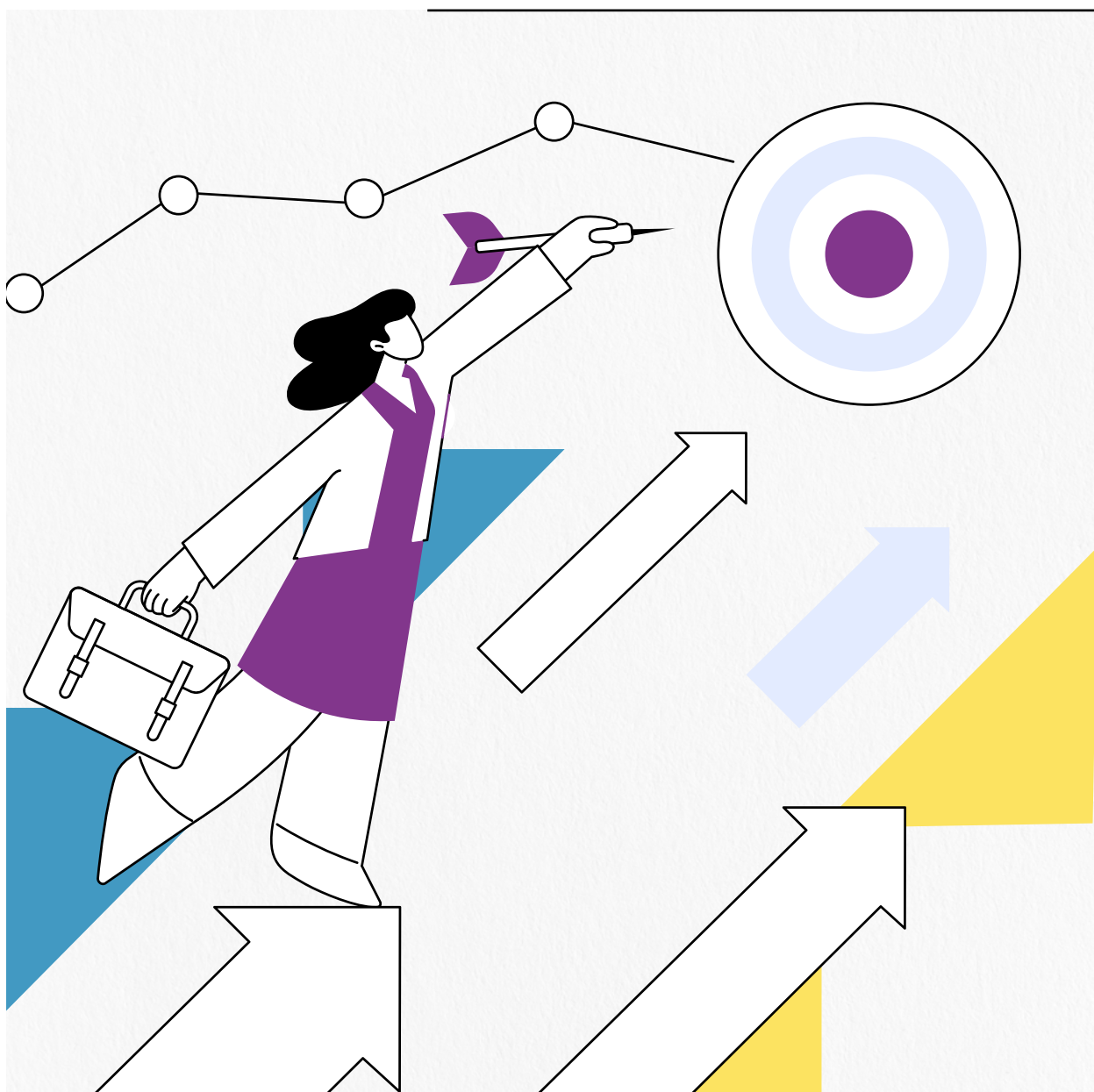


# Žene u biznisu:

## Stavovi i iskustva nositeljki Žiga „Ženski biznis”



# Sadržaj:

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| <b>Uvod</b>                                        | <b>3</b>  |
| <b>Metodološki osvrt</b>                           | <b>3</b>  |
| <b>Analiza odgovora<br/>na pitanja iz upitnika</b> | <b>4</b>  |
| <b>Zaključci</b>                                   | <b>21</b> |
| <b>Preporuke</b>                                   | <b>23</b> |
| <b>Aneks 1</b>                                     | <b>25</b> |
| <b>Aneks 2</b>                                     | <b>27</b> |
| <b>Aneks 3</b>                                     | <b>28</b> |

# Uvod

Sekretarijat Savjeta za konkurentnost (Sekretarijat), u okviru Projekta ŽIG „Ženski biznis“, sproveo je istraživanje čiji je cilj prikupljanje relevantnih informacija o potrebama, izazovima i potencijalima ženskih biznisa u Crnoj Gori. Ciljna grupa istraživanja su isključivo privrednice, nositeljke Žiga „Ženski biznis“. Projekat ŽIG „Ženski biznis“ razvijen je na inicijativu Sekretarijata Savjeta za konkurentnost, uz podršku Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD) i Vlade Ujedinjenog Kraljevstva, sa namjerom da se ženama u biznisu omogući pravilno prepoznavanje, a zatim i olakšan pristup finansijskim i nefinansijskim podsticajima. Međunarodni dokument IWA 34, koji je uveden u crnogorski sistem standardizacije, definiše jasne kriterijume za vlasništvo, upravljanje, kontrolu i nezavisnost ženskih biznisa, što predstavlja ključni osnov za dodjelu ovog žiga. Partner na realizaciji projekta je Bi Communication doo u saradnji sa BI Consulting doo, prvim provajderom poslovnih informacija u Crnoj Gori.

Do sada, projekat ŽIG „Ženski biznis“ je ostvario značajne rezultate, uključujući potpisivanje 12 sporazuma o saradnji sa ključnim partnerima iz finansijskog sektora i javne uprave. Takođe, uspostavljen je i javno dostupan registar nositeljki Žiga, koji omogućava transparentno i lako prepoznavanje ženske preduzetničke zajednice u Crnoj Gori. Sa preko 230 izdatih žigova, ovaj projekat predstavlja značajan korak ka unapređenju rodne ravnopravnosti kroz ekonomsko osnaživanje žena.

Istraživanje je sprovedeno putem online upitnika sa ukupno 19 pitanja, dizajniranog da prikuplja informacije o iskustvima, izazovima i potrebama žena u biznisu. Rezultati istraživanja biće korišćeni za oblikovanje konkretnih preporuka i mjera podrške, kao i za informisanje javnih i privatnih institucija, u cilju unapređenja politika koje sprovode, a koje treba da podstiču razvoj ženskog preduzetništva. Važno je naglasiti da je posebna pažnja posvećena zaštiti privatnosti ispitanica, jer su svi podaci obrađeni anonimno i predstavljeni isključivo u zbirnom obliku.

Izveštaj o rezultatima istraživanja predstavlja važan doprinos daljem razvoju programa i politika usmjerenih na podršku i jačanje ženskog preduzetništva, oslanjajući se na stvarne potrebe i iskustva privrednica, nositeljki Žiga „Ženski biznis“. 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 sadržao ukupno 19 pitanja usmjerenih na prikupljanje podataka o profilima ženskih biznisa, njihovim iskustvima, potrebama i izazovima u poslovanju. Upitnik je dizajniran tako da omogući analizu različitih aspekata poslovanja, uključujući pristup finansijama, administrativne prepreke, kao i percepciju postojećih programa podrške usmjerenih ka ovoj ciljnoj grupi.

Prikupljanje odgovora trajalo je u periodu od 19. maja do 4. juna 2025. godine. Od ukupno 222 nositeljke Žiga, koje su u momentu početka istraživanja bile upisane u javni Registar dostupan na sajtu Sekretarijata, na upitnik je odgovorilo 165 ispitanica, što predstavlja odziv od 74%. Ovakav visok odziv dodatno potvrđuje značaj i relevantnost dobijenih rezultata.

Aneks 1 ovog dokumenta sadrži pregled komentara ispitanica koje su dostavile na e-mail adresu Sekretarijata tokom trajanja istraživanja. Aneks 2 sadrži pregled izdatih žigova po opštinama, dok je u Aneksu 3 pregled po djelatnostima.

# Analiza odgovora na pitanja iz upitnika

U nastavku je dat pregled **svih 19 postavljenih pitanja sa ponuđenim odgovorima**. Kod pojedinih pitanja bilo je moguće odabrati više odgovora, što je posebno naznačeno. Na osnovu pristiglih odgovora odrađena je analiza i data interpretacija rezultata, koja je predstavljena neposredno nakon svakog pitanja.

## 1.

### Unos PIB-a (Poreskog identifikacionog broja) kompanije.

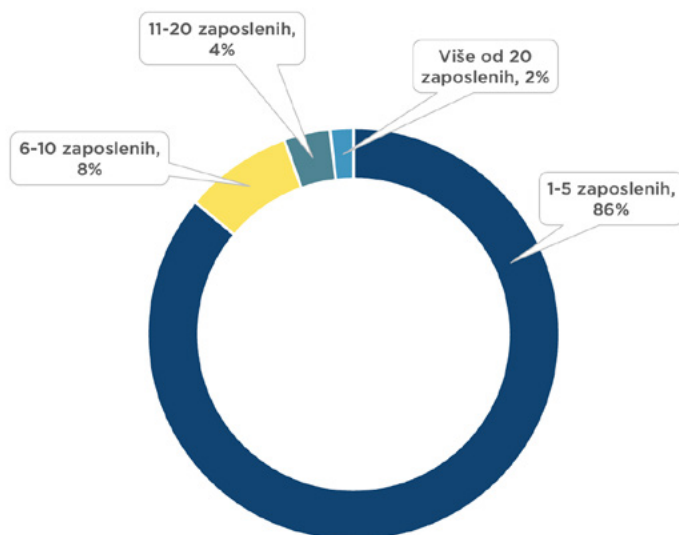
Podatak o PIB-u korišćen je isključivo u svrhu povezivanja odgovora iz upitnika sa podacima iz Registra privrednih subjekata koji posjeduju Žig. Na ovaj način omogućeno je povezivanje prikupljenih informacija sa zvaničnim podacima o djelatnosti kompanije i njenoj geografskoj lokaciji. Time je osigurana preciznija analiza poslovnih karakteristika ispitanica i njihovog okruženja, 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 ispitanica (86%) predstavlja subjekte sa vrlo malim brojem zaposlenih — od 1 do 5, što ukazuje na dominaciju mikro privrednih društava u uzorku. Slijede subjekti sa između 6 i 10 zaposlenih (8%), dok još manji procenat čine subjekti sa 11 do 20 zaposlenih (4%). Najmanji segment su subjekti sa preko 20 zaposlenih (2%).

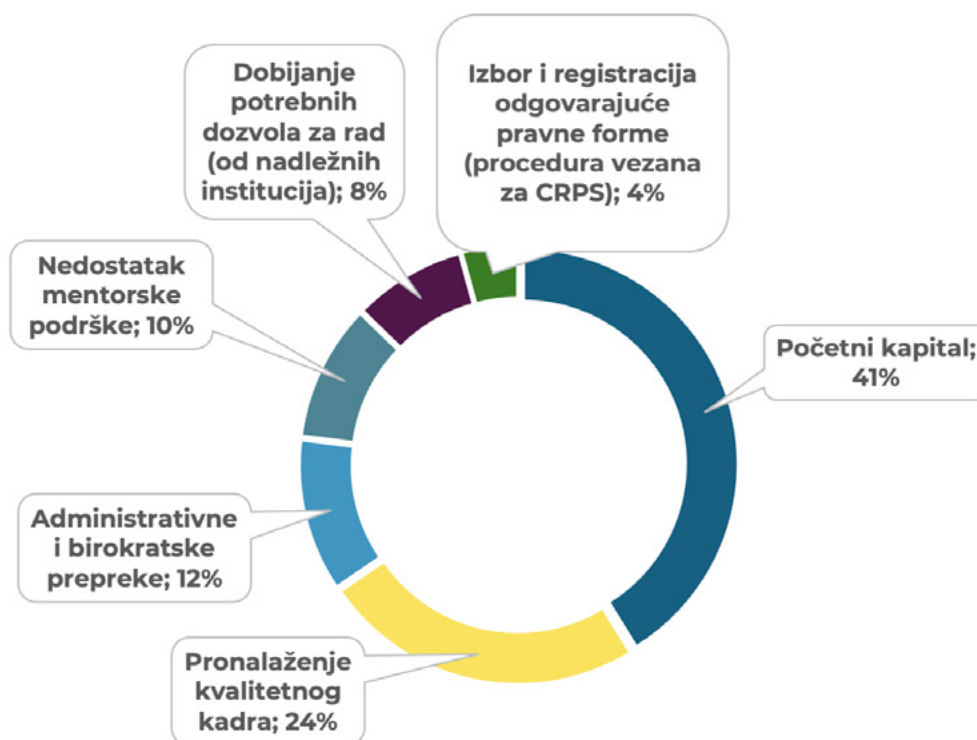
### 3.

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

Rezultati jasno pokazuju da je **početni kapital** prepoznat kao **najveći izazov** u fazi pokretanja biznisa (41%). Ovo ukazuje na značaj dostupnosti "startup" finansiranja i bolje uslove za rani razvoj poslovanja. Na drugom mjestu je **pronalaženje kvalitetnog kadra** (24%), što odražava izazove u ljudskim resursima i potrebu za programima koji podržavaju zapošljavanje, obuke i povezivanje sa kvalifikovanim kadrom. Administrativne prepreke (12%) i nedostatak mentorske podrške (10%) dodatno potvrđuju važnost sistemske podrške u vidu savjetovanja, edukacije i olakšavanja procedura. Manje frekventni, ali i dalje značajni izazovi su i dozvole za rad (8%) i procedura vezane za CRPS (4%), što upućuje na potrebu za pojednostavljenjem procedura za novoosnovane firme.

**Grafik 2: Najveći izazovi prilikom pokretanja biznisa:**



Dostavljeni odgovori upućuju na zaključak da je nedostatak početnog kapitala najizraženija prepreka za žene pri pokretanju biznisa, dok se problemi sa kadrom, administracijom i nedostatkom mentorske podrške dodatno ističu kao oblasti u kojima je potrebna snažnija institucionalna i programska podrška.

#### 4.

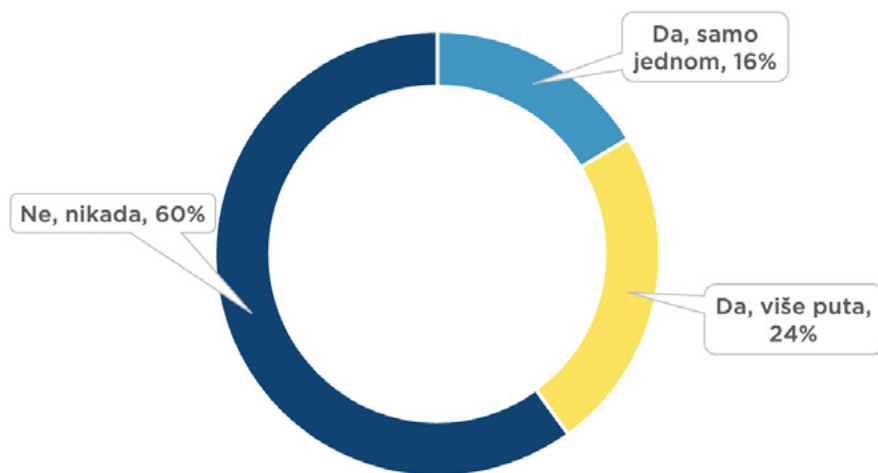
Da li ste ikada koristile kreditne usluge (banke, mikrofinansijske institucije, Razvojna banka (bivši IRF), drugi izvori)?

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

Na osnovu odgovora na postavljeno pitanje, čak **60% ispitanica** izjavilo je da **nikada nije koristilo kreditne usluge**, dok je **24% koristilo više puta**, a **16% samo jednom**.

Statistika postaje posebno značajna kada se stavi u kontekst prethodnog pitanja, gdje je **početni kapital identifikovan kao najveći izazov prilikom pokretanja biznisa (41%)**. Uprkos tome, većina ispitanica **nije koristila dostupne izvore finansiranja**, što ukazuje na postojanje **barijera i/ili neinformisanosti o pristupu finansijama**, ali i daje prostor za finansijski sektor da se na aktivan način uključi.

**Grafik 3: Korišćenje kreditnih usluga:**



I pored izraženog izazova nedostatka početnog kapitala, većina žena u biznisu nije koristila kreditne usluge, što ukazuje na postojanje prepreka u pristupu finansiranju poput nepovoljnih uslova, složenih procedura ili nedovoljne informisanosti.

#### 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

U ovom pitanju ispitanice su mogle izabrati više razloga zašto nijesu koristile finansijske proizvode, a razloge je moguće klasifikovati na sljedeći način:

1. **Strah od zaduživanja je** najčešći razlog za nekorišćenje finansijskih proizvoda (**22%**). Ova prepreka se često javlja u kontekstu niskog stepena finansijske pismenosti i nepovjerenja prema kreditnim institucijama, ali i straha od gubitka kontrole nad poslovanjem.
2. **Finansijski uslovi i realna ograničenja su snažno prisutni:**
  - Visoke kamatne stope (21%) i nedostatak kolaterala (17%) pokazuju da čak i kada postoji interesovanje za kredit, uslovi često nijesu prilagođeni mogućnostima malih ženskih biznisa.
  - Komplikovane i netransparentne procedure (16%) dodatno obeshrabruju žene da uopšte započnu proces apliciranja.
3. **Sistemske nedostaci u pristupu informacijama:**
  - Nedostatak odgovarajućih proizvoda (12%) i nedostatak informacija (12%) jasno ukazuju na komunikacijski jaz između finansijskih institucija i krajnjih korisnika.

Upravo navedeno ukazuje na potrebu za **većom transparentnošću**, za pojednostavljenjem procesa i **ciljanim kampanjama informisanja** o dostupnim opcijama podrške.

**Grafik 4: Razlozi za nekorišćenje kreditnih usluga:**



Opšti zaključak koji se može izvesti na osnovu odgovora na ovo pitanje je da žene često ne koriste finansijske proizvode zbog kombinacije straha od zaduživanja, nepovoljnih uslova i loše dostupnosti informacija. Nalazi ukazuju na potrebu za edukacijom, prilagođenijim finansijskim rješenjima i jednostavnijim procedurama koje bi omogućile veću finansijsku uključenost privrednica.

## 6.

**Da li Vaša kompanija trenutno ima potrebu za dodatnim finansiranjem?**

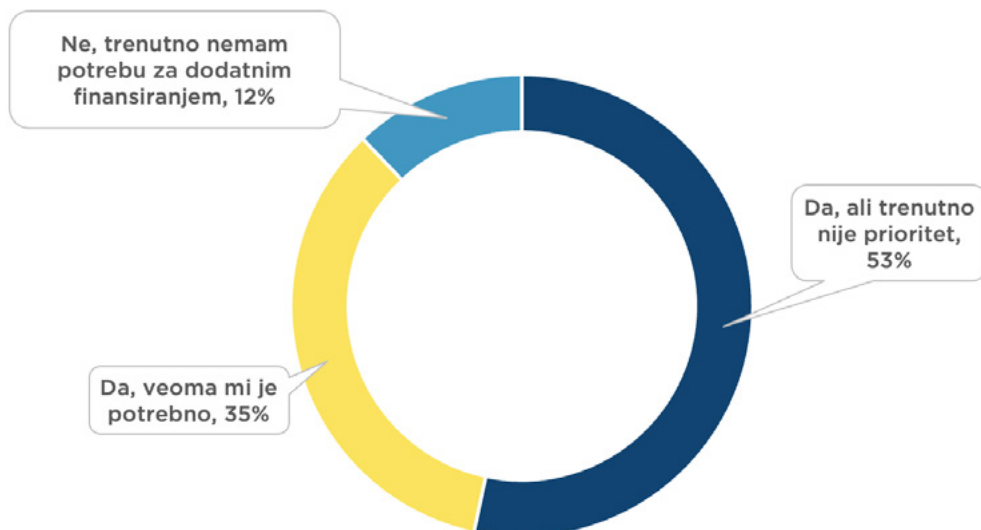
- ☐ Da, veoma potrebno
- ☐ Da, ali nije prioritet
- ☐ Ne, nemam potrebu

**Velika većina ispitanica (88%)** iskazuje **potencijalnu ili trenutnu potrebu za dodatnim finansiranjem**, što dodatno potvrđuje da finansijska podrška ostaje ključna tačka za razvoj ženskih biznisa. Od tog broja, **njih 35%** navodi da im je finansiranje **veoma potrebno odmah**, dodatnih **53% prepoznaje potrebu, ali je ne smatra hitnom**. Ovo može ukazivati na sljedeće:

- Postoji **oprez u planiranju rasta**, najčešće zbog prethodno identifikovanih prepreka (npr. visoke kamate, nepostojanje kolaterala).
- **Biznisi se razvijaju u uslovima ograničenih resursa**, često birajući održivost i stabilnost umjesto ubrzanog rasta.

Samo **12% ispitanica** trenutno nema potrebu za dodatnim finansiranjem, što je **mali procenat** koji potvrđuje da je **pristup kapitalu i dalje centralno pitanje za razvoj ženskih biznisa**.

**Grafik 5: Potreba za dodatnim finansiranjem:**



Ovi rezultati dosljedno se nadovezuju na odgovore iz pitanja 3, 4 i 5:

- Početni kapital je najčešći izazov (41%),
- 60% žena nikada nije koristilo kreditne usluge, a među razlozima dominiraju strah od zaduživanja, visoke kamate i nedostatak kolaterala.

Ipak, uprkos preprekama, veliki broj žena ipak vidi **finansiranje kao ključnu komponentu za dalji razvoj**, što ukazuje da bi povoljni i prilagođeni proizvodi mogli imati visok odziv ako se adekvatno promovišu i pojednostave.

## 7.

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

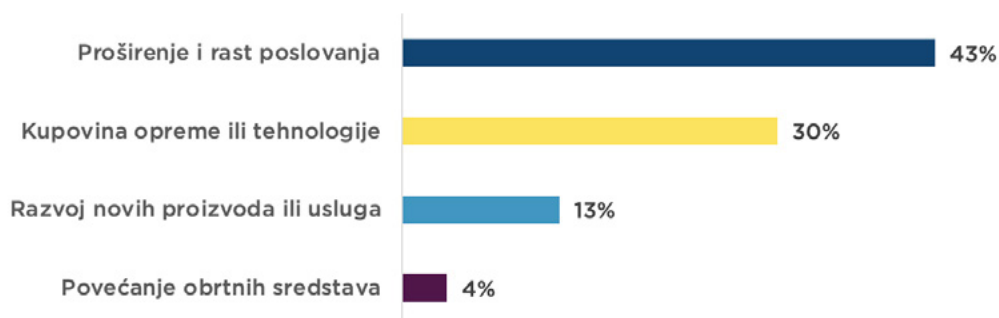
- ☐ Proširenje poslovanja
- ☐ Kupovina opreme ili tehnologije
- ☐ Povećanje obrtnih sredstava
- ☐ Razvoj novih proizvoda/usluga
- ☐ Nemam potrebu za dodatnim finansiranjem

Rezultati ukazuju na **jasno izražen razvojni potencijal ženskih biznisa**:

1. **Najveći broj privrednica (43%)** bi dodatna sredstva uložio u **proširenje i rast poslovanja**, što ukazuje na ambiciju i spremnost za širenje poslovnih kapaciteta — bilo kroz ulazak na nova tržišta, povećanje proizvodnje ili širenje usluga.
2. **Kupovina opreme ili tehnologije (30%)**, kao druga najčešća opcija, pokazuje orijentaciju ka **modernizaciji i unapređenju efikasnosti** poslovanja, što je naročito značajno u kontekstu digitalizacije i konkurentnosti.

3. **Razvoj novih proizvoda ili usluga (13%)** govori o sklonosti ka **inovacijama**, dok vrlo nizak procenat odgovora za „povećanje obrtnih sredstava“ (samo 4%) pokazuje da žene uglavnom **ne traže finansiranje da „održé“ biznis, već da ga unaprijede.**

**Grafik 6: Potreba za dodatnim finansiranjem:**



Rezultati pokazuju da žene u biznisu dodatna finansijska sredstva prvenstveno vide kao priliku za širenje, modernizaciju i inovacije u poslovanju. Fokus im nije na održavanju postojećeg stanja, već na unapređenju i rastu, što ukazuje na izraženu ambiciju i spremnost za dalji razvoj.

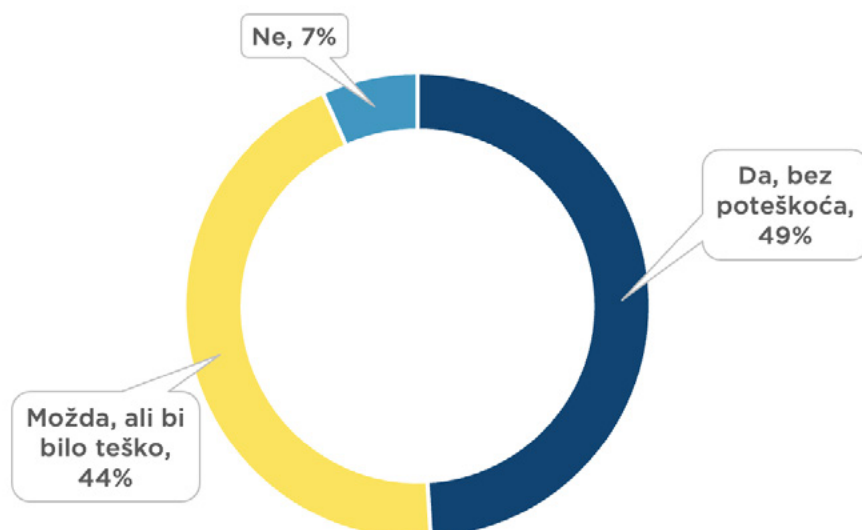
## 8.

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

**Gotovo polovina ispitanica (49%)** smatra da **može dobiti kredit bez većih prepreka**, što ukazuje na **određeni nivo samopouzdanja** u pogledu poslovne stabilnosti i sposobnosti da ispune uslove finansijskih institucija. Istovremeno, **čak 44% smatra da bi dobijanje kredita bilo teško**, što jasno ukazuje na **svjesnost o barijerama**, poput procedura, zahtjeva za kolateralom ili komplikovane dokumentacije. Samo **7% ispitanica** smatra da **nije u mogućnosti da dobije finansiranje**, što je relativno mali procenat, ali ga svakako ne treba zanemariti.

**Grafik 7: Mogućnost dobijanja kredita:**



Rezultati ukazuju na podijeljeno iskustvo/mišljenje među privrednicama – dok skoro polovina vjeruje da može doći do finansiranja bez većih prepreka, gotovo jednako toliko njih prepoznaje poteškoće u pristupu tim sredstvima. Ovakva percepcija govori o postojanju određenog nivoa stabilnosti među ženskim biznisima, ali i o prisutnim sistemskim barijerama koje i dalje otežavaju finansijsku dostupnost.

## 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

Rezultati pokazuju da je **većina ispitanica (75%) do sada nije imala negativno iskustvo prilikom apliciranja za finansiranje, tj. nije bila odbijena**. Ovo može ukazivati na to da značajan broj privrednica još uvijek nije aplicirao za finansijska sredstva (što potvrđuje i raniji podatak da 60% nikada nije koristilo kreditne usluge).

Međutim, **25% ispitanica je doživjelo odbijanje**, a glavni razlozi su:

- **Nedostatak kolaterala (10%)** — što je najčešći razlog odbijanja, u skladu sa ranijim odgovorima koji su ukazivali na kolateral kao ključnu prepreku.
- **Nedostatak poslovne stabilnosti ili dokaza o profitabilnosti (7%)** — što ukazuje na važnost izgradnje poslovne istorije i pokazatelja održivosti.
- **Nedostupnost finansijskih proizvoda prilagođenih početnicama (6%)** — što potvrđuje potrebu za razvojem specijalizovanih linija kredita ili podrške za „startup“.
- **Nedovoljno dobra kreditna istorija (2%)** — što, iako mali procenat, pokazuje potrebu za podrškom u izgradnji finansijskog rejtinga.

#### Grafik 8: Razlozi za odbijanje finansiranja:



Većina ispitanica nije imala iskustvo odbijanja prilikom apliciranja za finansiranje, što djelimično može biti posljedica toga što mnoge još uvijek nijesu ni pokušale da pristupe kreditima. Među onima koje jesu bile odbijene, najčešći razlozi su nedostatak kolaterala, poslovne stabilnosti i prilagođenih finansijskih proizvoda za početnice, što jasno ukazuje na potrebe za fleksibilnijim i dostupnijim finansijskim rješenjima za ženske biznise u ranoj fazi razvoja.

## 10.

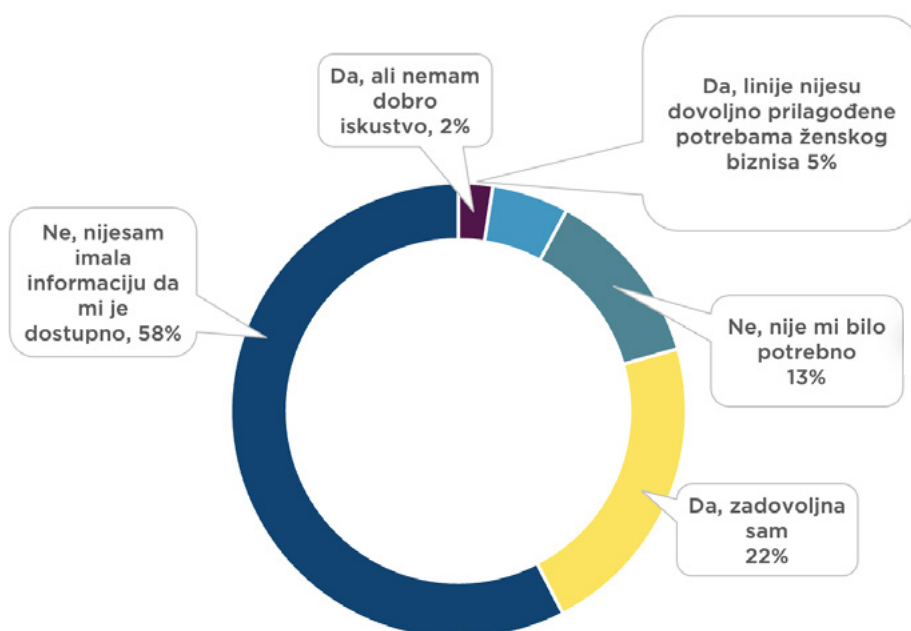
Da li ste koristile podsticaje (finansijske ili nefinansijske) iz Programa za unapređenje konkurentnosti privrede Ministarstva ekonomskog razvoja?

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

Rezultati ukazuju na **nizak nivo iskorišćenosti podsticajnih mjera** Ministarstva ekonomskog razvoja među privrednicama nositeljicama Žiga:

- **Samo 29% ispitanica navodi da su koristile neki vid podsticaja**, od čega je **22% zadovoljno**, dok je **7% imalo negativna iskustva ili smatra da programi nijesu prilagođeni ženskom biznisu**.
- **Velika većina - 71% žena - nije koristila dostupne podsticaje**, i to iz dva ključna razloga:
  - **58% nije bilo informisano da su programi dostupni**, što jasno ukazuje na veliki nedostatak informisanosti među ciljnom grupom.
  - **13% smatra da im nije bilo potrebno**, što može odražavati nedovoljnu svijest o mogućnostima koje podsticaji nude ili realnu procjenu da finansijska podrška u tom trenutku nije bila nužna.

**Grafik 9: Korišćenje Programa za unapređenje konkurentnosti:**



Većina ispitanica nije koristila podsticaje Ministarstva ekonomskog razvoja, uglavnom zbog nedostataka informacija o njihovoj dostupnosti, što ukazuje na problem u komunikaciji i promociji programa. Istovremeno, relativno mali broj korisnica koje su imale pozitivno iskustvo sugerise da programi imaju potencijal, ali da je njihova vidljivost i prilagođenost ženskom biznisu još uvijek nedovoljna.

## 11.

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

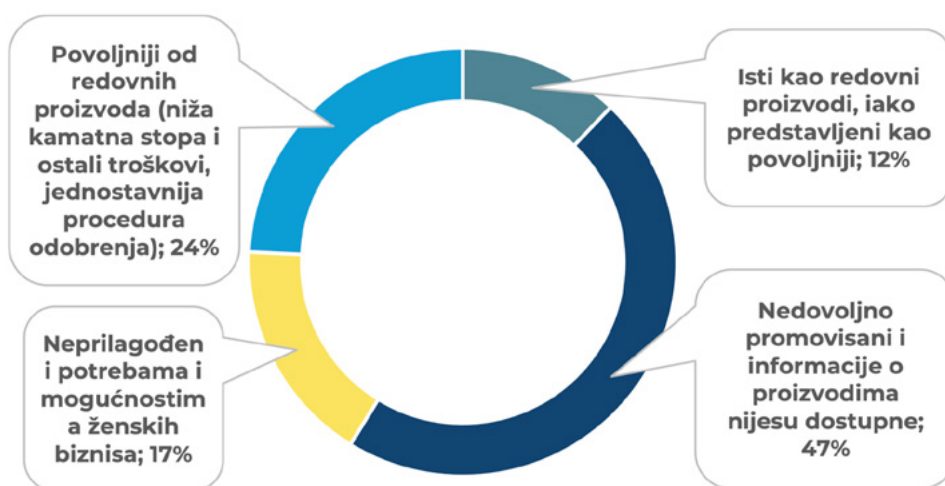
- Povoljniji od redovnih
- Isti kao redovni
- Neprilagođeni potrebama
- Nedovoljno promovisani

Rezultati odgovora ukazuju na značajne izazove u **vidljivosti, razumijevanju i kvalitetu finansijskih proizvoda namijenjenih ženama u biznisu**:

- **Skoro polovina ispitanica (47%) smatra da su proizvodi nedovoljno promovisani i da informacije nijesu dostupne.** Ovo potvrđuje nedostatak komunikacije i transparentnosti od strane finansijskih institucija i relevantnih aktera.
- **29% (17% + 12%) smatra da su ovi proizvodi ili neprilagođeni ili netačno predstavljani kao povoljniji**, što ukazuje na sumnju u stvarnu korisnost postojećih linija i na mogući problem neusklađenosti između deklarativne podrške i prakse.
- Samo **24% ispitanica prepoznaje ove proizvode kao povoljnije od redovnih**, što pokazuje da napor da se proizvodi prilagode i promovišu kao specifična podrška ženama u biznisu još nijesu dovoljno prepoznati na terenu.

Navedeni odgovori korespondiraju i sa prethodnim odgovorima gdje je 58% privrednica navelo da **nijesu znale da su im dostupni podsticaji**, a 12% u **pitanju 5** navodi **nedostatak informacija o finansijskim opcijama** kao razlog za nekorišćenje finansijskih proizvoda. Dodatno, 60% ispitanica **nikada nije koristilo kreditne usluge** (pitanje 4), što se djelimično može objasniti upravo nepostojanjem jasnih i transparentnih informacija, ali i osjećajem da proizvodi **nijesu dovoljno fleksibilni, prilagođeni, ni povoljni**.

**Grafik 10: Percepcija ispitanica o finansijskim proizvodima:**



Rezultati ukazuju da finansijski proizvodi namijenjeni ženama u biznisu nijesu dovoljno vidljivi, prepoznati kao povoljniji, niti prilagođeni stvarnim potrebama ove ciljane grupe, što ukazuje na značajan komunikacijski i strukturni jaz između ponude i očekivanja korisnika. Neadekvatna promocija i percepcija neprilagođenosti dodatno doprinose niskom stepenu korišćenja finansijskih proizvoda među privrednicama.

## 12.

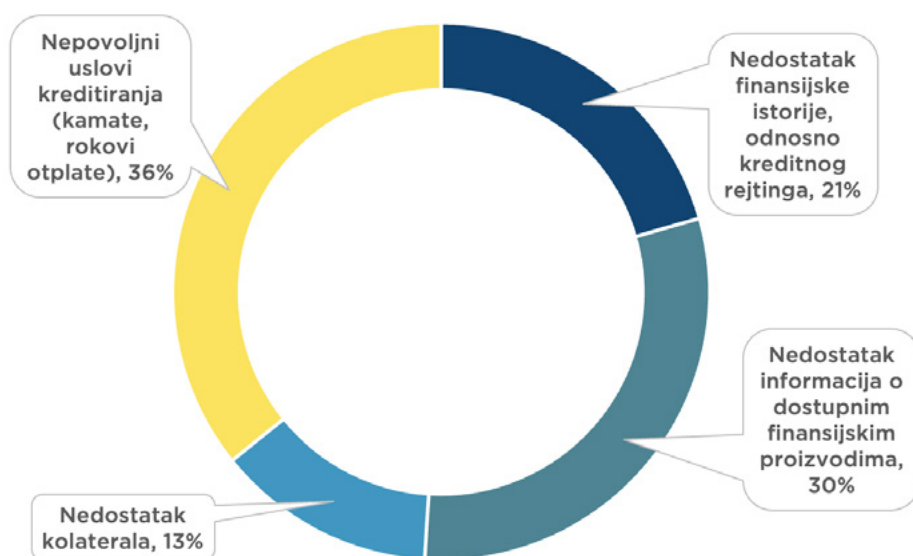
Koji su najveći izazovi u pristupu finansijama za Vašu kompaniju? (najviše dva odgovora)

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

Rezultati pokazuju da su **nepovoljni uslovi kreditiranja (kamate, rokovi otplate)** prepoznati kao najveća prepreka u pristupu finansiranju, pri čemu ih je **36% ispitanica označilo kao ključni izazov**. Odmah iza toga, **nedostatak informacija o dostupnim finansijskim proizvodima navodi 30% privrednika**, što ukazuje na značajan informativni jaz između finansijskih institucija i ženskih biznisa.

Takođe, **nedostatak finansijske istorije ili kreditnog rejtinga predstavlja izazov za 21% ispitanica**, što može biti posebno izraženo kod mlađih biznisa ili onih koji nijesu koristili formalne izvore finansiranja. **Nedostatak kolaterala, iako manje zastupljen (13%), ostaje važan faktor za određeni segment.**

**Grafik 11: Izazovi u pristupu finansijama:**



Ukupno gledano, podaci potvrđuju da pristup finansijama nije samo pitanje postojanja finansijskih proizvoda, već i njihove prilagođenosti, dostupnosti informacija i sposobnosti korisnika da im pristupe pod realnim i održivim uslovima.

## 13.

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

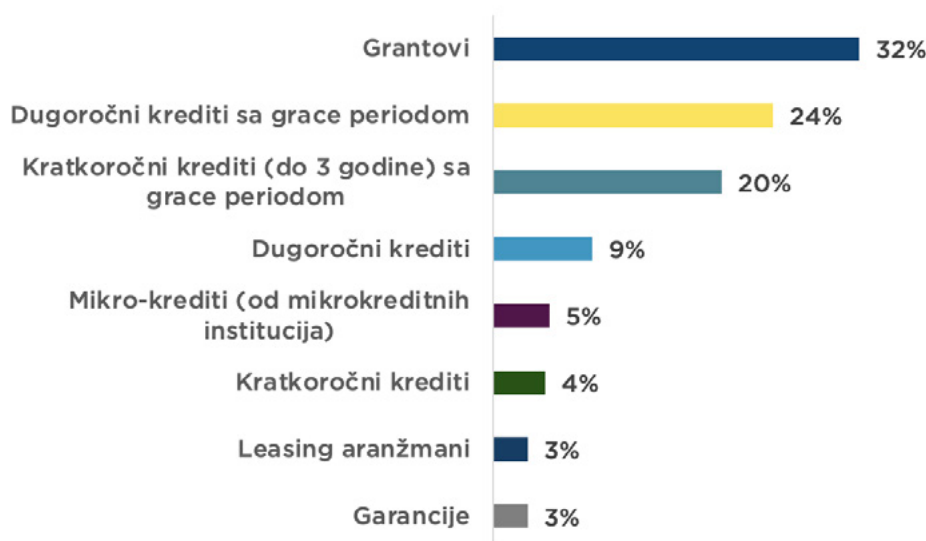
- ☐ Dugoročni krediti sa „grace“ periodom
- ☐ Dugoročni krediti
- ☐ Kratkoročni krediti sa „grace“ periodom
- ☐ Kratkoročni krediti

- Mikro-kredit
- Leasing
- Faktoring
- Garancije
- Grantovi

Na osnovu odgovora ispitanica **grantovi** su prepoznati kao najkorisniji finansijski proizvod, budući da ih je odabralo **32% ispitanica**. Očekivano, ovaj podatak ukazuje na to da privrednice najviše cijene bespovratna sredstva, koja ne nose obavezu otplate i predstavljaju značajnu finansijsku podršku, posebno u fazi pokretanja ili ranog razvoja poslovanja. Odmah iza grantova, najveći broj ispitanica pokazuje interesovanje za **dugoročne kredite sa grace periodom (24%) i kratkoročne kredite sa grace periodom (20%)**. Ovo ukazuje na izraženu potrebu za fleksibilnim oblicima finansiranja, koji omogućavaju određeni period odgode otplate, što ženama u biznisu daje prostor da stabilizuju poslovanje prije nego što počnu sa vraćanjem sredstava.

Dugoročni krediti bez grace perioda dobili su znatno manju podršku (9%), što sugerise da mnoge privrednice ne vide stroge uslove otplate kao adekvatne za fazu u kojoj se njihovo poslovanje trenutno nalazi. Mikro-kredit i kratkoročni krediti bez grace perioda prepoznati su kao još manje potrebni (5%, odnosno 4%), što potvrđuje tendenciju ka izbjegavanju kratkoročnih finansijskih obaveza koje mogu predstavljati opterećenje. Najmanje interesovanje pokazano je za leasing aranžmane, faktoring i garancije, koje su dobile po 3% odgovora ili niže. Ovo može ukazivati na nedovoljnu informisanost o tim instrumentima, ili na to da ih žene u manjoj mjeri prepoznaju kao finansijske proizvode koje podržavaju razvoj svog biznisa.

**Grafik 12: Najkorisniji finansijski proizvodi:**



Ukupno posmatrano, rezultati istraživanja jasno pokazuju da žene u biznisu imaju izraženu potrebu za sigurnim, pristupačnim i fleksibilnim izvorima finansiranja, sa naglaskom na grantove i kreditne aranžmane koji uključuju grace period. Ovi nalazi mogu poslužiti kao važan pokazatelj za institucije i organizacije koje kreiraju programe podrške ženama u biznisu, jer nude smjernice o tome kakva finansijska rješenja bi bila najefikasnija i najprihvatljivija za ovu ciljnu grupu.

## 14.

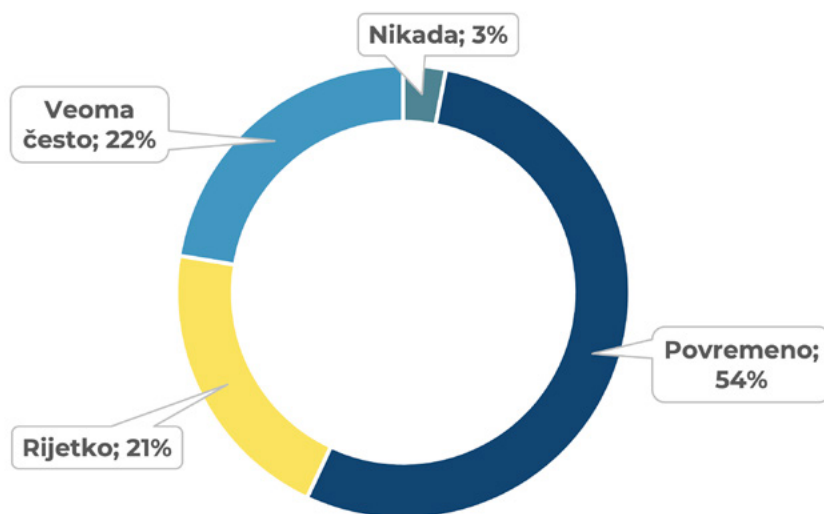
Koliko često se susrećete sa administrativnim preprekama u poslovanju?

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

Rezultati odgovora na postavljeno pitanje, koje se odnosi na učestalost susretanja s administrativnim preprekama u poslovanju, pokazuju da je za većinu privrednica **birokratija** i dalje značajan **izazov**. Najveći broj **ispitanica (54%) navodi da se sa administrativnim preprekama susreću povremeno**, što ukazuje da birokratski izazovi nijesu stalni, ali su dovoljno prisutni da ometaju tok poslovanja i zahtijevaju dodatni angažman i vrijeme. Zabrinjavajuće je da **22% žena u biznisu navodi da se s takvim preprekama susreće često**. Ovaj podatak govori o ozbiljnim i kontinuiranim poteškoćama koje negativno utiču na svakodnevno poslovanje, usporavaju procese i vjerovatno utiču na motivaciju i razvoj biznisa.

S druge strane, 21% ispitanica izjavljuje da se s administrativnim preprekama susrijeće rijetko, dok samo 3% kaže da ih nikada ne doživljava. Ovi rezultati pokazuju da je administrativno okruženje za žene u biznisu u velikoj mjeri opterećeno složenim procedurama, što predstavlja prepreku za efikasno poslovanje.

**Grafik 13: Administrativne prepreke:**



Ukupna slika upućuje na zaključak da postoji prostor za značajna poboljšanja kada je riječ o pojednostavljenju administrativnih procedura, boljoj komunikaciji s institucijama i smanjenju birokratskih barijera koje disproporcionalno pogađaju male biznise i preduzetnice. Ovo je važna poruka za donosiocle odluka i institucije koje se bave unapređenjem poslovnog ambijenta.

## 15.

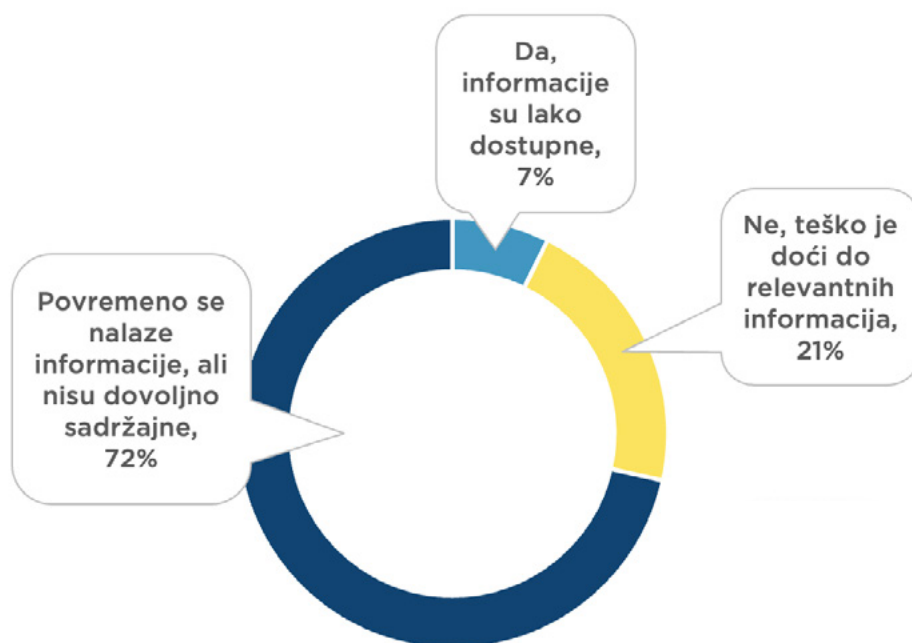
Da li smatrate da postoji dovoljno informacija o finansijskim uslovima i podršci dostupnoj ženskim biznisima?

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

Rezultati ukazuju da velika većina žena u biznisu smatra da informacije o finansijskim uslovima i dostupnoj podršci nijesu adekvatno predstavljene niti dostupne. Čak **72% ispitanica navodi da su informacije povremeno dostupne, ali nijesu dovoljno sadržajne**, što sugeriše da, i kada dođu do informacija, one često nijesu jasne, konkretne ili dovoljno detaljne da bi bile korisne u donošenju poslovnih odluka.

Dodatno, **21% ispitanica smatra da je teško doći do relevantnih informacija**, što ukazuje na značajan problem u transparentnosti i komunikaciji kada je riječ o podršci za žensko preduzetništvo. Samo **7% žena izjavilo je da su informacije lako dostupne**, što je izrazito mali procenat i jasan signal da postoje ozbiljni izazovi u prenosu informacija do ciljne grupe, tj. veliki potencijal za unapređenje.

**Grafik 14: Percepcija o dostupnosti informacija:**



Navedeni rezultati pokazuju da postoji izražena potreba za sistematičnijim, jasnijim i pristupačnijim kanalima informisanja o finansijskoj i institucionalnoj podršci za ženske biznise. Pored toga, ukazuju na važnost izgradnje mehanizama koji će omogućiti jednostavno razumijevanje uslova i procedura, kako bi privrednice mogle efikasno koristiti dostupne resurse za razvoj i jačanje svojih biznisa.

## 16.

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

- ☐ Edukacija o finansijama
- ☐ Podrška u strategiji razvoja
- ☐ Tehnička i ekspertna 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

Na pitanje „Koje vrste podrške bi vam bile najkorisnije da unaprijedite poslovanje?“, ukupno **165 ispitanica** dalo je **394 odgovora**, što ukazuje da su imale mogućnost višestrukog izbora (najviše po tri odgovora). Ovo omogućava dublji uvid u složene potrebe žena, nositeljki Žiga.

Najveći broj odgovora odnosi se na:

1. **Tehničko-ekspertska podrška za povlačenje sredstava (23%)** – Ovo pokazuje da žene prepoznaju značaj dostupnih fondova i programa (npr. IPA, IPARD, Program za unapređenje konkurentnosti), ali imaju potrebu za stručnom pomoći kako bi ih efikasno koristile. Kompleksnost procedura i nedostatak znanja o mogućnostima očigledno predstavljaju prepreku.
2. **Marketing i promocija (14%)** – Rezultat pokazuje da mnoge žene vide problem u vidljivosti svojih proizvoda i usluga, što je direktno povezano sa njihovim poslovnim rastom i konkurentnošću na tržištu.
3. **Izrada strategije razvoja biznisa (11%) i edukacija o finansijama (10%)** – Obje oblasti ukazuju na potrebu za jačanjem **poslovnog planiranja** i **finansijske pismenosti**, što su ključni faktori održivosti i rasta malih biznisa.

Značajan broj odgovora bilježe i:

- **Digitalizacija poslovanja (9%)**
- **Obuke o tehnologiji i inovacijama (9%)**
- **Mentorska podrška i umrežavanje (8%)**
- **Podrška u vezi sa plasmanom proizvoda na domaćem tržištu (8%)**
- **Podrška u izvozu i pristupu novim tržištima (8%)**

Gorenavedeni rezultati ukazuju na potrebu za **modernizacijom poslovanja**, uključujući digitalne alate, inovacije i povezivanje sa širim poslovnim zajednicama.

**Grafik 15: Najkorisnije vrste podrške:**



Rezultati pokazuju da privrednicama najviše nedostaje tehnička i ekspertska pomoć za povlačenje sredstava (23%), što ukazuje da prepoznaju značaj fondova poput IPA i IPARD, ali se suočavaju s administrativnim preprekama i nedostatkom znanja za apliciranje za njihovo korišćenje. Visoka zastupljenost odgovora vezanih za marketing, strategiju razvoja i finansijsku edukaciju dodatno potvrđuje potrebu za ciljanom podrškom u jačanju kapaciteta za rast i održivost biznisa, dok interesovanje za digitalizaciju, inovacije i umrežavanje ukazuje na težnju ka modernizaciji i boljoj tržišnoj konkurentnosti.

## 17.

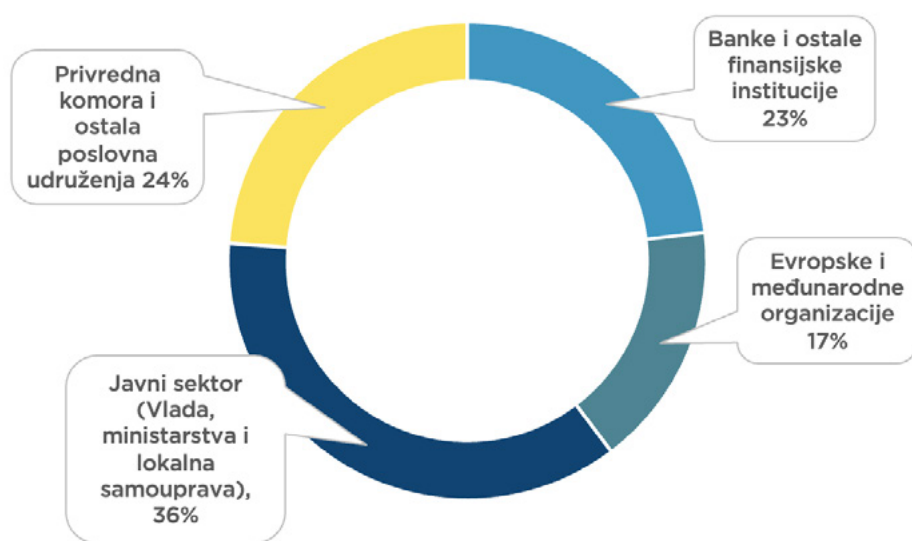
Koje institucije ili organizacije smatrate najvažnijim za podršku Vašem biznisu? (mogućnost izbora najviše dva odgovora)

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

Na osnovu dobijenih podataka o tome koje institucije ili organizacije žene privrednice smatraju najvažnijim za podršku svom biznisu, jasno se uočava da najveća očekivanja ispitanice imaju od **javnog sektora** – **36%** njih je izabralo upravo odgovor “**Vlada, ministarstva i lokalnu samoupravu**” kao ključne aktere podrške. Ovo ukazuje na očekivanje da institucionalna i sistemska podrška države igra presudnu ulogu u stvaranju povoljnog poslovnog okruženja za žene, bilo kroz subvencije, zakonodavne okvire, edukativne programe ili poreske olakšice.

**Privredne komore i poslovna udruženja** nalaze se na drugom mjestu sa **24%**, što sugerise da žene prepoznaju važnost profesionalnih mreža, poslovnog umrežavanja, razmjene znanja i zajedničkih inicijativa kao oblika indirektna, ali značajne podrške. **Banke i finansijske institucije**, sa **23%**, i dalje se vide kao važan stub podrške, ali ne i presudan. Navedeno može značiti da finansijska sredstva jesu ključna, ali sama dostupnost kapitala nije dovoljna ako ne postoji šira institucionalna i razvojna podrška. Najmanji broj ispitanica – **17%** – izabralo je **evropske i međunarodne organizacije**. To može ukazivati na nedovoljnu informisanost o programima koje ove organizacije nude ili na ograničen pristup takvim fondovima i projektima u praksi.

**Grafik 16: Najvažnije institucije:**



Privrednice najveću podršku očekuju od javnog sektora, uz značajnu ulogu poslovnih udruženja i finansijskih institucija, dok se međunarodni izvori podrške percipiraju kao manje dostupni ili nedovoljno poznati. Ovo ukazuje na potrebu za jačanjem institucionalne podrške i unapređenja ambijenta za razvoj ženskog biznisa, tj. inkluzivne ekonomije.

## 18.

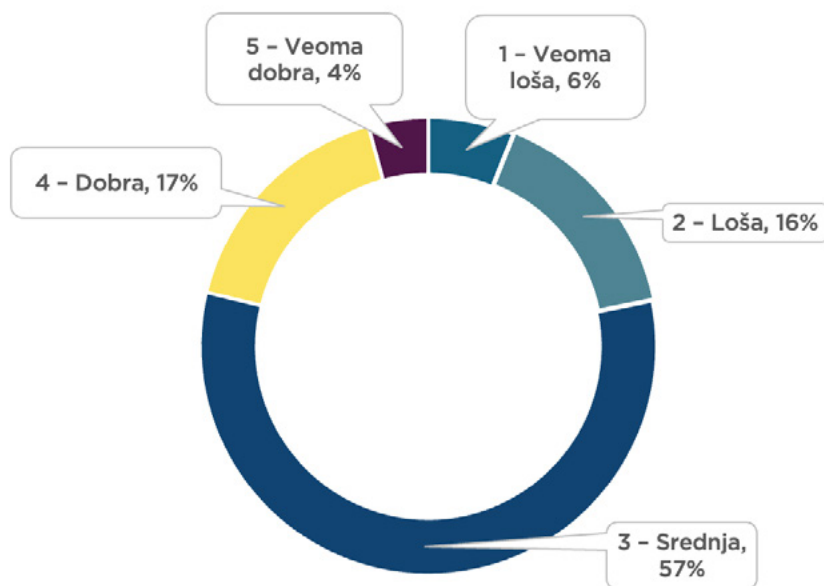
Kako biste ocijenili nivo podrške ženskom preduzetništvu u Crnoj Gori? (Od 1 do 5, gdje 1 znači vrlo loša, a 5 vrlo dobra).

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

Na osnovu rezultata odgovora na navedeno pitanje, može se zaključiti da postoji izražena dominacija osrednjeg nivoa zadovoljstva. Naime, čak **57% ispitanica** ocjenjuje podršku kao **srednju**, što sugerije da određeni oblici podrške postoje, ali nijesu dovoljno kvalitetni, dostupni ili prilagođeni stvarnim potrebama žena u preduzetništvu.

Istovremeno, **22% učesnica istraživanja** smatra da je podrška **loša ili veoma loša**, što ukazuje na značajan nivo nezadovoljstva i ukazuje na prepreke koje žene i dalje osećaju u pokušaju da razviju sopstveni biznis – bilo da su to administrativne barijere, nedostatak informacija, nedovoljna finansijska podrška ili slab institucionalni okvir. Nasuprot tome, samo **21% ispitanica** ocjenjuje podršku kao **dobru ili veoma dobru**, što je relativno nizak procenat, imajući u vidu veliki broj aktivnosti koji se na nivou privatnog i javnog sektora sprovodi sa ciljem ekonomskog osnaživanja žena, i potvrđuje da postoji prostor za značajno unapređenje. Podaci jasno ukazuju da većina žena vidi trenutnu podršku kao nedovoljnu za stvarno osnaživanje i podsticanje ženskog preduzetništva.

**Grafik 17: Ocjena o nivou podrške ženskom preduzetništvu:**



Opšti zaključak, izveden iz odgovora na navedeno pitanje je da nositeljke Žiga prepoznaju postojanje određene podrške preduzetništvu, ali smatraju da ona nije dovoljno razvijena ni prilagođena njihovim stvarnim potrebama. Rezultati ukazuju na potrebu za unapređenjem kvaliteta, dostupnosti i efikasnosti mehanizama podrške ženskom preduzetništvu.

## 19.

Na šta bi, po Vašem mišljenju, projekat ŽIG „Ženski biznis“ trebalo da se fokusira (kroz komunikaciju sa partnerima) kako bi bila obezbijedena dodatna podrška ženskom preduzetništvu? (mogućnost izbora najviše dva odgovora)

- ☐ 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

Na osnovu odgovora ispitanica jasno se izdvajaju **dva ključna prioriteta**:

- **Finansijski proizvod sa nižom kamatnom stopom (26%)**
- **Pojednostavljene procedure prilikom apliciranja za podršku (26%)**

Odgovori ukazuju da žene privrednice smatraju da su **olakšan pristup finansiranju** i **administrativna jednostavnost** najvažniji preduslovi za unapređenje njihovog poslovanja. Visoke kamate i komplikovane procedure očigledno predstavljaju ključne barijere u pristupu postojećim izvorima podrške.

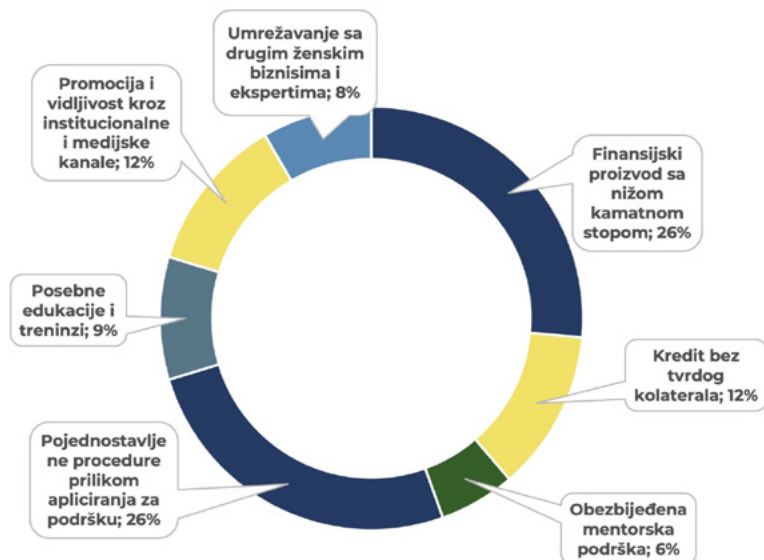
Na trećem mjestu, sa po **12%**, nalaze se **kredit bez tvrdog kolaterala** i **promocija kroz institucionalne i medijske kanale**, što dodatno oslikava potrebu za fleksibilnijim finansijskim instrumentima i većom vidljivošću žena u preduzetništvu.

Manje zastupljeni odgovori su:

- **Specijalizovane edukacije i treninzi (9%)**
- **Umrežavanje sa drugim ženskim biznisima i ekspertima (8%)**
- **Mentorska podrška (6%)**

Ovo može ukazivati na to da su obrazovanje i umrežavanje važni, ali trenutno **nijesu prioritet** u percepciji podrške — vjerovatno zato što prepreke u finansijama i procedurama imaju direktniji uticaj na mogućnost razvoja i održivosti biznisa

**Grafik 18: Fokus aktivnosti projekta ŽIG „Ženski biznis“:**



Podaci ukazuju da žene nositeljke Žiga kao najvažnije preduslove za unapređenje poslovanja prepoznaju lakši pristup finansijama i pojednostavljene administrativne procedure. Njihov fokus je na konkretnim i praktičnim oblicima podrške, dok su edukacija, umrežavanje i mentorska pomoć prepoznati kao značajni, ali trenutno manje prioritetni u odnosu na izazove koji neposredno utiču na opstanak i razvoj biznisa.

# Zaključci:

---

Na osnovu sprovedenog istraživanja među nositeljicama Žiga „Ženski biznis“, izdvajamo **opšte zaključke** koji sumiraju ključne nalaze:

- 1. Finansiranje ostaje najveći izazov** – Početni kapital je identifikovan kao glavna prepreka pri pokretanju biznisa, dok većina privrednica još uvijek ne koristi dostupne kreditne usluge zbog nepovoljnih uslova, straha od zaduživanja i nedostatka informacija.
- 2. Postoji izražena potreba za dodatnim sredstvima** – Gotovo sve ispitanice imaju trenutnu ili potencijalnu potrebu za dodatnim finansiranjem, a sredstva bi uglavnom usmjerile na rast, modernizaciju i inovacije, što može ukazivati na postojanje potencijala za dalji razvoj.
- 3. Finansijski proizvodi nijesu dovoljno prilagođeni niti promovisani** – Većina privrednica smatra da proizvodi namijenjeni ženama nijesu jasno diferencirani, dovoljno fleksibilni, niti dovoljno poznati, što doprinosi njihovoj slaboj iskorišćenosti.
- 4. Institucionalna podrška je ključna, ali nedovoljna** – Ispitanice najviše očekuju podršku od javnog sektora, ali većina ocjenjuje postojeću institucionalnu podršku kao srednju ili nisku, što ukazuje na potrebu za unapređenjem kvaliteta i dostupnosti politika usmjerenih ka ovoj ciljnoj grupi.
- 5. Postoji ozbiljan komunikacijski jaz** – Informacije o programima podrške, finansijskim proizvodima i dostupnim fondovima nijesu lako dostupne, niti dovoljno jasne, što direktno utiče na nivo korišćenja raspoloživih resursa.
- 6. Administrativne prepreke i birokratija su i dalje izražene** – Više od tri četvrtine ispitanica navodi da se često ili povremeno suočavaju sa administrativnim preprekama, što usporava poslovanje i smanjuje motivaciju za razvojem.
- 7. Grantovi i dugoročni krediti sa odloženom otplatom su najtraženiji oblici finansiranja** – Privrednice preferiraju oblike podrške koji ne stvaraju trenutni finansijski pritisak, što potvrđuje njihovu potrebu za stabilizacijom prije preuzimanja obaveza.

- 8. Ekspertska pomoć za povlačenje sredstava je visoko tražena** – Žene u biznisu prepoznaju značaj nacionalnih i međunarodnih fondova, ali im nedostaju kapaciteti i znanja da ih koriste bez stručne podrške.
- 9. Vidljivost i promocija ženskih biznisa je nedovoljna** – Postoji jasna potreba za jačanjem prisustva žena u biznisu kroz medije i institucionalne kanale, kako bi se povećala njihova prepoznatljivost i tržišni potencijal.
- 10. Žene u biznisu pokazuju visok stepen ambicije i spremnosti za razvoj**  
– Rezultati pokazuju da ženski biznisi teže rastu, inovacijama i modernizaciji, ali im je za to potrebna efikasnija, ciljana i sistemski organizovana podrška.

Navedeni zaključci pružaju temelje za unapređenje javnih politika, institucionalnih mehanizama i finansijskih instrumenata u cilju efikasnije podrške razvoju ženskog preduzetništva u Crnoj Gori.

# Preporuke:

---

Na osnovu sveobuhvatne analize odgovora iz istraživanja, izdvajamo sljedeće **ključne preporuka** za unapređenje podrške ženama u biznisu u Crnoj Gori:

- 1. Razviti ciljana finansijska rješenja za žene** – Uspostaviti proizvode sa nižim kamatnim stopama, fleksibilnim uslovima i bez tvrdog kolateralu, uz poseban fokus na početnice u biznisu.
- 2. Pojednostaviti administrativne procedure** – Smanjiti birokratiju i kompleksnost procedura za pristup finansiranju i programima podrške, kako bi bile pristupačnije mikro i malim biznisima koje vode žene.
- 3. Unaprijediti dostupnost i kvalitet informacija** – Uspostaviti centralizovani informativni kanal (portal, kontakt tačke, promotivne kampanje) o svim dostupnim finansijskim i nefinansijskim programima podrške ženskom preduzetništvu.
- 4. Obezbijediti ekspertsku i tehničku pomoć za povlačenje sredstava** – Kroz savjetodavne usluge, edukacije i konkretne intervencije olakšati ženama u biznisu pristup fondovima kao što su IPA, IPARD i nacionalni programi konkurentnosti. U tom smislu, javni sektor, u saradnji sa finansijskim institucijama, treba da razvije održiv mehanizam podrške, kao što je online portal sa centralizovanim informacijama i mogućnošću direktne komunikacije.
- 5. Uvesti grantove i kredite sa “grace” periodom** – Razviti programe koji omogućavaju odlaganje otplate u prvoj fazi poslovanja i obezbijediti prostor za konsolidaciju i rast.
- 6. Sniziti transakcione troškove za nositeljke Žiga u međunarodnom poslovanju** – U saradnji sa Centralnom bankom i komercijalnim bankama, razviti model kojim bi se nositeljicama žiga omogućili povoljniji uslovi za inostrana plaćanja (npr. sniženje provizija, jednostavniji transferi), čime bi se podstakao njihov izlazak na ino tržišta.
- 7. Jačati promotivne aktivnosti projekta ŽIG „Ženski biznis”** – Kroz institucionalne i medijske kanale povećati prepoznatljivost nositeljki Žiga i vidljivost ženskih biznisa u javnosti i na tržištu.

- 8. Informisati nositeljke Žiga o aktuelnim programima podrške** – Sekretarijat Savjeta za konkurentnost je, u cilju povećanja informisanosti i iskorišćenosti dostupnih mjera, obavijestio sve nositeljke Žiga o ovogodišnjem Programu za unapređenje konkurentnosti, Ministarstva ekonomskog razvoja koji je bio otvoren u periodu sprovođenja istraživanja.
- 9. Uspostaviti strukturirane edukativne programe** – Posebno u oblasti finansijske pismenosti, digitalizacije, inovacija i strateškog planiranja, sa praktičnim i lako primjenjivim znanjem.
- 10. Kreirati mentorske platforme i platforme za umrežavanje** – Podržati povezivanje žena u biznisu sa iskusnim mentorima, stručnjacima i međusobno, radi razmjene znanja, iskustava i poslovnih prilika.
- 11. Jačati ulogu javnog sektora kao ključnog aktera podrške** – Fokusirati se na razvoj politika i instrumenata koji sistemski prepoznaju potrebe ženskih biznisa, uz bolju koordinaciju sa privatnim sektorom, prije svega finansijskim institucijama, kao i međunarodnim partnerima.
- 12. Redovno pratiti i evaluirati mjere podrške** – Uspostaviti mehanizme za kontinuirano praćenje uticaja programa podrške na ženske biznise i prilagođavati ih na osnovu stvarnih potreba i povratnih informacija korisnica.

Navedene preporuke pružaju osnovu za razvoj sveobuhvatnog i funkcionalnog sistema podrške koji će doprinijeti rastu, održivosti i većoj vidljivosti ženskog preduzetništva u Crnoj Gori. Njihova implementacija ne samo da može osnažiti ekonomski potencijal žena, već i podstaći inovacije, otvaranje novih radnih mjesta i ravnomjerniji regionalni razvoj.

Na taj način, direktno se utiče na stvaranje inkluzivnog i konkurentnog poslovnog ambijenta, jačanje ukupne ekonomije zemlje, kao i na unapređenje rodne ravnopravnosti u društvu.

# Aneks 1.

Komentari ispitanica koji su dostavljeni tokom Istraživanja

“ Kako sam jedna od nosilaca “Zig Zenski Biznis”... I kao neko ko je učestvovao u anketi...htela sam samo jednu malu digresiju....

Skoro sam se obratila za jedan manji kratkoročni kredit kod [REDAKTIRANO] Banke u Baru,nisam uspela isti da dobijem... U pitanju je kredit od 5000e do 10000e sa rokom od 3 do 5 godina Receno mi je da mogu uz ziranta, ziranta sam obezbedila,a onda... Cekala sam na odgovor tri cetri mjeseca... Niko nije uzeo u obzir da posedujem izvod sa “Zigom”... Odbijena zbog loseg boniteta.... Sa sve zirantom.

Malo frustrirajuće... Cemu onda članstvo i izvodi i sve te potvrde ako nemaju svrhu???!  
Mozda da vidite dal i koliko se sve sprovodi u praksi!? I da malo porazgovarate sa partnerima sa kojima imate potpisane ugovore...!?

Realno moj utisak je da na to niko ne obraća pažnju. Niti ima neki veliki znacaj...

“ Zahvaljujem na pozivu i ukazanom povjerenju. Sa zadovoljstvom ću učestvovati u istraživanju koje sprovodi Sekretarijat Savjeta za konkurentnost. Smatram da je izuzetno važno da se kroz ovakve inicijative čuju iskustva i potrebe žena koje vode svoje biznise, kako bi se kreirale mjere podrške koje zaista odgovaraju stvarnim izazovima sa kojima se suočavamo.

Cijenim napore koje ulažete u razvoj ženskog preduzetništva kroz projekat Zig „Ženski biznis“ i nadam se da će rezultati ovog istraživanja biti značajan korak ka unapređenju okvira za rad i razvoj ženskih biznisa u Crnoj Gori.

“ Upitnik sam već popunila i rado sam dala svoj doprinos istraživanju, svjesna važnosti ove inicijative za unapređenje ženskog preduzetništva. Vjerujem da će prikupljeni podaci biti od značaja za kreiranje ciljanih mjera podrške koje odgovaraju realnim potrebama žena u biznisu.

“ Nisam imala priliku da kroz sam upitnik dodatno obrazložim neka zapažanja, pa koristim ovu priliku da podijelim sa Vama svoje mišljenje. Mislim da je podrška ženama preduzeticama – naročito onima koje tek započinju svoj biznis – bila u prethodnim godinama znatno veća i suštinski inkluzivnija.

Konkurs Ministarstva ekonomskog razvoja koji je prethodno najavljen kao “Velika vijest za naše građane i za napredak naše privrede!” i juče zvanično objavljen predstavlja značajan korak unazad. Ograničavanje podrške na svega nekoliko djelatnosti ostavlja van fokusa ogroman broj žena koje se bore da održe ili razviju svoj biznis u drugim granama. Time se zanemaruje realna slika tržišta i potreba preduzetnica.

Vjerujem da je krajnje vrijeme da se politika podrške preduzetništvu temelji na inkluziji, razumijevanju i stvarnim potrebama na terenu.

Hvala Vam na angažovanju i otvorenosti za mišljenje žena iz prakse – upravo ovakve inicijative mogu doprinijeti da se čuje i uvaži glas onih kojima ovakvi programi treba da koriste.

Srdačno vas pozdravljam i još jednom zahvaljuem na prilici da sa Vama podijelim mišljenje.

“

Pratim sve programe podrške, ovome sam se iskreno nadala, međutim, ove godine su prilično suzili delatnosti koje podržavaju tako da nismo legitimni za prijavljivanje uopšte. Ako postoji prostor za sugestiju sa vaše strane u ime ženskih preduzetnica, molim da je prosledite, dakle ako već ograničavaju na ženski biznis, onda makar šifre delatnosti treba da budu šire obuhvaćene, a ne da se ograničavamo samo na proizvodnju hrane.

“

Tokom sprovedenog istraživanja, više nositeljki Žiga „ženski biznis“ koje se bave proizvodnjom i prodajom svojih proizvoda ukazalo je na problem visokih transakcionih troškova prilikom međunarodnih plaćanja. Ovi troškovi predstavljaju značajnu barijeru za izvoz i širenje poslovanja na strana tržišta, posebno za mikro i male biznise kojima i najmanji finansijski izdatak može uticati na održivost poslovanja. Ispitanice su istakle da za njihove proizvode postoji interesovanje iz inostranstva, ali da ih upravo visoki troškovi međunarodnih transakcija odbijaju kupce. Kao moguća rešenja, ispitanice su navele potrebu za uvođenjem servisa kao što je PayPal u Crnu Goru, ili uspostavljanje modela gdje bi komercijalne banke, uz podršku Centralne banke, obezbijedile povoljnije uslove i podršku u ovoj oblasti, uključujući potencijalno oslobađanje od određenih provizija i naknada za žene preduzetnice koje posjeduju Žig.

“

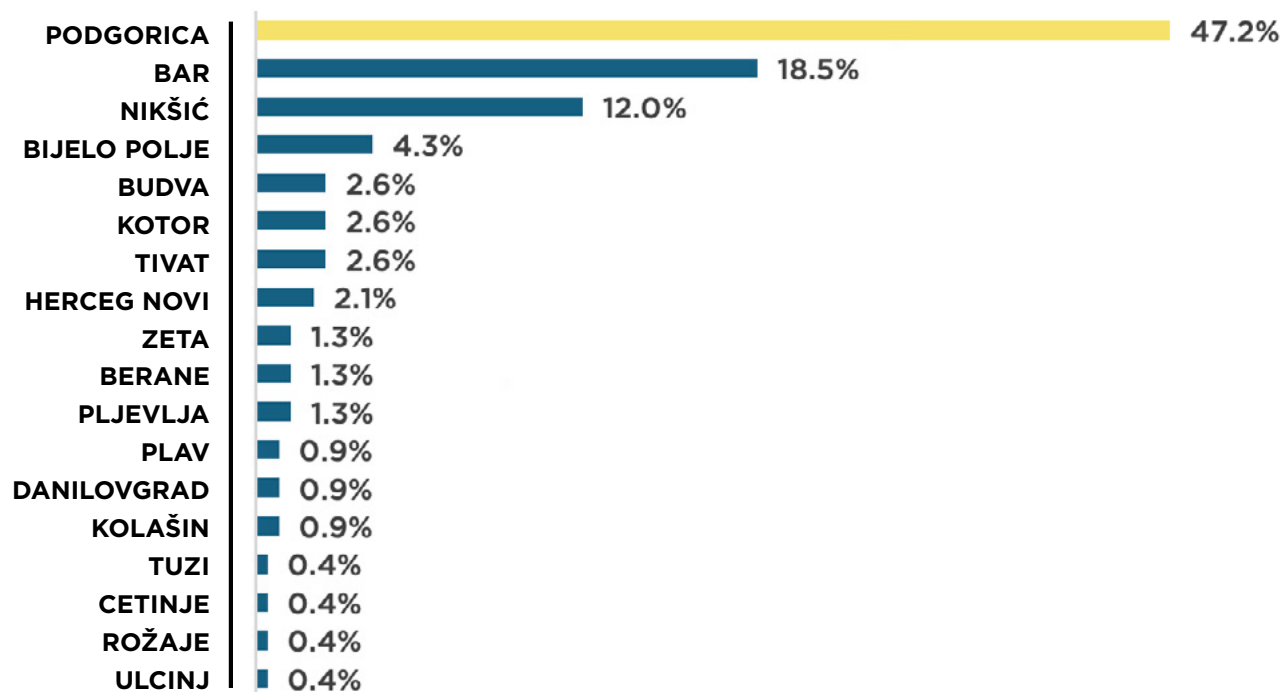
Htjela bi da dodam, da se na sva zvana prica o pomoci zenskom preduzetnistvu, ali je u praksi totalno drugacije. Ili je mozda navika, da zene otvore sitnije obrte.

Obzirom da sam usla u malo veci projekat (usluzno rezanje i kantovanje, prodaja iverice, mdf-a, kao i prodaja okova za pločasti namjestaj) nije bas lako.

IRF ima veoma povoljnu kamatnu stopu i nacin otplate ali i uz garanciju, prateca dokumentacija oduzima previse vremena, posebno nama, koji smo u firmi, sto bi se kazalo, od čistacice do direktora, kao i duzina od minimum dva mjeseca, cekanja sredstava.

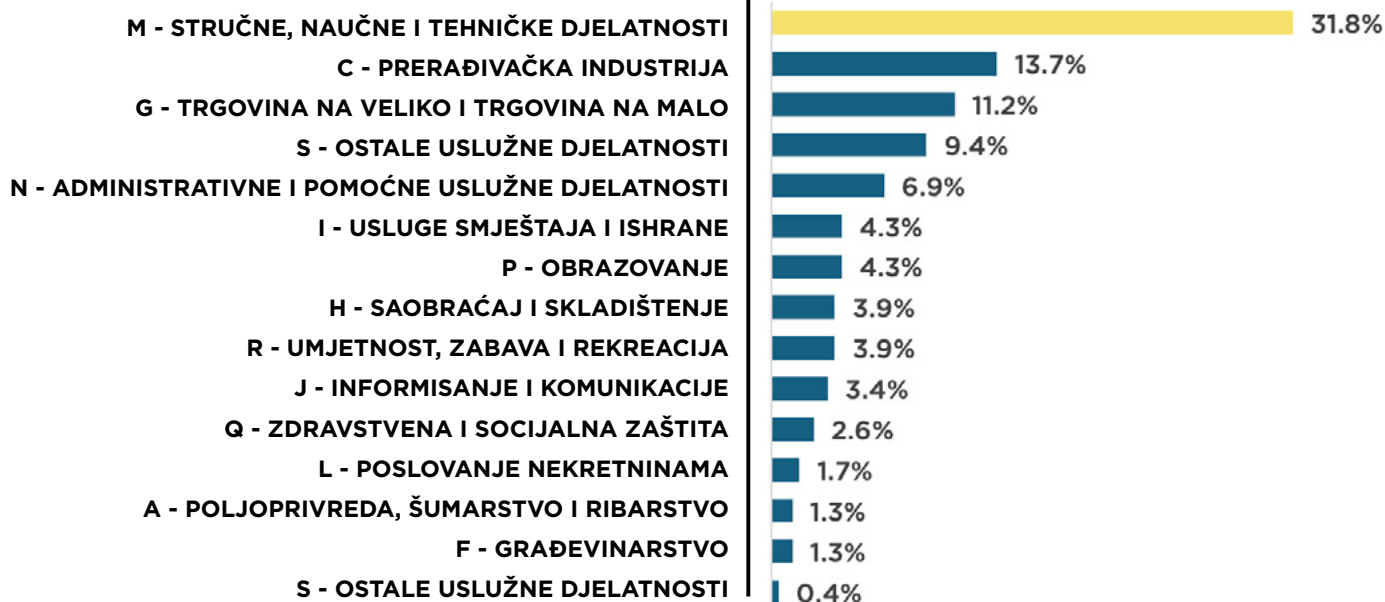
## Aneks 2.

Pregled ŽIG „Ženski biznis” po opštinama



# Aneks 3.

Pregled ŽIG „Ženski biznis” po djelatnostima



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

---

**<https://scc.org.me>**

---

