перцепција ефеката раста				Купци	физ.	ж>м	физ.	ж>м
негативни	-	-	ж>м	Сектор купаца	прив.	ж<м	јав.	ж>м
позитивни	+	+	ж>м	Делатност	грађ.	ж<м	инф.	ж<м
Циљеви раста				Аплицирање за кредит	не	ж>м	не	ж>м
запосленост	-	+	ж<м	Алтернативни извори фин.	да	ж>м	не	ж<м
приход	+	-	ж<м					
Планирање	+	+	ж<м					
Стил менаџмента	+	+	ж<м					
Релациона перспектива								
пословно окружење	+	+	ж<м					

Табела П-6.2: Детерминанте родног гена у перформансама и расту – смер односа у стању и утицају фактора у групи предузетница и у групи предузетника

Варијабла	нето доб.	стопа раста	однос стања	Варијабла	нето доб.	стопа раста	однос стања
Дужина радног искуства	-		ж<м	приватно окружење		-	ж>м
Претходно занимање (реф.: руководилац)				Општа пословна стратегија (реф.: пенетрација)			
стручњак	-	-	ж>м	развој тржишта		-	ж<м
Дужина текућег власничког искуства		-	ж<м	диверзификација	-		ж<м
Интерни локус контроле	-		ж<м	Стратегија иновирања (оф. на бази сопс. И&Р)			
Опсег мреже	+	+	ж<м	дефанзивна	-	-	ж>м
Број жена у мрежи		+	ж<м	зависна	-	-	ж>м
Број деце		-	ж>м	Маркетинг стратегија			
Старост деце (реф.: више од 25 година)				квалитет	+		ж<м
до 6 година	+	+	ж<м	цена		+	ж>м
Породица-посао конфликт				Извори финансирања (реф.: интерни извори фин.)			
Недовољно времена са пор.	+	-	ж<м	лична средства	-	+	ж>м
Лично извршавање кућ. обав.		+	ж>м	позајмице пријатеља и рођака		-	ж>м
Изостанак подршке супр.	-		ж>м	кредити банака		+	ж>м
Старост предузећа	+	-	ж<м	државни програми	+	+	ж<м
Делатност (реф.: трговина)				Разлози неаплицирања за кредит (реф.: непотребно)			
прерађивачка	-		ж<м	неповољни услови	-		ж<м
саобраћај		+	ж<м	губитак контроле	+		ж>м
образовање	-		ж>м	Оцена неповољности			
остале услуге	-		ж>м	период отплате	-		ж>м
стручне услуге	-		ж>м	средства обезбеђења	-		ж>м
финансијске услуге	-		ж>м	Правно-политичке баријере		-	ж>м
Значај циљева раста				Социо-културолошко окр.			
релациони	+		ж<м	утицај на избор занимања		-	ж>м
лични	+	+	ж<м	проблеми због пола	-		ж>м
квантитативни	+	-	ж>м	особине мушк. су адекватније			
Перцепција садржаја раста				жене немају потребне особине	-		ж>м
hard	+	-	ж<м	група са максималном вредношћу			
soft	+		ж>м	н.д.	ж:м	с.р.	ж:м
Перцепција ефеката раста				Старост предузетника			26-45 ж>м
позитивни	+		ж>м	Поље образовања			опш. ж<м
Циљеви раста				Делатност радног искуства	др. дел.	ж>м	
приход	+		ж<м	Претходно мен. искуство			да ж<м
Планирање	+		ж<м	Претходно вл. искуство			да ж<м
Стил менаџмента	+		ж<м	Купци	физ.	ж>м	физ. ж>м
Релациона перспектива				Сектор купаца	прив	ж<м	јав. ж>м
пословно окружење	+		ж<м	Алтернативни извори фин.	да	ж>м	

Табела П-6.3: Детерминанте родног гена у перформансама и расту – однос између просечног интензитета утицаја фактора у групи предузетница и у групи предузетника

Негативан утицај	Однос интензитета утицаја	Позитиван утицај	Однос интензитета утицаја
<i>Нето добитак</i>			
Занимање – стручњак (реф.: руководилац)	ж>м	Опсег мреже	ж>м
Изостанак подршке супруга/е	ж<м	Старост деце – до 6 година	ж>м
Делатност – образовање	ж<м	Недовољно времена са породицом	ж>м
Делатност – остале услуге	ж<м	Старост предузећа	ж>м
Делатност – стручне услуге (реф.: трговина)	ж>м	Циљеви раста – релациони	ж>м
Делатност – финансијске услуге (реф.: трговина)	ж>м	Циљеви раста – лични	ж>м
Стратегија иновирања – дефанзивна	ж<м	Садржај раста – <i>hard</i> компоненте	ж<м
Стратегија иновирања – зависна (реф.: оф. на бази сопственог И&Р)	ж>м	Раст прихода као циљ	ж<м
Извори финансирања – лична средства (реф.: интерна средства предузећа)	ж>м	Планирање	ж<м
Неповољност услова кредитирања – период отплате	ж<м	Стил менаџмента	ж<м
Неповољност услова кредитирања – средства обезбеђења	ж<м	Релациона перспектива – пословно окружење	ж>м
Социо-културолошко окружење – проблеми због пола	ж>м	Маркетинг стратегија - квалитет	ж>м
Социо-културолошко окружење – жене немају потребне особине	ж>м	Извори финансирања – средства из државних програма	ж>м
<i>Стопа раста запослености</i>			
Занимање - стручњак	ж>м	Опсег мреже	ж<м
Број деце	ж>м	Број жена у мрежи	ж<м
Циљеви раста - квантитативни	ж<м	Старост деце – до 6 година (реф.: деца старија од 25 година)	ж<м
Релациона перспектива – приватно окружење	ж<м	Делатност – саобраћај	ж>м
Стратегија иновирања – дефанзивна (реф.: оф. на бази сопственог И&Р)	ж>м	Циљеви раста – лични	ж<м
Стратегија иновирања – зависна (реф.: оф. на бази сопственог И&Р)	ж>м	Извори финансирања – средства из државних програма	ж<м
Извори финансирања – позајмице пријатеља, рођака (реф.: интерна средства предузећа)	ж>м		
Правно-политичке баријере	ж>м		
Социо-културолошко окружење – утицај на избор занимања	ж>м		

Табела П-6.4: Разлике у смеру односа између фактора и нето добитка

Варијабла	Предузетнице	Предузетници	Варијабла	Предузетнице	Предузетници
Дужина радног искуства	-	-	приватно окружење	+	-
Претходно занимање (реф.: руководилац)			Општа пословна стратегија (реф.: пенетрација)		
стручњак	-	-	развој тржишта	+	-
службеник	+	-	развој производа	+	-
радник	+	-	диверзификација	-	-
Дужина текућег власничког искуства	+	-	стабилизација	+	-
ПСЕ	+	-	Стратегија иновирања (оф. на бази сопс. И&Р)		
Интерни локус контроле	-	-	оф. куповином лиценце	-	+
Опсег мреже	+	+	дефанзивна	-	-
Број жена у мрежи	+	-	имитативна	+	-
Број деце	+	-	зависна	-	-
Старост деце (реф.: више од 25 година)			Маркетинг стратегија		
до 6 година	+	+	квалитет	+	+
6-25 година	+	-	цена	+	-
Породица-посао конфликт			диференцијација	+	-
Усклађивање обавеза	+	-	лојалност	+	-
Недовољно времена са пор.	+	+	Извори финансирања (реф.: интерни извори фин.)		
Више времена на пор. обав.	-	+	лична средства	-	-
Лично извршавање кућ. обав.	-	+	позајмице пријатеља и рођака	+	-
Изостанак подршке супр.	-	-	кредити банака	+	-
Однос према ризику	+	-	државни програми	+	+
Старост предузећа	+	+	Разлози неаплицирања за кредит (реф.: непотребно)		
Делатност (реф.: трговина)			неповољни услови	-	-
прерађивачка	-	-	ризик	+	-
грађевинарство	/	+	губитак контроле	+	+
саобраћај	+	-	Оцена неповољности		
смештај и исхрана	/	-	камата	+	-
образовање	-	-	период отплате	-	-
остале услуге	-	-	средства обезбеђења	-	-
здравство	/	-	Правно-политичке баријере	+	-
стручне услуге	-	-	Социо-културолошко окр.		
информисање и комуникација	-	+	утицај на избор занимања	+	-
финансијске услуге	-	-	проблеми због пола	-	-
административне услуге	/	-	особине мушк. су адекватније	-	+
Тржиште (реф.: инострано)			жене немају потребне особине	-	-
локално	-	+	група са максималним нето добитком		
регионално	-	+	предузетнице		предузетници
национално	-	+			
Значај циљева раста			Старост предузетника	46-65	26-45
релациони	+	+	Ниво образовања	виша/висока	магистратура
лични	+	+	Поље образовања	здравство	природ. науке
квантитативни	+	+	Постојање радног искуства	не	да
Перцепција садржаја раста			Делатност радног искуства	друга дел.	друга дел.
<i>hard</i>	+	+	Претходно мен. искуство	не	да
<i>soft</i>	+	+	Претходно вл. искуство	не	да
Перцепција ефеката раста			Брачно стање	удате	неожењени
негативни	+	-	Породична пред. историја	ниједан род.	отац
позитивни	+	+	Асоц. на фин. ризик	шанса	узбуђење
Циљеви раста			Фин. ризик - хипотетички	ризично	средње ризич.
запосленост	+	-	Купци	физичка лица	физичка лица
приход	+	+	Сектор купаца	приватни	приватни
Планирање	+	+	Делатност	трговина	грађевин.
Стил менаџмента	+	+	Аплицирање за кредит	да	не
Релациона перспектива			Исход кр. апликације	/	/
пословно окружење	+	+	Алтернативни извори фин.	да	да

Табела П-6.5: Разлике у смеру односа између фактора и стопе раста запослености

Варијабла	Предузетнице	Предузетници	Варијабла	Предузетнице	Предузетници
Дужина радног искуства	-	+	приватно окружење	-	-
Претходно занимање (реф.: руководилац)			Општа пословна стратегија (реф.: пенетрација)		
стручњак	-	-	развој тржишта	-	-
службеник	+	-	развој производа	-	+
радник	-	+	диверзификација	+	-
Дужина текућег власничког искуства	-	-	стабилизација	+	-
ПСЕ	+	-	Стратегија иновирања (оф. на бази сопс. И&Р)		
Интерни локус контроле	-	+	оф. куповином лиценце	-	+
Опсег мреже	+	+	дефанзивна	-	-
Број жена у мрежи	+	+	имитативна	+	-
Број деце	-	-	зависна	-	-
Старост деце (реф.: више од 25 година)			Маркетинг стратегија		
до 6 година	+	+	квалитет	-	+
6-25 година	+	-	цена	+	+
Породица-посао конфликт			диференцијација	+	-
Усклађивање обавеза	+	-	лојалност	-	+
Недовољно времена са пор.	-	-	Извори финансирања (реф.: интерни извори фин.)		
Више времена на пор. обав.	+	-	лична средства	+	+
Лично извршавање кућ. обав.	+	+	позајмице пријатеља и рођака	-	-
Изостанак подршке супр.	+	-	кредити банака	+	+
Однос према ризику	+	-	државни програми	+	+
Старост предузећа	-	-	Разлози неаплицирања за кредит (реф.: непотребно)		
Делатност (реф.: трговина)			неповољни услови	/	+
прерађивачка	-	+	ризик	/	-
грађевинарство	/	+	губитак контроле	/	+
саобраћај	+	+	Оцена неповољности		
смештај и исхрана	/	-	камата	+	-
образовање	/	+	период отплате	+	-
остале услуге	+	-	средства обезбеђења	+	-
здравство	/	-	Правно-политичке баријере	-	-
стручне услуге	-	+	Социо-културолошко окр.		
информисање и комуникација	-	+	утицај на избор занимања	-	-
финансијске услуге	+	-	проблеми због пола	+	-
административне услуге	/	+	особине мушк. су адекватније	+	-
Тржиште (реф.: инострано)			жене немају потребне особине	-	+
локално	-	+	група са максималним нето добитком		
регионално	-	+			
национално	+	-	предузетнице		предузетници
Значај циљева раста			Старост предузетника	26-45	26-45
релациони	+	-	Ниво образовања	магистратура	виша/висока
лични	+	+	Поље образовања	општи прог.	општи прог.
квантитативни	-	-	Постојање радног искуства	не	да
Перцепција садржаја раста			Делатност радног искуства	делимично	друга делатост
<i>hard</i>	-	-	Претходно мен. искуство	да	да
<i>soft</i>	+	-	Претходно вл. искуство	да	да
Перцепција ефеката раста			Брачно стање	удате	неожењени
негативни	+	-	Породична пред. историја	оба родитеља	отац
позитивни	-	+	Асоц. на фин. ризик	неизвесност	узбуђење
Циљеви раста			Фин. ризик - хипотетички	штедња	средње риз.
запосленост	+	-	Купци	физ. лица	физ. лица
приход	+	-	Сектор купаца	јавни	јавни
Планирање	+	-	Делатност	трговина	информисање
Стил менаџмента	+	-	Аплицирање за кредит	да	не
Релациона перспектива			Исход кр. апликације	/	/
пословно окружење	-	+	Алтернативни извори фин.	да	не

БИОГРАФИЈА

Данијела Стошић је рођена 14.10.1981. године у Скопљу, Република Македонија. Основну и средњу школу – гимназију Бора Станковић, завршила је са одличним успехом као носилац Вукове дипломе. Дипломирала је на Економском факултету Универзитета у Нишу, 2007. године са просечном оценом 9,58. Као студенткиња основних академских студија награђена је стипендијом *Eurobank EFG имедионице* за остварене изузетне резултате током студија. У овом периоду изабрана је да буде учесница програма финансираног од стране СР Немачке *Welcome to Germany* намењеног друштвено ангажованим студентима у Србији. Мастер академске студије завршила је 2010. године, на смеру Менаџмент предузећа, са просечном оценом 10,00, одбравивши мастер рад под називом *Стратегије умрежавања у функцији раста и развоја малих и средњих предузећа*. Докторске академске студије, смер Пословно управљање је уписала 2008. године када је и постала стипендисткиња Министарства науке и технолошког развоја Републике Србије. Све испите предвиђене планом и програмом докторских студија положила је 2011. године остваривши просечну оцену 10,00. Добитница је стипендије Карл-Франц Универзитета у Грацу, Република Аустрија. Стипендија је додељена за студијско-истраживачки боравак на овом Универзитету у школској 2015/2016. години.

Од октобра 2009. године ради на Економском факултету Универзитета у Нишу, најпре као сарадница у настави, а од 2011. године као асистенткиња за научну област Пословно управљање, на групи предмета – Планирање и политика предузећа, Стратегијски менаџмент и Управљање производњом. Ауторка је 20 до сада публикованих и рецензираних научних радова из научне области пословног управљања. Као истраживач била је ангажована на четири научна пројекта. На скупу студената докторских студија одржаног у Солуну, организованог од стране Универзитета Македонија, департман за Економију и друштвене науке, из Солуна, изабрана је да презентује предмет свог докторског истраживања и да буде председавајућа сесије *Management and Entrepreneurship*.

Данијела Стошић је од јануара 2012. године сарадница Комисије за акредитацију и проверу квалитета високошколских установа Републике Србије. Била је и чланица бројних комисија, тимова и органа Економског факултета у Нишу. Поседује информатичке вештине у области рада у пакетима MS Office, SPSS, SQL, интернет. Одлично познаје енглески и македонски језик (говор, читање, писање). Познавање француског језика јој је на почетном нивоу.



Универзитет у Нишу

ИЗЈАВА О АУТОРСТВУ

Изјављујем да је докторска дисертација, под насловом

Раст и развој малих и средњих предузећа у власништву предузетница

која је одбрањена на Економском факултету Универзитета у Нишу:

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да ову дисертацију, ни у целини, нити у деловима, нисам пријављивала на другим факултетима, нити универзитетима;
- да нисам повредила ауторска права, нити злоупотребила интелектуалну својину других лица.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци, који су у вези са ауторством и добијањем академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада, и то у каталогу Библиотеке, Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Нишу, као и у публикацијама Универзитета у Нишу.

У Нишу,

10. јуна 2015. године

Аутор дисертације: Данијела Стошић

Потпис аутора дисертације:



Универзитет у Нишу

**ИЗЈАВА О ИСТОВЕТНОСТИ ШТАМПАНЕ И ЕЛЕКТРОНСКЕ
ВЕРЗИЈЕ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ**

Име и презиме аутора: *Данијела Стошић*

Наслов дисертације: *Раст и развој малих и средњих предузећа у власништву
предузетница*

Ментор: *др Сузана Стефановић*

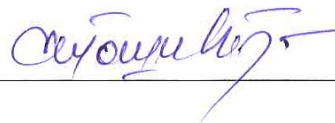
Изјављујем да је штампани облик моје докторске дисертације истоветан електронском облику, који сам предала за уношење у **Дигитални репозиторијум Универзитета у Нишу**.

У Нишу,

10. јуна 2015. године

Аутор дисертације: Данијела Стошић

Потпис аутора дисертације:





Универзитет у Нишу

ИЗЈАВА О КОРИШЋЕЊУ

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Никола Тесла“ да, у Дигитални репозиторијум Универзитета у Нишу, унесе моју докторску дисертацију, под насловом:

Раст и развој малих и средњих предузећа у власништву предузетница

Дисертацију са свим прилозима предала сам у електронском облику, погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију, унету у Дигитални репозиторијум Универзитета у Нишу, могу користити сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons), за коју сам се одлучила.

1. Ауторство (CC BY)
2. Ауторство – некомерцијално (CC BY-NC)
3. Ауторство – некомерцијално – без прераде (CC BY-NC-ND)
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима (CC BY-NC-SA)
5. Ауторство – без прераде (CC BY-ND)
6. Ауторство – делити под истим условима (CC BY-SA)

У Нишу,

10. јуна 2015. године

Аутор дисертације: Данијела Стошић

Потпис аутора дисертације: