

SADRŽAJ:	
Uvod.....	4
Isplativa pričljivost.....	4
Rizici.....	5
Prepreke.....	6
Balkanski sindrom.....	7
Cena uspeha.....	7
Globalna inicijativa.....	8
Uspeh za "ženu zmaja".....	9
Karakteristike ženskog preduzetništva.....	11
Motivacija.....	13
Zašto žene postaju preduzetnici?.....	13
Sektorska rasprostranjenost.....	15
Potencijalne prednosti ženskih preduzetnika.....	15
Priroda ženskog preduzetništva.....	17
Zaključak.....	19

ZENSKI MENADZMENT

1. UVOD

Žene su vlasnice ili suvlasnice 16 hiljada firmi u Srbiji. To je petina od ukupnog broja domaćih preduzeća. Kad se ta dva podatka uporede Srbija već ima evropski prosek, ni u Švedskoj, na primer, nema više od 22 odsto preduzetnica.

Nažalost, veliki broj preduzeća u Srbiji samo je registrovan na žensko ime. Precizniji podatak se dobija kada se vidi u koliko firmi je žena i vlasnik i direktor, jer je tada veća verovatnoća da u firmi nisu prisutne samo imenom i prezimenom. Po tom kriterijumu, prema podacima iz Agencije za privredne registre, žene upravljaju sa 6.700 malih i srednjih i 16 velikih preduzeća u Srbiji.

Aktivnije angažovanje u biznisu doprinosi da se u Srbiji postepeno menja medijska slika o dostignućima žena u društvu. Dosadašnji model favorizovao je uspehe žena na estradi, što je legitimno, ali to je samo jedna od oblasti u kojoj su žene uspešne. Ali opet, čini se da žene lakše postaju uspešni ministri, sudije, bankari, nego „privatne preduzetnice“. Da li zato što se ne usuđuju da rizikuju? Ili zato što nemaju kapital kojim bi se upustili u poslovne vode? Ili, možda (i najviše) zbog toga što se plaše da neće biti dobrodošle u svetu biznisa koji se još uvek smatra muškim poslom.

2. ISPLATIVA PRIČLJIVOST

Kada se već reše da se samostalno uposle, žene biraju posao za koji nisu potrebna veća ulaganja. Zato je polovina našla svoj "hleb" u trgovini, a ostatak uglavnom u uslužnim delatnostima, poput knjigovodstva, škole stranih jezika, kateringa i slično. Uglavnom su nastavljale da se bave poslom za koji su se pripremile u prethodnoj radnoj karijeri.

Ova želja da "igraju na poznatom terenu" odražava se i na dalje poslovanje u kom žene vrlo retko rizikuju. Posledica takvog racionalizma i izbegavanja da se srlja u rizične poduhvate je zadržavanje u malom biznisu. Odgovornost za vlastitu porodicu, pogotovo kod razvedenih žena, često je maska za odsustvo samopouzdanja u biznisu. Ta teza nije do kraja utemeljena, jer žene koje ulaze u biznis najčešće su obrazovane i što je još važnije, spremne da i dalje uče, pokazalo je istraživanje "Od ranjive do održive grupe", koje je radilo Udruženje poslovnih žena i agencija MASMI. Žene tvrde da ih obaveza da rade u trouglu – deca, kuća, posao, usmerava da razviju odgovornost, doslednost i efikasnost, što su inače osobine neophodne za uspešno poslovanje.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com