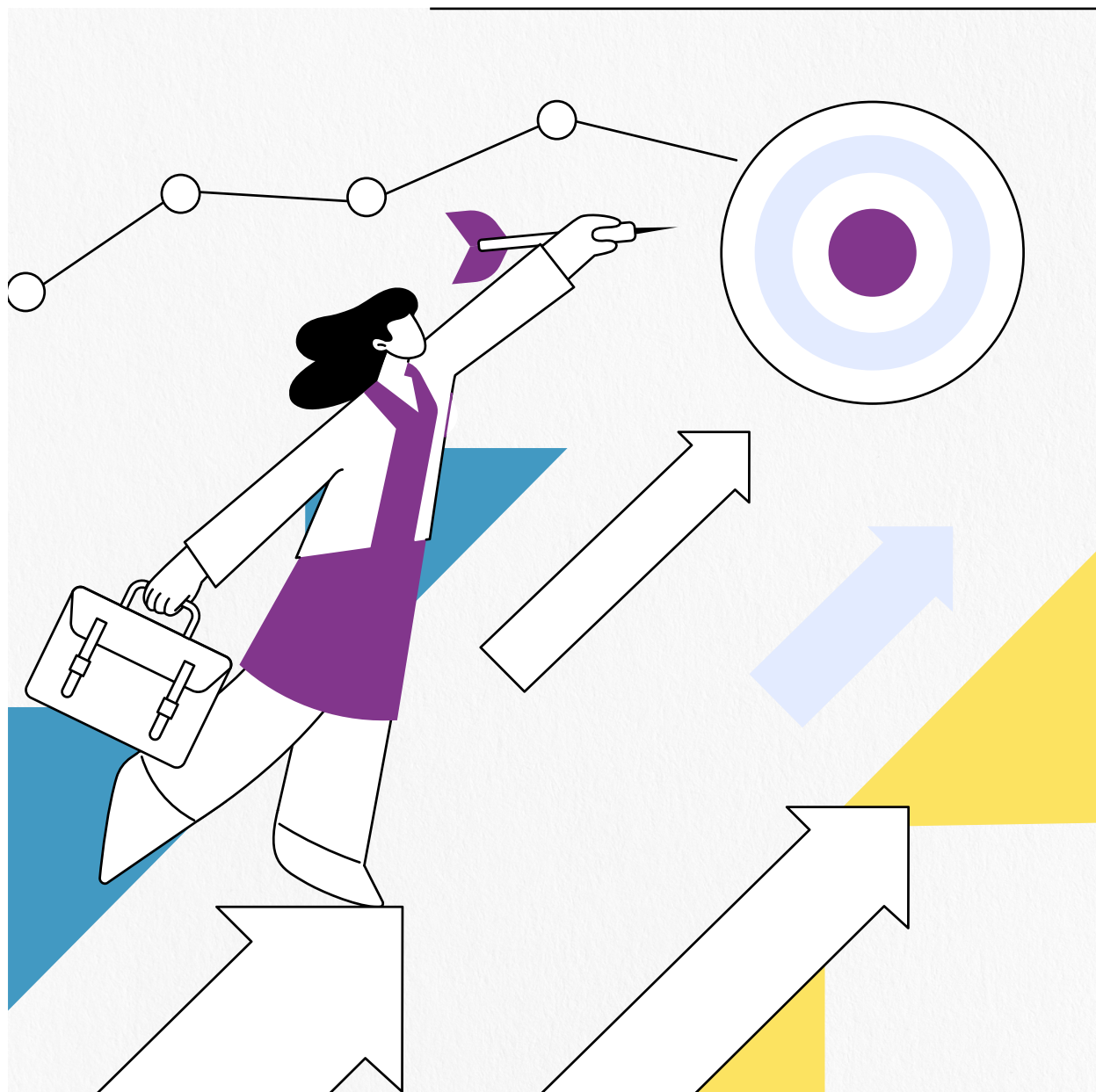


Žene u biznisu:

Stavovi i iskustva nositeljki Žiga „Ženski biznis”

DRUGI CIKLUS ISTRAŽIVANJA



Sadržaj:

Uvod	3
Metodološki osvrt	4
Analiza odgovora na pitanja iz upitnika	5
Zaključci	22
Preporuke	23
Aneks 1	24
Aneks 2	24

Uvod

Sekretarijat Savjeta za konkurentnost (Sekretarijat), u okviru Projekta ŽIG „Ženski biznis“ (ŽŽB), sproveo je drugi ciklus istraživanja čiji je cilj prikupljanje relevantnih informacija o potrebama, izazovima i iskustvima nositeljki ŽŽB-a u Crnoj Gori. Istraživanje se nadovezuje na prvi ciklus sproveden u periodu maj–jun 2025. godine i omogućava praćenje promjena u potrebama i izazovima ženskog preduzetništva kroz vrijeme.

Ove godine, u saradnji sa BI Communication, partnerom na realizaciji projekta ŽŽB, istraživanje je po prvi put prošireno i na širu poslovnu zajednicu žena u biznisu u Crnoj Gori, okupljenu oko inicijative Top Women Business Montenegro (TWBM), van kruga nositeljki Žiga. S tim u vezi, u ovom izvještaju je, uz svako pitanje, gdje god je to relevantno, prikazano poređenje u tri kolone: nositeljke Žiga 2025, nositeljke Žiga 2026 i šira poslovna zajednica 2026. Ovakav pristup omogućava ne samo praćenje promjena kroz vrijeme, već i uvid u to da li su iskustva i izazovi nositeljki Žiga specifični za tu grupu, ili predstavljaju širi, sistemski obrazac prisutan u cjelokupnoj poslovnoj zajednici žena u Crnoj Gori.

Upitnik je, u odnosu na prethodni ciklus, dopunjen sa pet novih pitanja:

○ Tri se odnose na aktuelne inicijative unapređenja pristupa finansiranju za žene u biznisu:

- WE Finance Code inicijativu koju u Crnoj Gori realizuje Centralna banka Crne Gore radi unapređenja pristupa finansiranju za mikro, mala i srednja privredna društva u vlasništvu žena ili kojima upravljaju žene, kroz kvalitetnije rodno razvrstane podatke i razvoj adekvatnijih finansijskih proizvoda i usluga,
- zatim primjenu člana 26 stav 2 Zakona o sprečavanju pranja novca i finansiranja terorizma,
- dok se jedno pitanje odnosi na iskorišćenost partnerske mreže samog ŽIG programa.

○ Preostala dva pitanja služe za

- razvrstavanje uzorka (posjedovanje Žiga),
- sagledavanje pravca daljeg razvoja TWBM inicijative, koju realizuje BI Communication.

Izvještaj o rezultatima istraživanja predstavlja nastavak doprinosa daljem razvoju programa i politika usmjerenih na podršku i jačanje ženskog preduzetništva, oslanjajući se na stvarne potrebe i iskustva privrednica. I kroz ovu aktivnost, Sekretarijat potvrđuje svoju posvećenost unapređenju konkurentnosti zemlje i održivog i inkluzivnog razvoja crnogorske privrede, između ostalog i kroz podršku ženama u biznisu.

Metodološki osvrt

Istraživanje je sprovedeno putem online upitnika, koji je ove godine sadržao ukupno 24 pitanja (19 iz prethodnog ciklusa, uz manje jezičke izmjene kod jednog pitanja radi primjenjivosti na širu grupu ispitanica, i pet novih pitanja). Isti upitnik poslat je nositeljicama Žiga i, uz podršku BI Communication, široj poslovnoj zajednici, sa uvodnim pitanjem koje je omogućilo razvrstavanje odgovora u analizi prema tome da li kompanija posjeduje Žig.

Upitnik je poslat na 274 adrese nositeljki Žiga upisanih u [javni Registar](#) dostupan na sajtu Sekretarijata. Na upitnik je odgovorilo 145 nositeljki Žiga, što predstavlja odziv od 53%, dok je apsolutni broj odgovora ostao uporediv sa prethodnim ciklusom (145 naspram 165 odgovora). Paralelno, isti upitnik je distribuiran i široj zajednici žena u biznisu koje nijesu nositeljke Žiga. Iz ove grupe pristiglo je 23 odgovora. Zbog znatno manjeg uzorka (23 naspram 145), nalazi iz ove grupe treba tumačiti kao indikativne, a ne statistički reprezentativne – u analizi koja slijedi, oni su prikazani uporedo sa nalazima nositeljki Žiga radi konteksta.

Prikupljanje odgovora trajalo je od jula do septembra 2026. godine. Kao i u prethodnom ciklusu, posebna pažnja posvećena je zaštiti privatnosti ispitanica i svi podaci obrađeni su anonimno i predstavljeni isključivo u zbirnom obliku. Gdje god je pitanje bilo obuhvaćeno i istraživanjem iz 2025. godine, rezultati su predstavljeni na grafikonu koji prikazuje sve tri grupe podataka (ŽIG 2025, ŽIG 2026, šira zajednica 2026); za novouvedena pitanja koja nijesu bila dio istraživanja iz 2025. godine, prikazane su samo dvije grupe (ŽIG 2026, šira zajednica 2026). Za pitanja sa mogućnošću izbora više odgovora, procenti se odnose na udio od ukupnog broja datih odgovora, a ne na udio ispitanica.

Analiza odgovora na pitanja iz upitnika

1.

Unos PIB-a (Poreskog identifikacionog broja) kompanije.

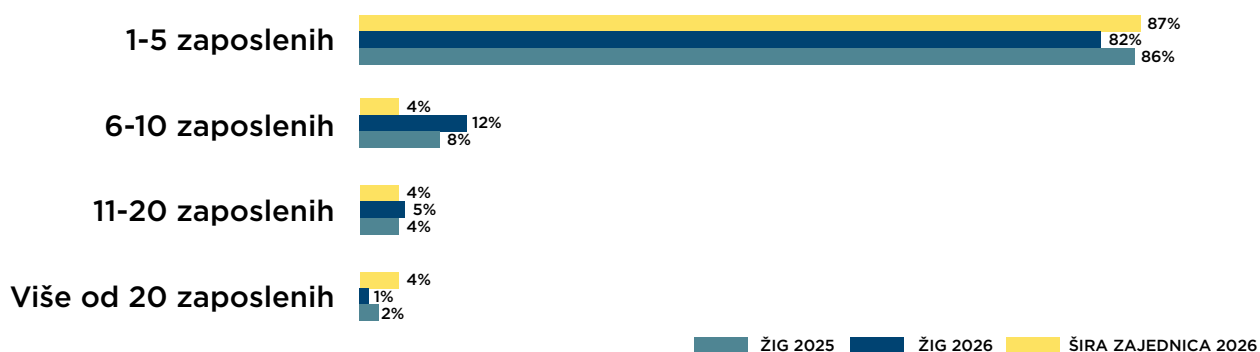
Kao i u prethodnom ciklusu, podatak o PIB-u korišćen je isključivo u svrhu povezivanja odgovora iz upitnika sa podacima iz Registra privrednih subjekata koji posjeduju Žig, radi preciznije analize poslovnih karakteristika ispitanica (djelatnost, opština) bez ugrožavanja privatnosti i anonimnosti pojedinačnih odgovora.

2.

Broj zaposlenih u kompaniji:

- ☐ 1-5 zaposlenih
- ☐ 6-10 zaposlenih
- ☐ 11-20 zaposlenih
- ☐ Više od 20 zaposlenih

Grafik 1: Broj zaposlenih u privrednim društvima



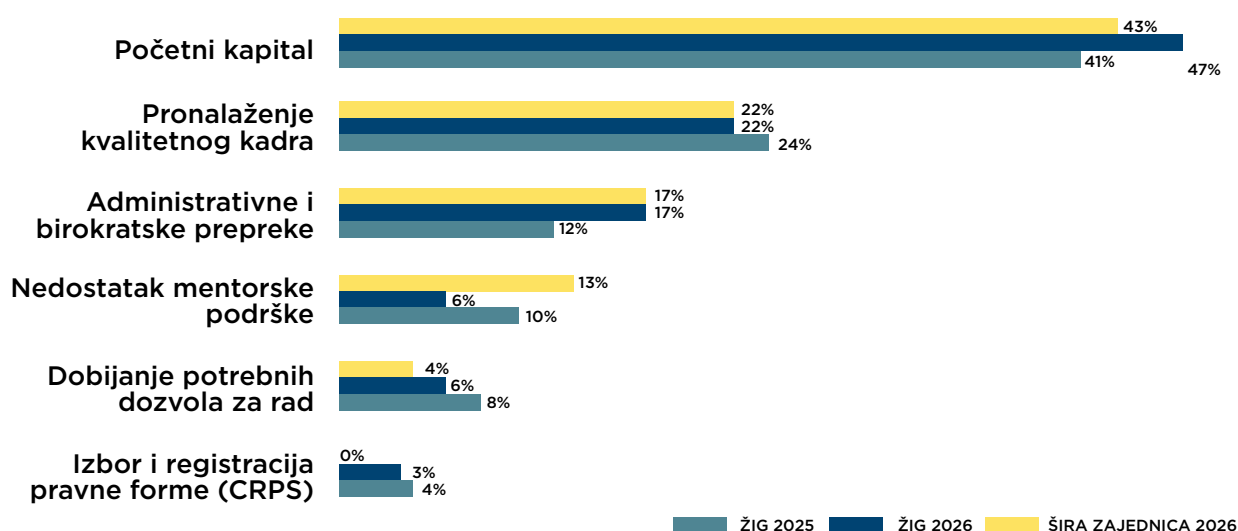
Najveći broj nositeljki Žiga (82%) i ove godine čine subjekti sa vrlo malim brojem zaposlenih – od 1 do 5 – što je malo niže u odnosu na 86% zabilježenih u 2025. godini. Slična struktura prisutna je i među ispitanicama iz šire poslovne zajednice, gdje 87% kompanija ima do pet zaposlenih. Iako se, zbog malog broja odgovora iz šire zajednice, ovaj nalaz ne može generalizovati na sve žene u biznisu u Crnoj Gori, rezultati obje grupe potvrđuju da prilikom oblikovanja mjera podrške posebnu pažnju treba posvetiti potrebama i kapacitetima mikro preduzeća.

3.

Koji je bio najveći izazov sa kojim ste se susreli prilikom pokretanja vašeg biznisa?

- ☐ Početni kapital
- ☐ Izbor i registracija pravne forme (procedura vezana za CRPS)
- ☐ Dobijanje potrebnih dozvola za rad
- ☐ Pronalaženje kvalitetnog kadra
- ☐ Administrativne i birokratske prepreke
- ☐ Nedostatak mentorske podrške

Grafik 2: Najveći izazovi prilikom pokretanja biznisa



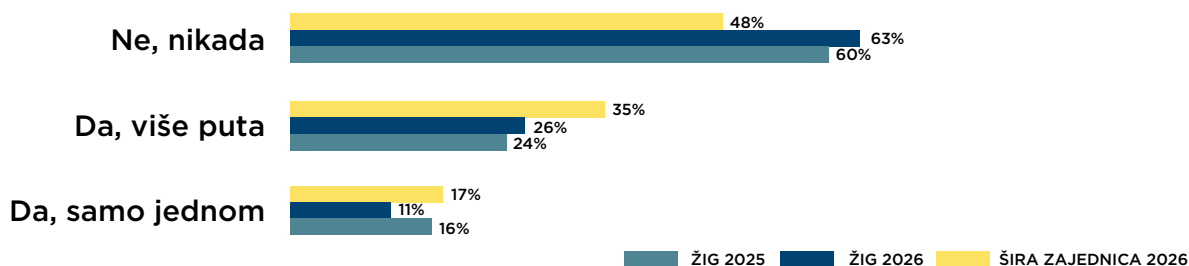
Početni kapital je i ove godine prepoznat kao najveći izazov u fazi pokretanja biznisa kod nositeljki Žiga (47%, u odnosu na 41% u 2025), a isto važi i za širu zajednicu (43%). Administrativne prepreke su podjednako izražene u obje grupe (17%), dok šira zajednica nešto češće navodi nedostatak mentorske podrške (13%, naspram 6% kod nositeljki Žiga). Nalaz o početnom kapitalu treba posmatrati zajedno sa kasnijim odgovorima o korišćenju kredita, kolateralu i potrebi za dodatnim finansiranjem: problem pristupa kapitalu očigledno nije ograničen samo na kasnije faze razvoja biznisa, već se javlja već pri ulasku žena u preduzetništvo.

4.

Da li ste ikada koristile kreditne usluge (banke, mikrofinansijske institucije, Razvojna banka (bivši IRF), drugi izvori)?

- ☐ Da, više puta
- ☐ Da, samo jednom.
- ☐ Ne, nikada

Grafik 3: Korišćenje kreditnih usluga



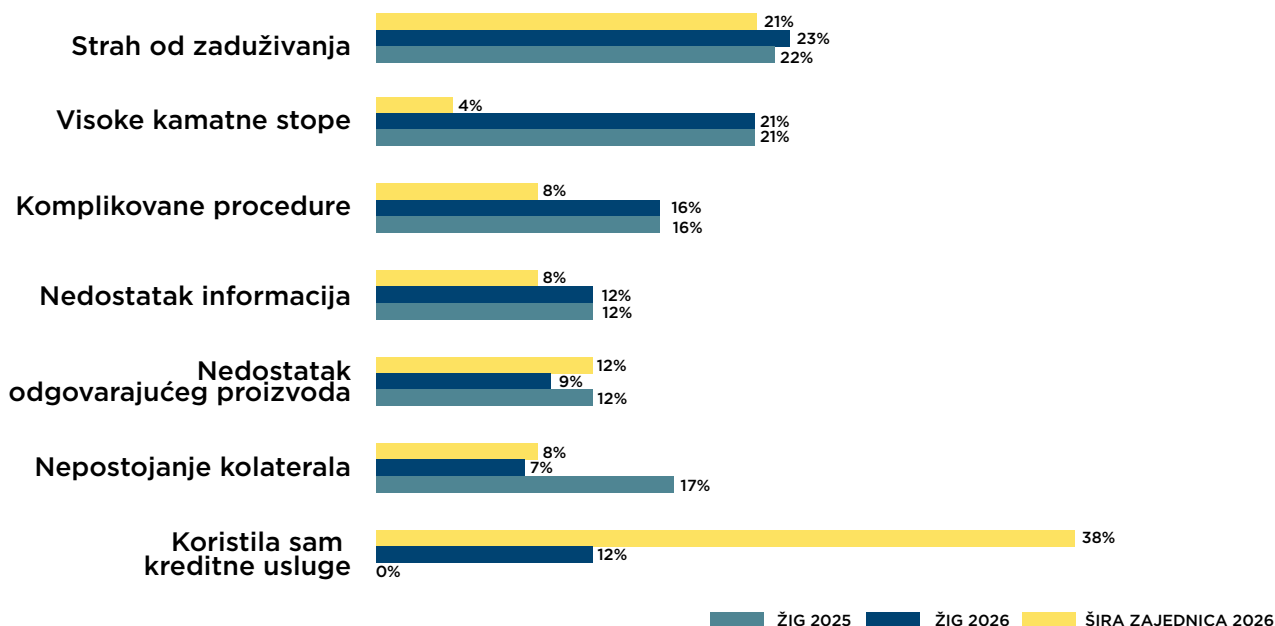
Slično kao i prošle godine, većina nositeljki Žiga (63%, naspram 60% u 2025) izjavljuje da nikada nije koristila kreditne usluge. U široj zajednici taj udio je niži (48%), dok je 35% ispitanica koristilo kreditne usluge više puta, naspram 26% kod nositeljki Žiga. Razlika između dvije grupe je vrijedna pažnje, ali je, imajući u vidu mali uzorak šire zajednice, ne treba tumačiti kao dokaz različite sklonosti ka zaduživanju. Važno je, međutim, da visok udio nositeljki Žiga koje nikada nijesu koristile kreditne usluge ostaje gotovo nepromijenjen u odnosu na prethodnu godinu. Ovaj nalaz ne znači da ne postoji potreba za dodatnim finansiranjem, već ga treba posmatrati u kontekstu prepreka za korišćenje kreditnih proizvoda, koje su detaljnije prikazane u narednim pitanjima.

5.

Ako niste koristile finansijske proizvode koji su razlozi?
(mogućnost većeg broja odgovora)

- ☐ Nedostatak odgovarajućeg finansijskog proizvoda
- ☐ Visoke kamatne stope
- ☐ Strah od zaduživanja
- ☐ Nepostojanje kolaterala
- ☐ Nedostatak informacija
- ☐ Komplikovane procedure
- ☐ Koristila sam kreditne usluge

Grafik 4: Razlozi za nekorisćenje kreditnih usluga



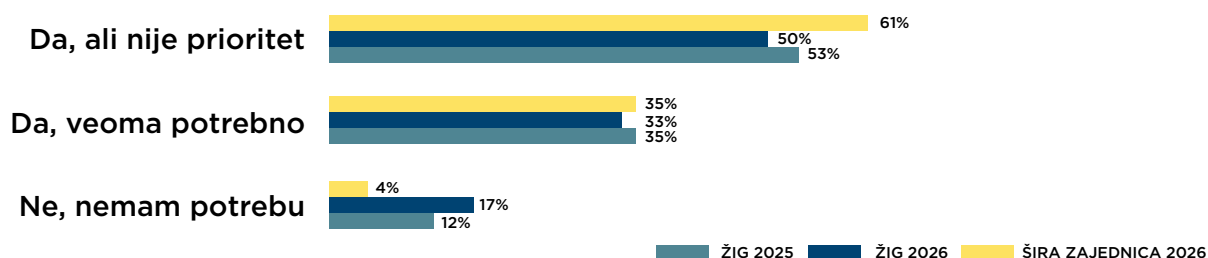
Strah od zaduživanja ostaje najčešće navođen razlog za nekorišćenje finansijskih proizvoda kod nositeljki Žiga (23%, naspram 22% u 2025), dok visoke kamatne stope navodi 21%. Kod šire zajednice, najčešći odgovor je da su kreditne usluge već korišćene (38%, naspram 12% kod nositeljki Žiga), što je u skladu sa nalazom iz prethodnog pitanja; strah od zaduživanja je prisutan u sličnom obimu (21%), a može se dovesti u vezu sa nižim stepenom finansijske pismenosti, dok se visoke kamatne stope znatno rjeđe navode (4%). Zbog malog broja ispitanica u široj zajednici, ove razlike treba posmatrati indikativno. Za nositeljke Žiga, međutim, kontinuitet rezultata iz 2025. i 2026. pokazuje da prepreke nijesu vezane samo za dostupnost kredita, već i za percepciju rizika i uslova pod kojima se finansiranje nudi.

6.

Da li Vaša kompanija trenutno ima potrebu za dodatnim finansiranjem?

- ☐ Da, veoma potrebno
- ☐ Da, ali nije prioritet
- ☐ Ne, nemam potrebu

Grafik 5: Potreba za dodatnim finansiranjem



Velika većina nositeljki Žiga (83%, naspram 88% u 2025) iskazuje trenutnu ili potencijalnu potrebu za dodatnim finansiranjem. U široj zajednici potreba je još izraženija – svega 4% navodi da nema potrebu za dodatnim sredstvima, naspram 17% kod nositeljki Žiga. Posmatrani zajedno, nalazi iz prethodna tri pitanja ukazuju na izražen jaz između potrebe za finansiranjem i stvarnog korišćenja kreditnih proizvoda: dok 83% nositeljki Žiga ima sadašnju ili potencijalnu potrebu za dodatnim sredstvima, 63% nikada nije koristilo kreditne usluge. To znači da relativno nisku kreditnu aktivnost ne treba tumačiti kao odsustvo potrebe za kapitalom; odgovori prije ukazuju da dio tražnje ostaje nerealizovan usljed kombinacije opreza prema zaduživanju, cijene finansiranja, uslova pristupa i drugih prepreka koje se detaljnije razmatraju u nastavku.

7.

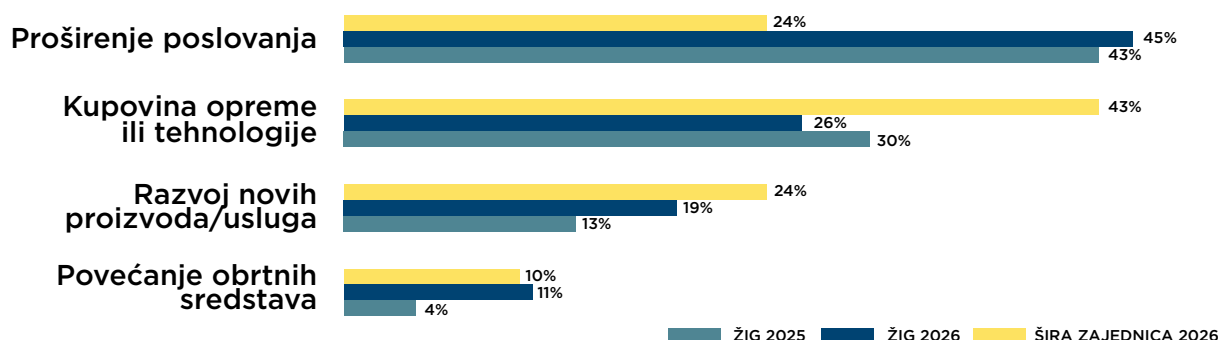
Svrha dodatnog finansiranja
(za one koji su odgovorili „Da“ na prethodno pitanje)

- ☐ Proširenje poslovanja
- ☐ Kupovina opreme ili tehnologije
- ☐ Povećanje obrtnih sredstava
- ☐ Razvoj novih proizvoda/usluga

Najveći broj nositeljki Žiga (45%, naspram 43% u 2025) uložio bi dodatna sredstva u proširenje i rast poslovanja. Kod šire zajednice, vodeći prioritet je kupovina opreme ili tehnologije (43%).

Napomena: procenti za 2026. odnose se isključivo na ispitanice koje su navele konkretnu svrhu finansiranja, isključujući one koje su na ovom pitanju odgovorile da nemaju potrebu za dodatnim sredstvima – kako bi se izbjeglo preklapanje sa prethodnim pitanjem i procenti bili uporedivi sa 2025. godinom.

Grafik 6: Svrha dodatnog finansiranja

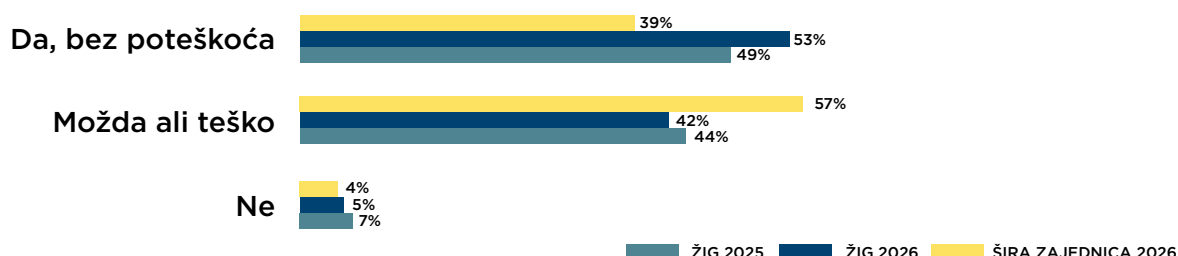


8.

Da li smatrate da je Vaša kompanija u mogućnosti da dobije kredit (ili drugi finansijski proizvod) od finansijskih institucija?

- ☐ Da, bez poteškoća
- ☐ Možda, ali teško
- ☐ Ne

Grafik 7: Mogućnost dobijanja kredita



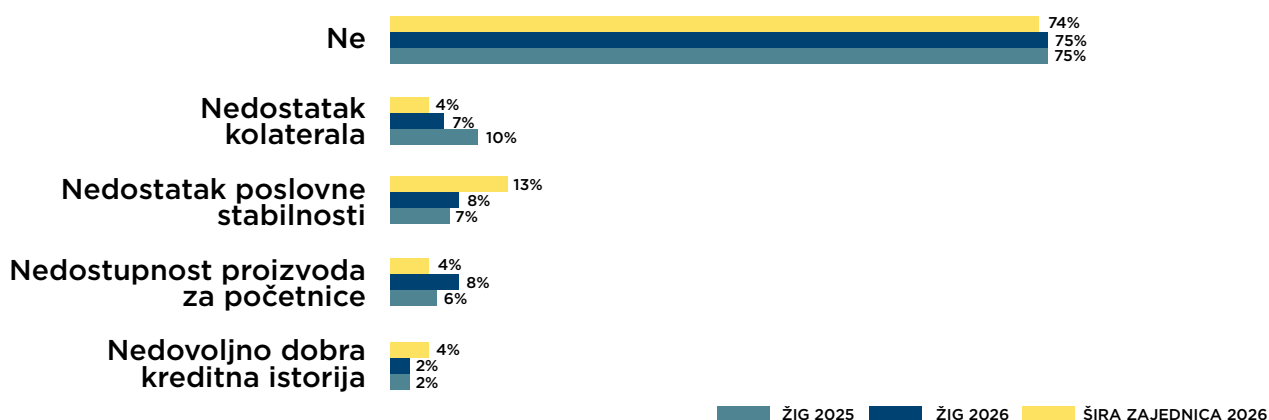
Slično kao prošle godine, 53% nositeljki Žiga (naspram 49% u 2025) smatra da može dobiti kredit bez većih prepreka. U široj zajednici 39% smatra da bi dobijanje kredita bilo bez poteškoća, dok 57% procjenjuje da bi to bilo teško. Ovaj nalaz je zanimljiv kada se posmatra zajedno sa prethodnim odgovorima: relativno povoljna procjena sopstvene kreditne sposobnosti kod dijela nositeljki Žiga ne prevodi se nužno u veće korišćenje kredita. To dodatno upućuje na zaključak da odluka o korišćenju finansiranja zavisi od uslova, cijene, percepcije rizika i prilagođenosti proizvoda potrebama biznisa.

9.

Da li ste ikada bili odbijeni za finansiranje?

- ☐ Da, zbog nedostatka kolaterala
- ☐ Da, zbog nedostupnosti proizvoda za početnice u biznisu
- ☐ Da, zbog nedovoljno dobre kreditne istorije
- ☐ Da, zbog nedostatak poslovne stabilnosti ili dokaza o profitabilnosti
- ☐ Ne

Grafik 8: Razlozi za odbijanje finansiranja:



Udio nositeljki Žiga koje nikada nijesu bile odbijene za finansiranje ostaje identičan kao prošle godine (75%). Šira zajednica pokazuje vrlo sličnu sliku (74% nikada nije bilo odbijeno), sa nešto izraženijim udjelom onih koje su odbijene zbog nedostatka poslovne stabilnosti (13%, naspram 8% kod nositeljki Žiga). Činjenica da tri četvrtine nositeljki Žiga nikada nije bilo odbijeno za finansiranje, posmatrana zajedno sa relativno niskim korišćenjem kredita, ukazuje da formalno odbijanje zahtjeva nije glavna prepreka pristupu finansiranju; dio prepreka očigledno nastaje prije same prijave za kredit. Ovaj rezultat je u skladu i sa širim kontekstom u Crnoj Gori: OECD u SME Policy Indexu za 2026¹. navodi da žene posjeduju svega oko 25% registrovane imovine, što ograničava njihovu mogućnost korišćenja kolaterala za tradicionalne bankarske kredite.

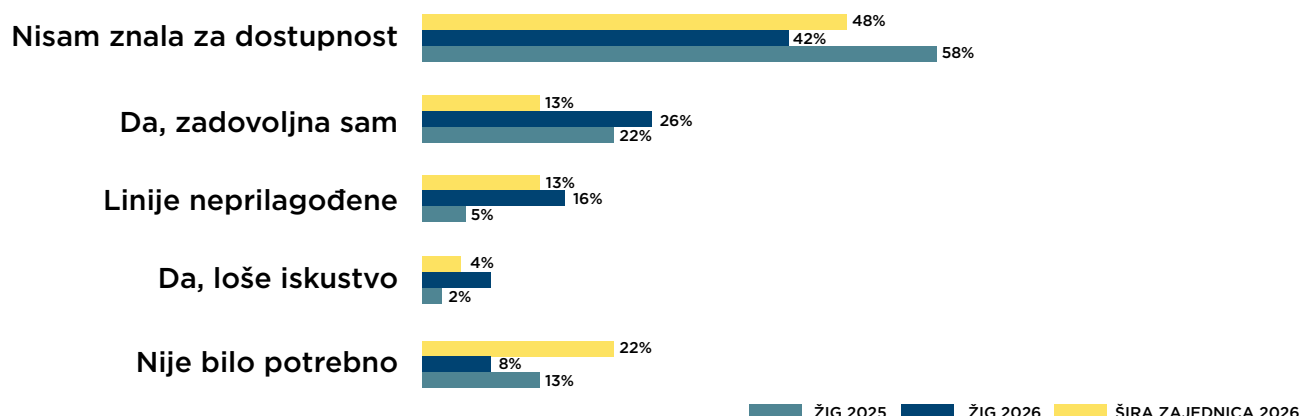
10.

Da li ste koristile podsticaje (finansijske ili nefinansijske) iz Programa za unapređenje konkurentnosti privrede Ministarstva ekonomskog razvoja?

- ☐ Da, zadovoljna
- ☐ Da, loše iskustvo
- ☐ Linije nijesu prilagođene ženskom biznisu
- ☐ Nije bilo potrebno
- ☐ Nisam znala za dostupnost

¹ OECD (2026), SME Policy Index: Western Balkans and Türkiye 2026 – Economy Profile: Montenegro, SME Policy Index, OECD Publishing, Paris.

Grafik 9: Korišćenje Programa za unapređenje konkurentnosti



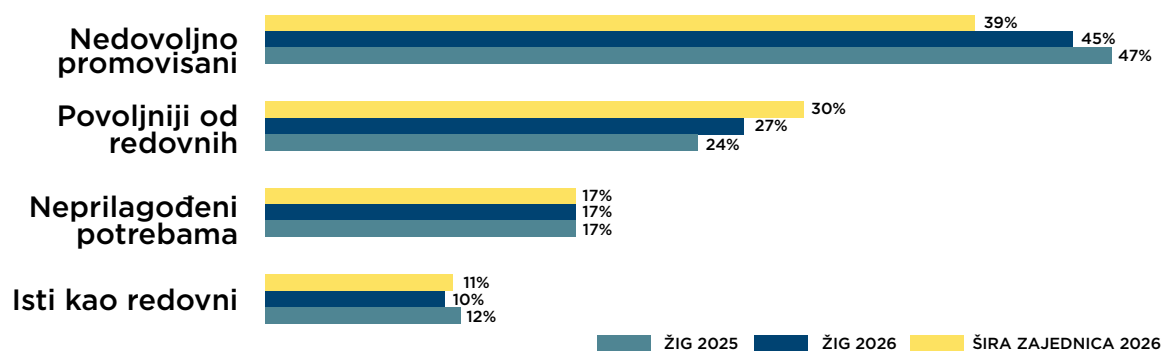
Ovdje se bilježi jedan od vidljivijih pomaka kod nositeljki Žiga u odnosu na prethodni ciklus: udio onih koje nijesu znale za podsticaje Ministarstva ekonomskog razvoja opao je sa 58% na 42%. U široj zajednici 48% ispitanica navodi da nije znalo za dostupnost programa. Ovaj pozitivan pomak treba posmatrati i u kontekstu kontinuiranih aktivnosti Sekretarijata na informisanju nositeljki Žiga o dostupnim programima podrške, kroz direktnu komunikaciju i druge komunikacione kanale. Rezultat pokazuje da se nivo informisanosti može mijenjati i da kontinuirano informisanje ciljane grupe ima važnu ulogu. Istovremeno, činjenica da više od dvije petine nositeljki Žiga i dalje nije upoznato sa programom potvrđuje da postoji značajan prostor za dalje unapređenje.

11.

Proizvodi finansijskih institucija koji su kreirani u cilju podrške ženskom preduzetništvu su:

- ☐ Povoljniji od redovnih
- ☐ Isti kao redovni
- ☐ Neprilagođeni potrebama
- ☐ Nedovoljno promovisani

Grafik 10: Percepcija ispitanica o finansijskim proizvodima



Percepcija finansijskih proizvoda namijenjenih ženskom preduzetništvu ostaje suštinski nepromijenjena – 45% nositeljki Žiga (naspram 47% u 2025) i dalje smatra da su ovi proizvodi nedovoljno promovisani. Šira zajednica pokazuje sličan obrazac (39% nedovoljno promovisani, 30% povoljniji, 17% neprilagođeni). Kontinuitet odgovora nositeljki Žiga je posebno važan: uprkos većem broju programa i inicijativa usmjerenih na žene u biznisu, percepcija njihove vidljivosti se nije bitnije promijenila. To sugerise da dostupnost proizvoda i njihova prepoznatljivost među potencijalnim korisnicama nijesu isto pitanje i da komunikacija ostaje važan dio dizajna podrške.

Jedna od ispitanica ukazala je da postojeći programi i finansijski proizvodi namijenjeni ženskom preduzetništvu nijesu uvijek prilagođeni potrebama različitih vrsta biznisa. Prema njenom iskustvu, uslovi finansiranja i kriterijumi prihvatljivosti po djelatnostima ograničili su joj mogućnost korišćenja dostupne podrške. Komentar ukazuje na potrebu da se, pored formalnog postojanja programa podrške, razmotri i njihova stvarna dostupnost ženama koje posluju u različitim sektorima i djelatnostima.

12.

(NOVO) Da li ste u posljednjih 12 mjeseci koristili neki finansijski proizvod ili uslugu finansijske institucije namijenjenu podršci poslovanju preduzeća u vlasništvu žena?

- ☐ Da
- ☐ Ne

Na predlog Centralne banke Crne Gore, ovo pitanje je uvedeno kako bi se, pored percepcije o ponudi, dobio i uvid u stvarno korišćenje finansijskih proizvoda namijenjenih ženama u biznisu u posljednjih 12 mjeseci.

Grafik 11: Korišćenje finansijskog proizvoda namijenjenog ženama, posljednjih 12 mjeseci



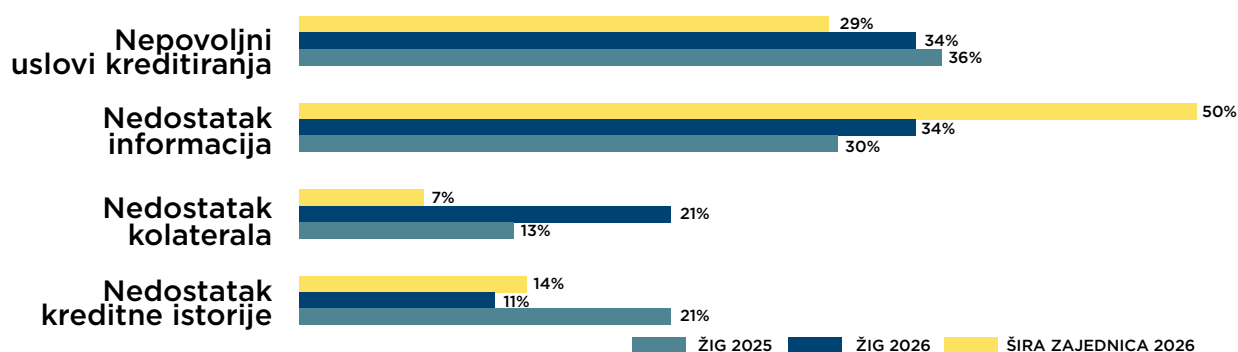
Svega 21% nositeljki Žiga navodi da je u posljednjih 12 mjeseci koristilo takav proizvod. Šira zajednica pokazuje neznatno veće korišćenje (26%), ali u obje grupe velika većina takve proizvode nije koristila. Ovaj nalaz je u skladu sa prethodnim odgovorima o nedovoljnoj promociji finansijskih proizvoda namijenjenih ženama i pokazuje da njihovo postojanje još uvijek ne prati i široko korišćenje među potencijalnim korisnicama.

13.

Koji su najveći izazovi u pristupu finansijama za Vašu kompaniju? (najviše dva odgovora)

- ☐ Nepovoljni uslovi kreditiranja
- ☐ Nedostatak kolaterala
- ☐ Nedostatak kreditne istorije
- ☐ Nedostatak informacija

Grafik 12: Izazovi u pristupu finansijama



Nepovoljni uslovi kreditiranja i nedostatak informacija sada su podjednako vodeći izazovi kod nositeljki Žiga, svaki sa po 34% (naspram 36% odnosno 30% u 2025). Kod šire zajednice nedostatak informacija je još izraženiji (50%, naspram 34% kod nositeljki Žiga). Ovaj nalaz treba povezati sa rezultatima o informisanosti o programima podrške i dostupnosti relevantnih informacija: problem nije samo u tome da li informacije postoje, već i da li pravovremeno i razumljivo dolaze do potencijalnih korisnika. Širi kontekst takođe potvrđuje značaj ovog pitanja: OECD-ov SME Policy Index 2026² za Crnu Goru navodi da se mikro preduzeća i firme u ruralnim i manje razvijenim opštinama i dalje suočavaju sa administrativnim, informativnim i apsorpcionim ograničenjima.

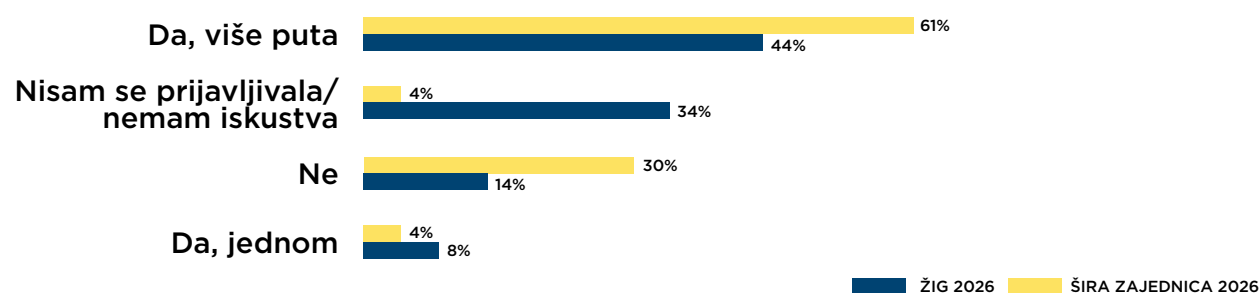
14.

(NOVO) Da li Vam se dešavalo da banka traži dokumentaciju ili podatke koji su već dostupni u javnim registrima (CRPS i sl.)?

- ☐ Da, više puta
- ☐ Da, jednom
- ☐ Ne
- ☐ Nijesam se prijavljivala za bankarske usluge / nemam iskustva

Pitanje je uvedeno na inicijativu Sekretarijata radi sagledavanja iskustava privrednica sa primjenom člana 26 stav 2 Zakona o sprečavanju pranja novca i finansiranja terorizma, koji predviđa pribavljanje podataka o klijentu uvidom u Centralni registar privrednih subjekata (CRPS).

Grafik 13: Da li je banka tražila dokumentaciju već dostupnu u CRPS-u



Među nositeljicama Žiga, 52% (44% „više puta“ i 8% „jednom“) navodi da im je banka tražila dokumentaciju već dostupnu u javnim registrima. U široj zajednici 61% navodi da im se to dešavalo više puta. Iako se nalaz zasniva na iskustvima ispitanica i ne daje uvid u razloge zbog kojih je banka u konkretnom slučaju tražila određenu dokumentaciju, učestalost ovakvih odgovora u obje grupe ukazuje da primjena ove odredbe zasluuže dodatnu pažnju i praćenje, posebno sa stanovišta smanjenja administrativnog opterećenja mikro i malih preduzeća.

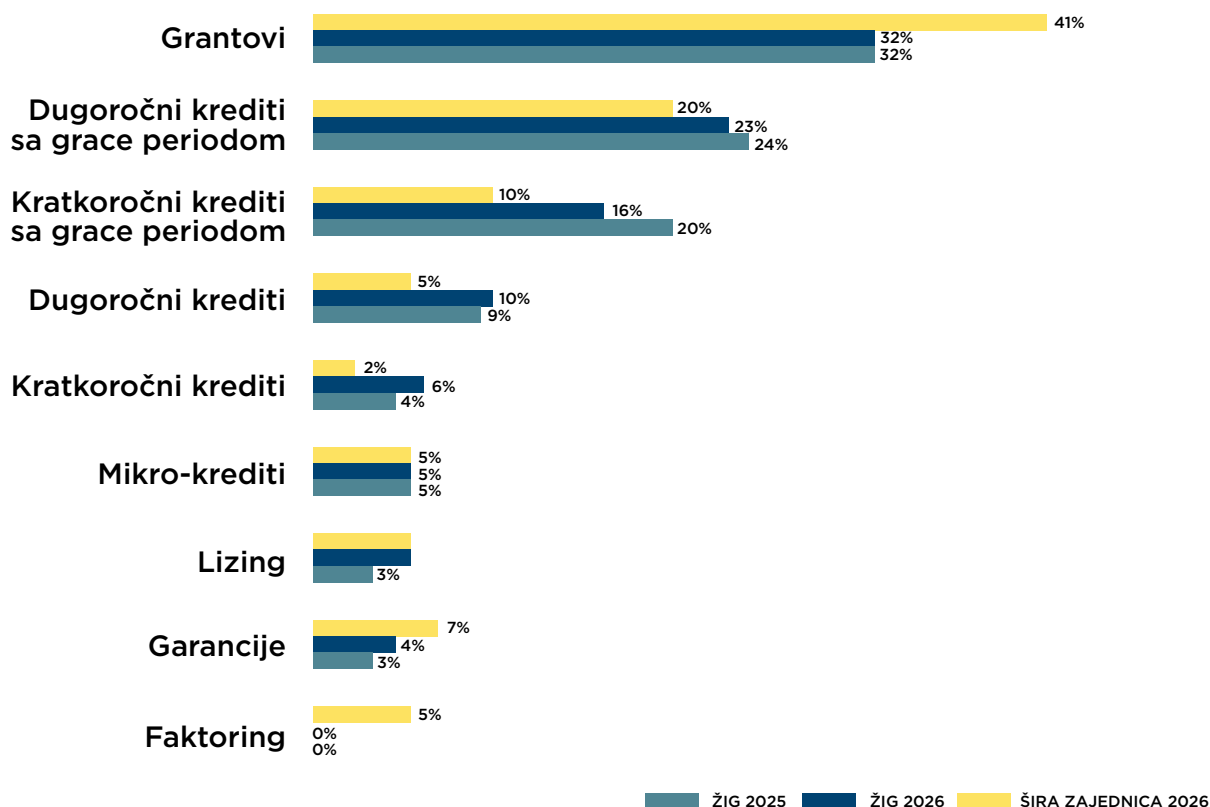
² OECD (2026), op. cit.

15.

Koje vrste finansijskih proizvoda bi bile najkorisnije za Vaš biznis? (mogućnost višestrukog izbora):

- ☐ Dugoročni krediti sa „grace“ periodom
- ☐ Dugoročni krediti
- ☐ Kratkoročni krediti sa „grace“ periodom
- ☐ Kratkoročni krediti
- ☐ Mikro-krediti
- ☐ Lizing
- ☐ Faktoring
- ☐ Garancije
- ☐ Grantovi

Grafik 14: Najkorisniji finansijski proizvodi



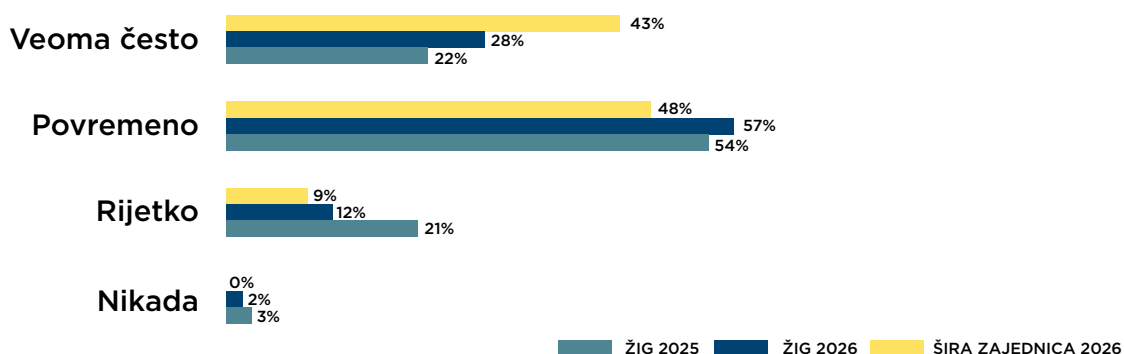
Izbori po pitanju vrsta finansijskih proizvoda ostaju gotovo identični kao prethodne godine kod nositeljki Žiga: grantovi su i dalje ubjedljivo najkorisniji proizvod (32%, nepromijenjeno). I u široj zajednici grantovi su najčešće birani instrument (41%), što pokazuje da ispitanice daju prednost bespovratnim oblicima finansiranja.

16.

Koliko često se susrećete sa administrativnim preprekama u poslovanju?

- ☐ Veoma često
- ☐ Povremeno
- ☐ Rijetko
- ☐ Nikada

Grafik 15: Administrativne prepreke



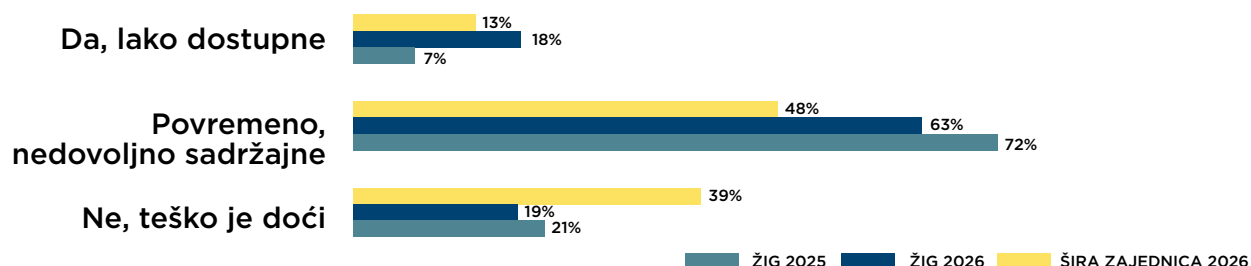
Administrativne prepreke ostaju značajan izazov za nositeljke Žiga, uz pogoršanje u odnosu na prošlu godinu – udio onih koje se sa njima susreću „veoma često“ porastao je sa 22% na 28%. U široj zajednici taj odgovor bira 43% ispitanica. Iako se zbog veličine uzorka ne može zaključiti da su administrativne prepreke sistematski izraženije van ŽIG populacije, činjenica da ih obje grupe često prepoznaju potvrđuje da pojednostavljenje procedura ostaje relevantan prioritet. Ovaj nalaz je u skladu i sa odgovorima na pitanje o budućim mjerama podrške, gdje su pojednostavljene procedure među najčešće biranim prioritetima.

17.

Da li smatrate da postoji dovoljno informacija o finansijskim uslovima i podršci dostupnoj ženskim biznisima?

- ☐ Da, informacije su lako dostupne
- ☐ Povremeno se nalaze informacije, ali nisu dovoljno sadržajne
- ☐ Ne, teško je doći do relevantnih informacija

Grafik 16: Percepcija o dostupnosti informacija



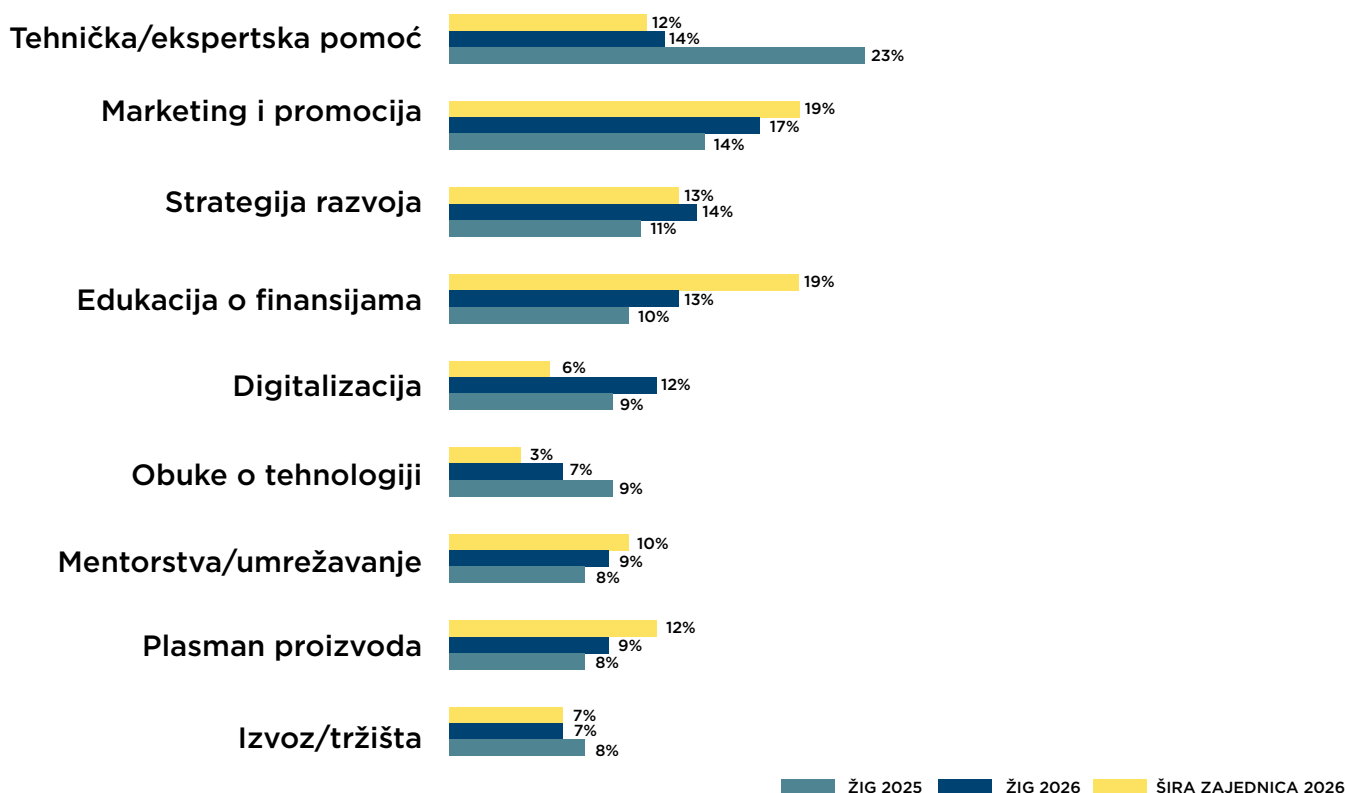
Kod nositeljki Žiga bilježi se vidljivo poboljšanje – udio onih koje smatraju da su informacije lako dostupne porastao je sa 7% na 18%. U široj zajednici utisak je nepovoljniji: 39% smatra da je teško doći do relevantnih informacija, naspram 19% kod nositeljki Žiga. Ova razlika je indikativna, ali se poklapa sa nalazima iz drugih pitanja o pristupu informacijama. Rezultati u cjelini sugeriraju da problem informisanosti nije vezan samo za postojanje informacija, već i za njihov domet, jasnoću i dostupnost različitim grupama privrednika. Poboljšanje među nositeljicama Žiga je ohrabrujuće, ali ne znači da je informativni jaz zatvoren.

18.

Koje vrste podrške bi vam bile najkorisnije da unaprijedite poslovanje?
(mogućnost izbora najviše tri odgovora)

- ☐ Edukacija o finansijama
- ☐ Podrška u strategiji razvoja
- ☐ Tehnička i ekspertska pomoć za povlačenje sredstava
- ☐ Podrška u plasmanu proizvoda
- ☐ Mentorska podrška i umrežavanje
- ☐ Obuke o tehnologiji i inovacijama
- ☐ Digitalizacija poslovanja
- ☐ Marketing i promocija
- ☐ Podrška u izvozu i pristupu tržištima

Grafik 17: Najkorisnije vrste podrške



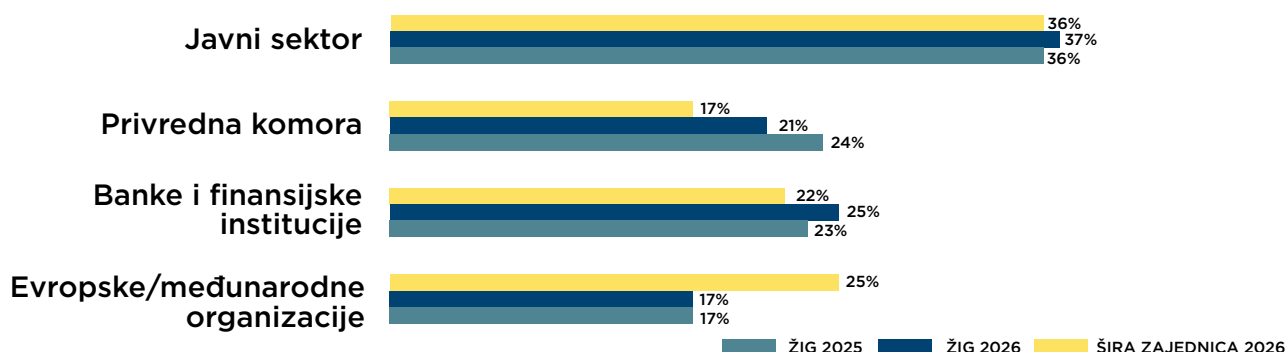
Kod nositeljki Žiga, marketing i promocija (17%) sada dijele vodeću poziciju sa tehničko-ekspertsom pomoći, koja je 2025. bila pojedinačno vodeća (23%). Kod šire zajednice, marketing i edukacija o finansijama dijele vodeću poziciju (obje po 19%), što ukazuje da je potreba za većom tržišnom vidljivošću relevantna u obje ispitane grupe.

19.

Koje institucije ili organizacije smatrate najvažnijim za podršku Vašem biznisu? (mogućnost izbora najviše dva odgovora)

- ☐ Banke i finansijske institucije
- ☐ Javni sektor (Vlada, ministarstva i lokalna samouprava)
- ☐ Privredna komora i poslovna udruženja
- ☐ Evropske i međunarodne organizacije

Grafik 18: Najvažnije institucije za podršku



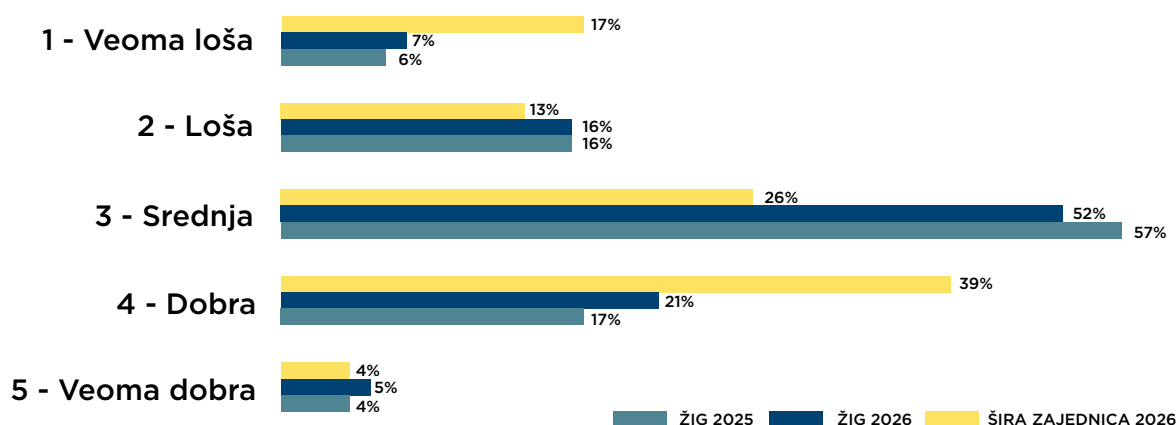
Javni sektor ostaje ubjedljivo najčešće prepoznat kao najvažniji akter podrške u obje grupe (37% kod nositeljki Žiga, 36% kod šire zajednice). Šira zajednica pridaje veći značaj evropskim i međunarodnim organizacijama (25%) nego nositeljke Žiga (17%). Ovu razliku nije moguće po-uzdano objasniti na osnovu samog upitnika, ali je zajednički nalaz važniji: očekivanja od javnog sektora ostaju visoka i stabilna. To ukazuje da ispitanice pristup finansiranju, informacijama i poslovnoj podršci ne vide isključivo kao tržišno pitanje, već i kao oblast u kojoj očekuju aktivnu ulogu institucija i bolju koordinaciju različitih pružalaca podrške.

20.

Kako biste ocijenili nivo podrške ženskom preduzetništvu u Crnoj Gori? (Od 1 do 5, gdje 1 znači vrlo loša, a 5 vrlo dobra).

- ☐ 1- Veoma loša
- ☐ 2 - Loša
- ☐ 3 - Srednja
- ☐ 4 - Dobra
- ☐ 5 - Veoma dobra

Grafik 19: Ocjena o nivou podrške ženskom preduzetništvu



Ocjena nivoa podrške kod nositeljki Žiga ostaje slična kao prošle godine, sa i dalje dominantnom ocjenom „srednja“ (52%, naspram 57%). Ocjene šire zajednice su polarizovanije: 39% ocjenjuje podršku sa „4“ (dobra), više nego kod nositeljki Žiga (21%), ali istovremeno 17% ocjenjuje sa „1“ (veoma loša), takođe više nego kod nositeljki Žiga (7%). Dominacija srednje ocjene među nositeljicama Žiga, uz vrlo mali udio najviših ocjena, ukazuje da postojeću podršku većina ne ocjenjuje izrazito negativno, ali ni kao dovoljno razvijenu da bi dobila visoku ocjenu.

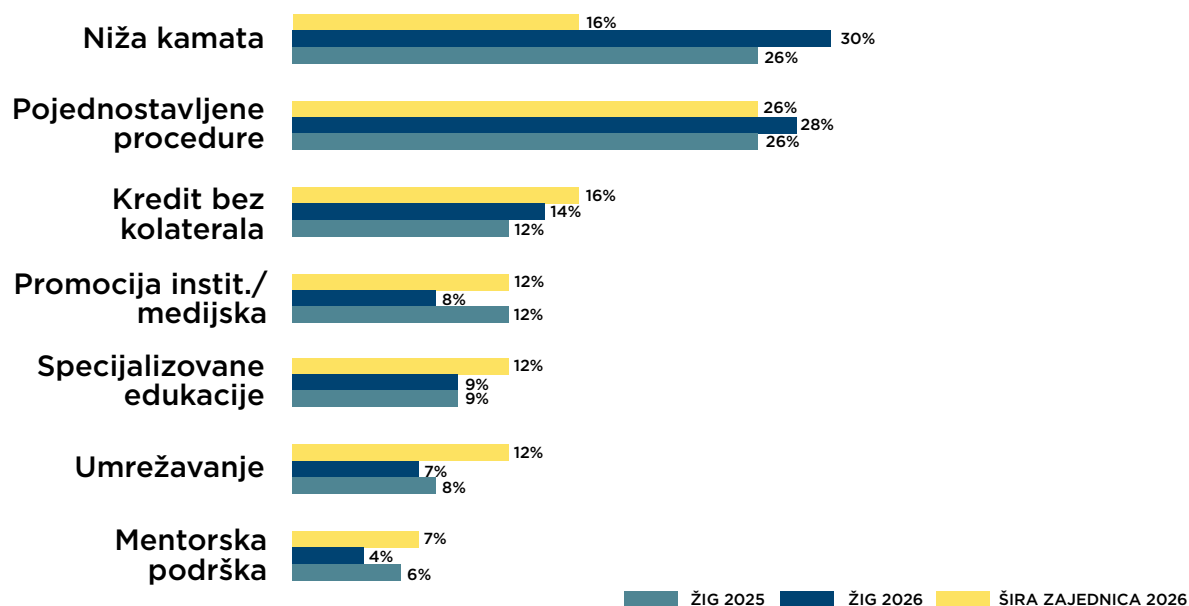
21.

Na šta bi, po Vašem mišljenju, trebalo da se fokusiraju buduće mjere podrške ženskom preduzetništvu u Crnoj Gori?

Napomena: ovo pitanje je u prethodnom ciklusu eksplicitno pominjalo projekat ŽIG; ove godine je generalizovano na buduće mjere podrške ženskom preduzetništvu uopšte, s obzirom na to da je istraživanje prošireno i na ispitanice koje nijesu nositeljke Žiga.

- ☐ Finansijski proizvod sa nižom kamatom
- ☐ Kredit bez tvrdog kolaterala
- ☐ Pojednostavljene procedure
- ☐ Mentorska podrška
- ☐ Umrežavanje sa drugim ženskim biznisima i ekspertima
- ☐ Specijalizovane edukacije i treninzi
- ☐ Promocija kroz institucionalne i medijske kanale

Kod nositeljki Žiga, dva ključna prioriteta iz 2025. ostaju dominantna – niža kamata (30%) i pojednostavljene procedure (28%). Kod šire zajednice, redoslijed je obrnut – pojednostavljene procedure su vodeći prioritet (26%), ispred niže kamate (16%), što može ukazivati da šira zajednica administrativnu jednostavnost doživljava kao hitniji problem od same cijene finansiranja.



Grafik 20: Fokus budućih mjera podrške ženskom preduzetništvu

22.

(NOVO) Da li ste upoznati sa WE Finance Code inicijativom, koju u Crnoj Gori sprovodi Centralna banka Crne Gore u saradnji sa finansijskim institucijama i drugim partnerima, a koja je usmjerena na unapređenje pristupa finansiranju za mikro, mala i srednja preduzeća u vlasništvu žena?

- ☐ Da
- ☐ Ne

Pitanje je uvedeno kako bi se uspostavila početna slika o prepoznatljivosti WE Finance Code inicijative među potencijalnim korisnicama i omogućilo praćenje promjena u narednim ciklusima istraživanja.

Grafik 21: Informisanost o WE Finance Code inicijativi



Rezultati pokazuju izrazito nizak nivo informisanosti u obje grupe – svega 6% nositeljki Žiga i 9% šire zajednice upoznato je sa WE Finance Code inicijativom Centralne banke Crne Gore. Nizak nivo prepoznatljivosti ne znači nužno i nizak efekat inicijative, budući da je WE Finance Code prvenstveno usmjeren na promjene u finansijskom ekosistemu, unapređenje rodno razvrstanih podataka i razvoj ponude finansiranja za preduzeća u vlasništvu ili pod upravljanjem žena. Ipak, ukoliko inicijativa treba da doprinese i boljem povezivanju ponude finansijskih proizvoda sa potrebama žena u biznisu, nalazi pokazuju značajan prostor da njen cilj i očekivane koristi postanu vidljiviji samim potencijalnim korisnicama.

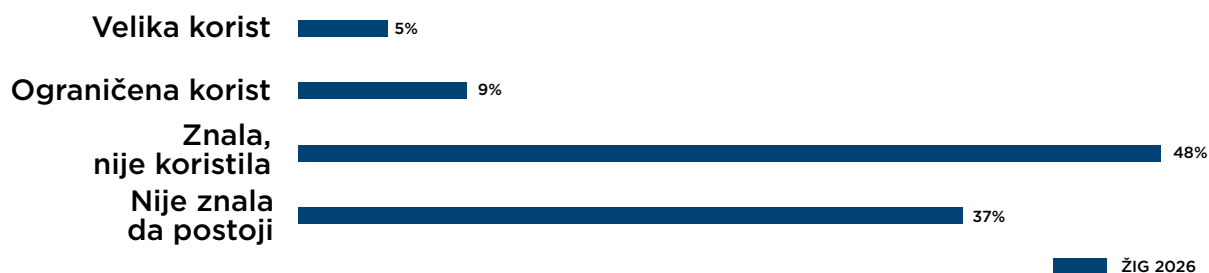
23.

(NOVO) Da li ste koristili neku od pogodnosti iz partnerske mreže ŽIG-a (sporazumi sa bankama, institucijama i lokalnim samoupravama)? Ako jeste, koliko Vam je to bilo od koristi?

- ☐ Da, koristila sam pogodnost i bila je od velike koristi
- ☐ Da, koristila sam pogodnost, ali korist je bila ograničena
- ☐ Nijesam koristila, iako sam znala da postoji
- ☐ Nijesam znala da takve pogodnosti postoje

Ovim pitanjem se prvi put ispituje da li ponuđene pogodnosti dolaze do nositeljki Žiga i u kojoj mjeri se koriste u praksi.

Grafik 22: Iskorišćenost partnerske mreže ŽIG-a (isključivo za nositeljke Žiga)



Nalazi ukazuju na značajan jaz između postojanja partnerske mreže i njenog stvarnog korišćenja: svega 5% nositeljki Žiga navodi da je koristilo neku pogodnost i da im je bila od velike koristi, dodatnih 9% uz ograničenu korist, dok 48% zna da pogodnosti postoje, ali ih nije koristilo, a 37% uopšte nije znalo da postoje. Ukupno gledano, 85% nositeljki Žiga nikada nije koristilo pogodnosti dostupne kroz partnersku mrežu. Važno je, međutim, razlikovati dvije grupe unutar tog rezultata: kod 37% postoji prije svega problem informisanosti, dok kod 48% koje znaju za pogodnosti, ali ih nijesu koristile, razloge tek treba dodatno ispitati: od relevantnosti i atraktivnosti pogodnosti do jednostavnosti korišćenja i njihove primjene u praksi.

“Poslovne banke ne uvažavaju i ne poštuju sporazume ukoliko postoje za vlasnice Žig ženski biznis. Ministarstvo ekonomskog razvoja je ograničilo apliciranje za podršku ženskom preduzetništvu samo na određene šifre djelatnosti, proizvodnju i preradu, dok za ostale djelatnosti već drugu godinu, uslužne i ostale djelatnosti nemaju šansu apliciranja, niti dobijanja sredstava. Konkretno, šifra djelatnosti za računovodstvene usluge, gdje će od ove godine agencije morati da ispunjavaju određene uslove za licencu i imamo dosta ulaganja u računarsku opremu svake godine kao i proširenje poslovanja. Znači, već dvije godine naša šifra djelatnosti ne dobija šansu za potrebnu podršku. A svi smo imali ozbiljna ulaganja uvođenjem Irms portala.”

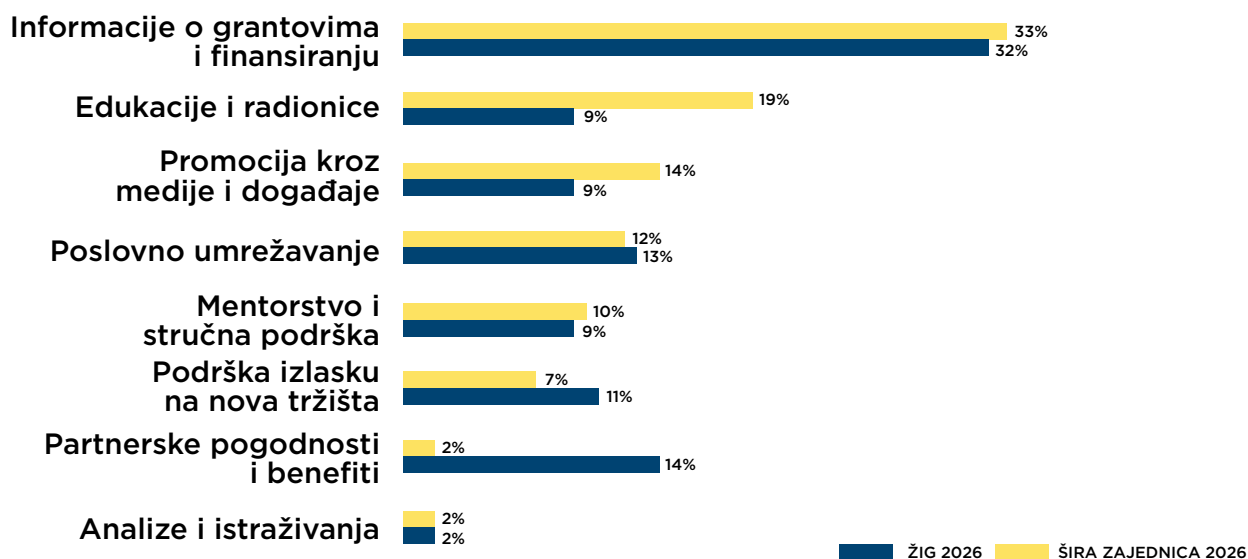
24.

(NOVO) Koji sadržaj ili vid podrške biste najviše željeli da Top Women Business Montenegro razvija u narednom periodu?

- ☐ Mentorstvo i stručna podrška
- ☐ Edukacije i radionice
- ☐ Poslovno umrežavanje
- ☐ Promocija kroz medije i događaje
- ☐ Informacije o grantovima i finansiranju
- ☐ Partnerske pogodnosti i benefiti
- ☐ Podrška izlasku na nova tržišta
- ☐ Analize i istraživanja ženskog preduzetništva
- ☐ Drugo

Pitanje je uvršteno na predlog BI Communication kako bi se prioriteti žena u biznisu direktno uzeli u obzir pri daljem razvoju sadržaja i podrške kroz inicijativu Top Women Business Montenegro.

Grafik 23: Prioriteti razvoja Top Women Business Montenegro inicijative



Obje grupe se slažu da su informacije o grantovima i finansiranju vodeći prioritet za dalji razvoj inicijative Top Women Business Montenegro (32% kod nositeljki Žiga, 33% kod šire zajednice). Razlike se javljaju dalje niz listu – nositeljke Žiga pridaju veći značaj partnerskim pogodnostima i benefitima (14%, naspram 2% kod šire zajednice), dok šira zajednica više vrednuje edukacije i radionice (19%, naspram 9% kod nositeljki Žiga). Posebno je značajno što se potreba za informacijama o finansiranju ponovo pojavljuje kao vodeći prioritet, jer potvrđuje nalaze iz više prethodnih pitanja: pored samog pristupa kapitalu, privrednicama je potrebna jasnija i pravovremenija orijentacija kroz postojeće programe, grantove i druge izvore podrške.

Zaključci:

Na osnovu sprovedenog drugog ciklusa istraživanja, koje je ove godine obuhvatilo nositeljke Žiga „Ženski biznis“, kao i širu poslovnu zajednicu, izdvajamo opšte zaključke:

- 1.** Pristup finansiranju ostaje centralni izazov, ali nalazi pokazuju da problem nije samo u nedostatku sredstava. Početni kapital je i dalje vodeća prepreka pri pokretanju biznisa, dok 83% nositeljki Žiga iskazuje trenutnu ili potencijalnu potrebu za dodatnim finansiranjem, iako njih 63% nikada nije koristilo kreditne usluge. Istovremeno, među razlozima i izazovima pojavljuju se strah od zaduživanja, nepovoljni uslovi, nedostatak informacija i kolateral. Zajedno, ovi nalazi ukazuju na jaz između potrebe za kapitalom i stvarnog korišćenja formalnih izvora finansiranja. Porast značaja kolaterala sa 13% na 21% kod nositeljki Žiga dodatno opravdava pažnju ovom pitanju.
- 2.** Informisanost nositeljki Žiga o pojedinim programima podrške se poboljšava, ali informativni jaz i dalje postoji. Udio nositeljki koje nijesu znale za Program za unapređenje konkurentnosti smanjen je sa 58% na 42%, dok je udio onih koje smatraju da su informacije lako dostupne porastao sa 7% na 18%. Istovremeno, nedostatak informacija ostaje jedan od vodećih izazova u pristupu finansijama. Razlike u odnosu na širu poslovnu zajednicu dodatno ukazuju na značaj direktnog i kontinuiranog informisanja žena u biznisu kroz postojeće komunikacione kanale i mreže.
- 3.** Administrativno opterećenje ostaje značajan dio poslovnog iskustva ispitanica. Udio nositeljki Žiga koje se sa administrativnim preprekama susreću „veoma često“ porastao je sa 22% na 28%, dok su pojednostavljene procedure među vodećim prioritetima budućih mjera podrške. Dodatno, više od polovine nositeljki Žiga navodi da su im banke tražile dokumentaciju koja je već bila dostupna u javnim registrima. Ovi nalazi ne omogućavaju procjenu postupanja pojedinačnih banaka, ali ukazuju na potrebu da se u praksi prati primjena postojećih pravila i mogućnosti za smanjenje administrativnog opterećenja.
- 4.** ŽIG je razvio mrežu podrške i partnerskih pogodnosti, ali sljedeći korak treba snažnije usmjeriti na njihovu vidljivost, relevantnost i korišćenje. Čak 85% nositeljki Žiga nikada nije koristilo pogodnosti iz partnerske mreže: 37% nije znalo da postoje, dok je 48% znalo za njih, ali ih nije koristilo. Ova dva rezultata zahtijevaju različite odgovore – bolju komunikaciju prema onima koje nijesu informisane i dodatno ispitivanje razloga nekorišćenja među onima koje za pogodnosti znaju.
- 5.** Poređenje sa širom poslovnom zajednicom žena u biznisu prije svega pokazuje da ključni izazovi nijesu ograničeni na nositeljke Žiga. Pristup finansiranju, administrativne prepreke, potreba za informacijama i očekivanje snažnije institucionalne podrške pojavljuju se u obje grupe. Istovremeno, zbog svega 23 odgovora iz šire zajednice, razlike između grupa treba tumačiti kao indikativne, a ne kao dokaz različitog položaja ili efekta članstva u ŽIG programu. Upravo zato je uključivanje šire zajednice vrijedno nastaviti u narednim ciklusima, uz nastojanje da se obezbijedi veći i strukturirani uzorak koji bi omogućio pouzdanije poređenje kroz vrijeme.

Preporuke:

Na osnovu zaključaka istraživanja, izdvajamo sljedeće preporuke i ključne aktere kojima su prvenstveno upućene:

Br.	Preporuka	Ključni akteri
1.	Podsticati razvoj raznovrsnijih finansijskih instrumenata prilagođenih potrebama žena u biznisu i različitim fazama razvoja njihovih preduzeća, uključujući kreditne proizvode sa prilagođenim uslovima otplate, garantne šeme, alternativne oblike obezbjeđenja i mehanizme podjele rizika, kao i grantove za razvojne investicije, gdje je to primjereno.	Finansijske institucije; Razvojna banka Crne Gore; Ministarstvo ekonomskog razvoja; Centralna banka Crne Gore i međunarodni finansijski partneri.
2.	Preispitati obuhvat i kriterijume postojećih programa podrške kako bi se, gdje je opravdano, povećala njihova dostupnost ženama u biznisu iz različitih djelatnosti, uz uvažavanje veličine, faze razvoja i specifičnih potreba njihovih biznisa.	Ministarstvo ekonomskog razvoja; Razvojna banka Crne Gore; lokalne samouprave i drugi pružaoci programa podrške.
3.	Smanjivati administrativno opterećenje u poslovanju i pristupu finansiranju, uključujući dosljednu primjenu člana 26 stav 2 Zakona o sprečavanju pranja novca i finansiranja terorizma i korišćenje podataka iz javnih registara bez nepotrebnog ponovnog traženja dokumentacije od privrednika.	Udruženje banaka Crne Gore; Finansijske institucije; Centralna banka Crne Gore; nadležna ministarstva i institucije javne uprave.
4.	Unaprijediti koordinaciju i pravovremenost informisanja o kreditnim linijama, grantovima i drugim programima podrške, kroz jasne i lako dostupne informacije o uslovima, rokovima i kriterijumima.	Sekretarijat Savjeta za konkurentnost; Ministarstvo ekonomskog razvoja; Razvojna banka Crne Gore; finansijske institucije i poslovna udruženja.
5.	Dodatno promovisati WE Finance Code kao inicijativu koja prepoznaje žene u biznisu kao ciljnu grupu kojoj je potrebna prilagođena podrška u pristupu finansiranju. Na osnovu rodno razvrstanih podataka i identifikovanih potreba različitih ciljnih grupa žena u biznisu, podsticati razvoj posebno prilagođenih paketa finansijskih proizvoda i usluga, uz jasnije predstavljanje njihovih koristi potencijalnim korisnicama.	Centralna banka Crne Gore; finansijske institucije i partneri WE Finance Code inicijative.
6.	Nastaviti sa širenjem partnerske mreže ŽIG-a i uključivanjem novih partnera, uz nastojanje da se definišu što konkretnije, lako dostupne i praktično primjenjive pogodnosti koje odgovaraju stvarnim potrebama žena u biznisu. Istovremeno, unaprijediti informisanje o dostupnim pogodnostima i pratiti njihovo korišćenje i korisnost za nositeljke Žiga.	Sekretarijat Savjeta za konkurentnost; BI Communication i partneri ŽIG-a.
7.	Finansijsku podršku povezivati sa nefinansijskom podrškom, posebno finansijskom pismenošću i savjetovanjem, mentorstvom, digitalizacijom, unapređenjem poslovnog upravljanja i pristupom tržištima.	Poslovna udruženja; finansijske institucije i međunarodni partneri.
8.	Nastaviti redovno praćenje potreba i iskustava žena u biznisu kroz naredne cikluse istraživanja, uz veći i strukturiraniji uzorak žena koje nijesu nositeljke Žiga i praćenje korišćenja konkretnih programa i mjera podrške kroz vrijeme.	Sekretarijat Savjeta za konkurentnost i BI Communication, u saradnji sa relevantnim institucijama i partnerima.

Aneks 1.

Pregled Žiga „Ženski biznis“ po opštinama

Pregled ukupnog Registra nositeljki Žiga (280 privrednih subjekata, prema stanju Registra na dan 11. septembra 2026.), u odnosu na 230 zabilježenih u prethodnom izvještaju

Opština	Udio (2026)	Udio (2025)
Podgorica	56,8%	47,2%
Bar	14,3%	18,5%
Nikšić	10,4%	12,0%
Bijelo Polje	3,6%	4,3%
Kotor	2,5%	2,6%
Tivat	2,1%	2,6%
Herceg Novi	1,8%	2,1%
Budva	1,8%	2,6%
Berane	1,1%	1,3%
Pljevlja	1,1%	1,3%
Zeta	1,1%	1,3%
Danilovgrad	0,7%	0,9%
Plav	0,7%	—
Kolašin	0,7%	0,9%
Cetinje	0,4%	0,4%
Rožaje	0,4%	0,4%
Tuzi	0,4%	0,4%
Ulcinj	0,4%	0,4%

Aneks 2.

Pregled Žiga „Ženski biznis“ po djelatnostima

Djelatnost	Udio (2026)	Udio (2025)
M - Stručne, naučne i tehničke djelatnosti	29,1%	31,8%
C - Prerađivačka industrija	14,0%	13,7%
G - Trgovina na veliko i na malo	11,5%	11,2%
S - Ostale uslužne djelatnosti	10,8%	9,4%
N - Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	7,2%	6,9%
P - Obrazovanje	4,7%	4,3%
Q - Zdravstvena i socijalna zaštita	4,0%	2,6%
R - Umjetnost, zabava i rekreacija	3,6%	3,9%
I - Usluge smještaja i ishrane	3,6%	4,3%
J - Informisanje i komunikacije	3,2%	3,4%
H - Saobraćaj i skladištenje	3,2%	3,9%
L - Poslovanje nekretninama	2,2%	1,7%
F - Građevinarstvo	1,8%	1,3%
A - Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	1,1%	1,3%

RIMSKI TRG 46 / 81000 PODGORICA, CRNA GORA
MAIL: SCC@SCC.ORG.ME

<https://scc.org.me>

