

PODUZETNIŠTVO ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Gelemanović, Kristijan

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:964279>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Kristijan Gelemanović

PODUZETNIŠTVO ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, rujan 2023.

Kristijan Gelemanović

PODUZETNIŠTVO ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentorica: Andreja Primužak, dipl. oec., viši predavač

Matični broj studenta: 0618617100

Karlovac, rujan 2023.

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem svojoj mentorici Andreji Primužak dipl. oec. na danim uputama i savjetima prilikom izrade ovoga završnog rada koji su svojim znanstvenim i stručnim savjetima oblikovali ideju i pomogli mi u izradi ovoga završnog rada.

Posebno se želim zahvaliti svojoj obitelji na potpori i pomoći kako tijekom izrade ovog rada, tako i tijekom cijelog studija. Također zahvaljujem svojim kolegama, prijateljima, a najviše svojoj djevojci na potpori i pomoći tijekom svih ovih godina studiranja.

Hvala Vam!

SAŽETAK

U završnom radu se opisuje žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj. Naglasak je stavljen na prikaz karakteristika i obilježja ženskog poduzetništva, kao i na analizu zastupljenosti žena u poduzetništvu na području Republike Hrvatske. Nakon što se prikaže analiza zastupljenosti žena, naglasak se prebacuje na prikaz izazova ženskog poduzetništva. Nakon teorijskog dijela, kroz rad se prikazuje istraživački dio u kojem su putem anketnog upitnika istraženi stavovi javnosti o zastupljenosti i pravima žena u poduzetništvu na području Republike Hrvatske.

Ključne riječi: žensko poduzetništvo, izazovi ženskog poduzetništva, Republika Hrvatska

SUMMARY

The final paper describes women's entrepreneurship in the Republic of Croatia. Emphasis was placed on the presentation of the characteristics and characteristics of women's entrepreneurship, as well as on the analysis of the representation of women in entrepreneurship in the Republic of Croatia. Once the analysis of women's representation is presented, the emphasis shifts to presenting the challenges of women's entrepreneurship. After the theoretical one, the paper presents a research paper in which the public's views on the representation and rights of women in entrepreneurship in the Republic of Croatia were explored through a questionnaire.

Keywords: female entrepreneurship, challenges of female entrepreneurship, Republic of Croatia

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. KARAKTERISTIKE I OBILJEŽJA ŽENA U PODUZETNIŠTVU	3
2.1. Žene u poduzetništvu	3
2.2. Razvoj ženskog poduzetništva kroz povijest	4
2.3. Opće karakteristike poduzetnika i poduzetnica	6
2.4. Motivacija žena za ulazak u poduzetništvo.....	8
3. ANALIZA ZASTUPLJENOSTI ŽENA U PODUZETNIŠTVU NA PODRUČJU REPUBLIKE HRVATSKE	10
3.1. Zastupljenost žena u poduzetništvu u RH	10
3.2. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.	11
3.3. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2020. – 2022.	15
3.4. Poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika	16
3.5. Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena	17
3.6. Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu.....	18
3.7. Promocija poduzetništva žena.....	19
4. IZAZOVI ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA.....	20
4.1. Izazovi i prepreke u ženskom poduzetništvu	20
4.2. Društvene i kulturne prepreke.....	21
4.3. Infrastrukturne prepreke	23
4.4. Obrazovne prepreke	24
5. NAJUSPJEŠNIJE PODUZETNICE U HRVATSKOJ.....	26
5.1. Ivana Bojčić	26
5.2. Ivana Škrlec	27
6. ISTRAŽIVANJE STAVOVA JAVNOSTI O ZASTUPLJENOSTI I PRAVIMA ŽENA U PODUZETNIŠTVU NA PODRUČJU REPUBLIKE HRVATSKE	28
6.1. Uzorak i metodologija istraživanja	28
6.2. Prikaz i interpretacija rezultata.....	28
7. ZAKLJUČAK.....	36
LITERATURA	37
POPIS ILUSTRACIJA	39
POPIS FOTOGRAFIJA	39
POPIS TABLICA	40
POPIS GRAFIKONA	41
PRILOZI	42

1. UVOD

Od samog početka poduzetničke karijere ženama je teže zbog nedostatka informacija, nepostojanja nekretnine i pokretne imovine koja bi se mogla koristiti kao zalog za poduzetničke zajmove, a samim time i zbog težeg dobivanja financijske potpore. Problemi se javljaju i prilikom usklađivanja poduzetničkih aktivnosti s obiteljskim obvezama. Ovo su neki od razloga zašto se stvara razlika između poduzetnika i poduzetnica. Žene poduzetnice pokreću poduzeće, organiziraju i kombiniraju proizvodne čimbenike, upravljaju poduzećem i preuzimaju rizike te se nose s ekonomskom nesigurnošću koja je uključena u njegovo vođenje.

Danas žene poduzetnice čine do trećinu svih poduzeća koja posluju u formalnoj ekonomiji širom svijeta. Međutim, većina onih u gospodarstvima u razvoju i u tranziciji vrlo su mala i mikro poduzeća s malim potencijalom za rast. Osim što su žene nedovoljno zastupljene u poduzećima svih veličina, također vrlo je mala mogućnost da će žena dobiti visoku poziciju u poduzeću. Društveni stavovi i norme sprječavaju neke žene da i razmišljaju o pokretanju posla, dok systemske prepreke znače da mnoge poduzetnice ostaju ograničene na vrlo mala poduzeća koja često posluju u neformalnoj ekonomiji. To ne samo da ograničava njihovu sposobnost da zarade sebi i svojim obiteljima, već im priječi da ostvare svoj puni potencijal da doprinesu društveno-ekonomskom razvoju, stvaranju novih radnih mjesta i upravljanju okolišem.

Uklanjanje zapreka, poput diskriminatornih zakona o vlasništvu i nasljedstvu, diskriminatornih običajnih zakona, loš pristup formalnim financijskim institucijama i vremenska ograničenja zbog obiteljskih i kućanskih obveza, mogli bi stvoriti veće mogućnosti za održiva poduzeća koja vode žene. To bi zauzvrat pridonijelo ekonomskom osnaživanju žena i rodnoj ravnopravnosti, kao i stvaranju radnih mjesta. Nadalje, ulaganje u žene jedno je od najučinkovitijih sredstava za povećanje jednakosti i promicanje uključivog i održivog gospodarskog rasta. Ulaganja u programe specifične za žene mogu postići značajne valovite učinke na razvoj, jer žene općenito troše više svog prihoda na zdravlje, obrazovanje i dobrobit svojih obitelji i zajednica nego muškarci. Iako ciljane mjere mogu premostiti jaz za žene, paralelno je također važno ukloniti diskriminirajuće aspekte ekonomskih i socijalnih politika, programa i praksi koji mogu ometati puno sudjelovanje žena u gospodarstvu i društvu.

1.1. Predmet i cilj rada

Temeljni cilj rada usmjeren je na opisivanje žena u poduzetništvu s naglaskom na analizu zastupljenosti žena u poduzetništvu na području Republike Hrvatske. Pored toga, cilj rada je također prikazati istraživanje stavova javnosti o zastupljenosti i pravima žena u poduzetništvu.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za izradu teorijskog dijela rada korišten je veći broj stručne literature različitih autora. Korištene metode su: metoda deskripcije, metode analize i sinteze, metode generalizacije i specijalizacije, metode klasifikacije i komparacije. Istraživački dio rada potkrepljen je online anketnim upitnikom.

1.3. Sadržaj i struktura rada

U prvom poglavlju odnosno uvodnom dijelu rada prikazane su glavne odrednice koje se odnose na predmet rada, izvore podataka te metode prikupljanja podataka i strukture rada. U drugom poglavlju rada definiraju se i opisuju žene u poduzetništvu, daje se prikaz razvoja kroz povijest, ključnih razlika između poduzetnika i poduzetnice, kao i motivi zbog kojih se žene odluče za poduzetništvo. U trećem poglavlju naglasak se stavlja na prikazivanje analize zastupljenosti žena u poduzetništvu na području Republike Hrvatske te se prikazuje i Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. Pored Strategije prikazana i opisana su četiri strateška cilja. Kroz četvrto poglavlje definiraju se i opisuju izazovi, odnosno prepreke s kojima se žene susreću u poduzetništvu. Peto poglavlje se odnosi na istraživački dio u kojem se prikazuju stavovi javnosti o zastupljenosti i pravima žena u poduzetništvu na području Republike Hrvatske.

2. KARAKTERISTIKE I OBILJEŽJA ŽENA U PODUZETNIŠTVU

Kroz ovo poglavlje prikazano je i opisano žensko poduzetništvo, njegova uloga i važnost. Pored toga opisan je razvoj ženskog poduzetništva kroz povijest, opće karakteristike poduzetnika i poduzetnice te na kraju poglavlja prikazani su motivi koje žene imaju kada se odluče zakoračiti u svijet poduzetništva.

2.1. Žene u poduzetništvu

Poduzetništvo je važan pokretač gospodarskog razvoja i rasta i pomagač osnaživanja žena širom svijeta. Tema ženskog poduzetništva eksplodirala je u posljednjih deset godina, sa sve većim brojem inicijativa, širenjem političkog interesa i, što je najvažnije, sve većim brojem žena poduzetnica. Žene poduzetnice mogu se definirati kao žene ili skupina žena koje pokreću, organiziraju i vode poslovno poduzeće¹. Ukratko, može se reći da su žene poduzetnice one žene koje misle na poslovno poduzeće, pokreću ga, organiziraju i kombiniraju različite čimbenike proizvodnje, upravljaju poduzećem i preuzimaju rizike te rješavaju ekonomske neizvjesnosti povezane s vođenjem poslovnog poduzeća.

Mnoga istraživanja pokazuju da žene započinju posao iz bitno različitih razloga od svojih muških kolega. Dok muškarci započinju posao prvenstveno radi mogućnosti rasta i potencijala za zaradu, žene su najčešće pronalazile poduzeća kako bi postigle osobne ciljeve, poput stjecanja osjećaja postignuća.² Ostvarivanje financijske dobiti žene ne smatraju primarnim ciljem ili motivacijom za pokretanje posla, nego putem financijske dobiti žele potvrditi svoju sposobnost, iako će milijuni žena poduzetnica odobriti da je financijska profitabilnost sama po sebi važna.³ Žene također imaju tendenciju pokretati posao dosta kasnije u odnosu na muškarce u prosjeku iznosi 10 godina. Majčinstvo, nedostatak menadžerskog iskustva i tradicionalna socijalizacija navedeni su kao razlozi za odgođeni ulazak u poduzetničku karijeru, no to ih ne sprječava da budu iznimno dobre u obavljanju svog posla.

¹ Hisrich, R. D. i sur. (2008): Poduzetništvo, Zagreb, Mate d.o.o.

² Bolton, B., Thompson, J. (2000). Entrepreneurs: Talent, Temperament, Oxford, Technique. Butterworth-Heinemann

³ Hisrich, R. D. i sur. (2008): Poduzetništvo, Zagreb, Mate d.o.o.

Može se zaključiti da su žene poduzetnice skupina žena koje pokreću, organiziraju i vode poslovno društvo, odnosno poduzeće. Pored toga tijekom posljednjeg desetljeća žensko poduzetništvo označava značajan pomak i sve je veće sudjelovanje žena u poslu.

2.2. Razvoj ženskog poduzetništva kroz povijest

Kroz povijest žene su se obilježile radnim svijetom genijalnim inovacijama, izvanrednim poslovnim pothvatima i uspjehom bez presedana. Činjenica je da postignuća današnjih žena mnogo duguju temeljima ranijih generacija poduzetnica i radnica. Poslovne žene su se uvijek borile s jedinstvenim izazovima koje predstavlja društvo, koje su i stvarale mogućnosti za napredak žena i ograničavale njihov profesionalni rast.⁴

Mnogo desetljeća, uloga žene u poslu i radnoj snazi određivala se kulturnim predodžbama o odgovarajućoj ulozi žene u društvu. „Kult domaćinstva“ početkom devetnaestog stoljeća diktirao je da je žensko mjesto kod kuće i da najbolje mogu služiti političkim i društvenim potrebama posvećujući svoju energiju stvaranju zdravog i njegovanog domaćinstva. Ti su čimbenici ograničili mogućnosti za žensko poduzetništvo. U devetnaestom stoljeću svjedočio je procvat tekstilne industrije i industrijalizacije, a također i razvoj nacionalnog željezničkog sustava i telegrafa. Ove promjene koje su donijeli veliki posao, industrijalizacija i urbanizacija pomogle su redefinirati mjesto žena u gospodarstvu. Žene su počele raditi izvan kuće, uglavnom kao „pomoćnice“ raznih vrsta.⁵

Neke su se žene upustile u upravljanje osnivanjem vlastitih tvrtki, ali većina tih tvrtki i dalje je spadala u djelokrug ženske sfere. Dorothy Shaver, nastojeći nadograditi žensku modu, popela se na vrh američke maloprodaje između dvadesetih i pedesetih godina prošlog stoljeća u ekskluzivnom kapacitetu robne kuće Lord & Taylor. Tijekom progresivne ere, iako su žene bile prisiljavane na radnu snagu, pružala se malo prilika

⁴ Turk, M. (1999). Poduzetništvo za 21. stoljeće - priručnik za učitelje/trenere, savjetnike i promotore poduzetništva, Zagreb, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske.

⁵ Kolaković, M. (2006): Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Zagreb, Sinergija d.o.o.

za osnivanje kreativnih poduzeća. Madame CJ Walker jedna je takva poduzetnica koja je iskoristila industrijsku revoluciju. Bila je inicijatorica proizvoda za njegu kose.⁶

Olive Ann Beech je 1932. godine osnovala tvrtku Beech Aircraft Company koja je opskrbljivala američke vojne zrakoplove tijekom Drugog svjetskog rata. Kako je rat odmicao, mnoge su žene ulazile u radnu snagu kako bi popunile prazninu koju su muškarci ostavili kako bi služiti vojsku. Neke žene su te poslove shvatile kao domoljubnu dužnost, dok su se druge odvažile na osnivanje vlastitih poduzeća. Jedna od njih bila je Pauline Trigere, koja je pokrenula krojački posao koji se kasnije pretvorio u vrhunsku modnu kuću.⁷

Sedamdesete su donijele feministički pokret koji je poticao jednake mogućnosti. To je također bilo kada su stope razvoda porasle i nekoliko je žena prisiljeno vratiti se u ulogu jedine pružateljice usluga. To ih je nagnalo da se vrate u radni svijet, gdje ih nisu dobro prihvatili. Kad je recesija pogodila, mnoge od tih žena bile su prve bez posla. Katharine Graham 1972. godine postala je izvršnom direktoricom Washington Post Company-a, što ju je učinilo prvom izvršnom direktoricom tvrtke Fortune 500. Vodila je novine tijekom izvještavanja o skandalu Watergate, a potom je osvojila Pulitzerovu nagradu za svoje memoare.⁸

Sljedeći povijesni trenutak za žene u poslu bio je imenovanje Susan Engeleiter za čelnicu američke vlade za malo poslovanje 1989. godine. Tijekom 1990-ih svijet poduzetnica bio je usredotočen na širenje mogućnosti umrežavanja i pružanje pomoći onima koji su bili zainteresirani za početak svog vlastiti posao. Organizacije poput Ženskog centra za razvoj poslovanja pružale su financijsku pomoć i seminare za podršku budućim poduzetnicama.⁹

Devedesete su donijele napredak u računalima, a sve veća popularnost interneta dala je prijeko potreban poticaj ženama u poslu. Ovakav razvoj događaja omogućio im je veću raširenost u poslovnom svijetu i pomogao im je da pokažu svoje vještine. Poslovne žene tijekom stoljeća često su usvajale radno orijentirano stajalište. Posao je bio način za život i preživljavanje. Posao je bio toliko važan u životu žena da su neke

⁶ Bolton, B., Thompson, J. (2000). *Entrepreneurs: Talent, Temperament*, Oxford, Technique. Butterworth-Heinemann.

⁷ Lee, H., Venkataraman, S. (2006). Aspirations, market offerings, and the pursuit of entrepreneurial opportunities, *Journal of Business Venturing*

⁸ Kolaković, M. (2006): *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Zagreb, Sinergija d.o.o.

⁹ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). *Poduzetništvo*, Varaždin, Sveučilište Sjever.

odlučno odbijale razlikovati posao od života. Edith Mae Cummings jednom je napisala: „*Business is just life and we had life, long before we had business*“ što bi u prijevodu značilo „Posao je samo život i mi smo imali život, puno prije nego što smo imali posao“.¹⁰

Može se zaključiti, da bez obzira što je muško poduzetništvo razvijeno mnogo prije ženskog, žene su u novije vrijeme sve više cjenjenije na tom području. Značajan su dio globalne ekspedicije za održivi ekonomski razvoj i društveni napredak. Zbog rastuće industrijalizacije, urbanizacije, socijalnog zakonodavstva i zajedno sa širenjem visokog obrazovanja i svijesti, pojava poduzeća u vlasništvu žena uvelike se povećava u gospodarstvima gotovo svih zemalja.

2.3. Opće karakteristike poduzetnika i poduzetnica

Suvremena istraživanja pokazala su da postoje određene karakteristike koje čine razliku kada je u pitanju muško i žensko poduzetništvo. Muški i ženski poduzetnici mogu biti demografski i psihološki slični. Žene poduzetnice imaju tendenciju da se bave slobodnim umjetnostima, a ne poljima poput inženjerstva ili više tehničkih disciplina. Tablica 1. pokazuje da poduzetnici i poduzetnice drugačije donose odluke. Muškarci ih donose brže, dok ženama treba više vremena. Muški se poduzetnici usredotočuju na to da osiguraju da su troškovi pod kontrolom i da su više usmjereni na profit.¹¹

Žene nastoje dati socijalni doprinos i žele osigurati svoju kvalitetu. Tablica također pokazuje da muškarci i žene imaju tendenciju osnivanja različitih vrsta poduzeća. Što se tiče financijskog rizika, muškarci su spremniji preuzeti rizik od žena. Muškarci i žene također se razlikuju u načinu na koji upravljaju svojim poslom. Muškarci su skloniji zadacima više nego žene.¹² Dobri odnosi sa zaposlenicima ženama su važniji. Tablica pokazuje da poduzetnici i poduzetnice imaju različite karakteristike. Žene poduzetnice imaju ciljeve koji ih tjeraju na postizanje koji se mogu razlikovati od ciljeva muškaraca. Sljedeći odjeljak govori o poslovnim ciljevima poduzetnika i poduzetnica.¹³

¹⁰ Lee, H., Venkataraman, S. (2006). Aspirations, market offerings, and the pursuit of entrepreneurial opportunities, *Journal of Business Venturing*

¹¹ Hisrich, R. D. i sur. (2008): *Poduzetništvo*, Zagreb, Mate d.o.o.

¹² Ibidem.

¹³ Lee, H., Venkataraman, S. (2006). Aspirations, market offerings, and the pursuit of entrepreneurial opportunities, *Journal of Business Venturing*

U tablici 1 prikazane su opće karakteristike poduzetnika i poduzetnica prema određenim kategorijama te se iz nje mogu vidjeti razlike među njima u donošenju odluka, odnosu prema riziku te preferencijama istih.

Tablica 1. Opće karakteristike poduzetnika i poduzetnica

Muški poduzetnici	Ženske poduzetnice
Lakše donošenje odluka	Teže u donošenju odluka
Posao usmjeren na ekonomiju i troškove	Posao usredotočen na društveni doprinos i kvalitetu
Spremni preuzeti financijski rizik	Konzervativniji kada je u pitanju financijski rizik
Orijentirani na zadatke	Usredotočenost se na dobre odnose sa zaposlenicima
Poslovna orijentacija prema proizvodnji i gradnji	Poslovna orijentacija prema maloprodaji i uslugama

Izvor: Lee, H., Venkataraman, S. (2006). Aspirations, market offerings, and the pursuit of entrepreneurial opportunities, *Journal of Business Venturing* 21(1): 110.

Također zabilježene su različitosti kada su u pitanju poslovni ciljevi i stilovi upravljanja. Muški i ženski poduzetnici često započinju posao kako bi imali veću autonomiju i kontrolu. Oni također žele prihod i osobno zadovoljstvo koje im posao može pružiti. Muškarci se uglavnom usredotočuju na ekonomske razloge vlasništva nad tvrtkom, dok žene nastoje dati neku vrstu društvenog doprinosa. Ciljevi nisu samo financijski, oni imaju dublje značenje. U istraživanju Moorea i Buttnera otkrili su da je najvažniji razlog zašto žene postaju poduzetnice taj što se žele osjećati samo ispunjenima. Žene brinu o svojim klijentima i dobro osjećaju neku vrstu društvene odgovornosti.¹⁴

Iz svega navedenog može se zaključiti kako postoje razlike među muškim i ženskim poduzetnicima. Muški poduzetnici su ponajviše orijentirani na ostvarivanje veće dobiti, dok žene češće svoj posao usmjeravaju na društveni doprinosi kvalitetu. Pored toga

¹⁴ Moore, DP., Buttner, EH. (1997). *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*, Thousand Oaks, Sage Publications.

muškarci lakše donose i sve više su orijentirani na zadatke, dok su žene prvenstveno usredotočene na razvijanje dobrih odnosa sa zaposlenicima.

2.4. Motivacija žena za ulazak u poduzetništvo

Što je ono što motivira žene da se odluče ući u svijet poduzetništva pitanje je koje je u velikoj mjeri prisutno u javnosti. Sa sigurnošću se može reći da su motivi različiti i da ih određuje mnogo čimbenika, a kao glavni motiv za pokretanje novog posla može se ukazati na potrebu za osiguravanjem sredstava za život. Također, najčešće spominjani motivi žena da osnuju vlastiti posao su:

1. Želja da se prethodno stečeno poslovno znanje i iskustvo iskoriste u vlastitom poslu
2. Mogućnost za samostalnim odlučivanjem o vlastitom poslu, kao i životu.
3. Nedostatak izazova na prethodnom poslu.
4. Prepoznavanje prilike za uspjeh na poslu.
5. Mogućnost za povećanje financijskog profita, odnosno ostvarivanje veće zarade.
6. Fenomen „stakleni strop“ - želja za napredovanjem, no postoji naizgled nevidljiva prepreka (stakleni strop) koja stoji između njih i njihovog cilja. Uobičajeni oblik rodne neravnopravnosti zbog toga što se trudi i doprinos žena ne prepoznaje i nije dovoljno vrednovan, stoga žene žele dokazati da su sposobne te razbiti takve predrasude.
7. Potraga za poslom te osiguravanje financijske dobiti za vlastite potrebe, kao i potrebe obitelji.
8. Dokazivanje vlastite vrijednosti, posebno u državama u kojima se poduzetništvo okarakterizira kao djelatnost muškarca.¹⁵

Sad se postavlja zanimljivo pitanje - zašto neke žene ulaze u poduzetništvo, a druge ne? Žene su po svojoj prirodi opreznije od muškaraca, teže stabilnosti, kvaliteti, kreativnosti, energičnije su, odlučnije i posvećenije poslu. Najveća prepreka za žene da započnu samostalan posao može se očitovati u njihovoj nesigurnosti u sebe i svoje odluke, u njihovoj brizi kako uskladiti posao i obiteljski život, hoće li sve ići po planu itd.

¹⁵ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.

Većina žena zbog tradicionalnih stavova o ulozi muškarci i žene u društvu se ni ne pokušavaju izboriti za svoje mjesto.¹⁶

¹⁶ Hunjet, A., Kozina, G. (2014). Osnove poduzetništva, Varaždin, Sveučilište Sjever.

3. ANALIZA ZASTUPLJENOSTI ŽENA U PODUZETNIŠTVU NA PODRUČJU REPUBLIKE HRVATSKE

Kroz ovo poglavlje naglasak je stavljen na analizu zastupljenosti žena u poduzetništvu na području Republike Hrvatske. Kroz poglavlje je prikazana sama zastupljenost žena, Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., također opisana su četiri strateška cilja na kojima se temelji Strategija.

3.1. Zastupljenost žena u poduzetništvu u RH

Žensko poduzetništvo može biti glavni katalizator gospodarskog razvoja, ali na zapadnom Balkanu i u Hrvatskoj stopa sudjelovanja žena u poslovanju i dalje zaostaje za europskim prosjekom. Oko 25 posto malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj vode žene, ali potencijal je puno veći. Daljnji rast očekuje se zbog sve veće potpore financijskih institucija. Posljednji podaci pokazuju da žene obično započinju vlastiti posao u dobi od 35. do 44. godine.¹⁷ Hrvatska poštanska banka je prepoznala potencijal poduzetnica i stvara prilike za financiranje malih i srednjih poduzeća, poput projekata koji stvaraju dodanu vrijednost i radna mjesta, te potiču izvrsnost i poduzetničku smjelost.

Pored toga Europska banka za obnovu i razvoj (eng. *European Bank for Reconstruction and Development* - EBRD) već godinama ima aktivan program za žene poduzetnice u Hrvatskoj, uključujući financiranje i savjetovanje, često presudno za pokretanje projekata. Njihova shema za poduzetnice u iznosu od 400 milijuna eura, koja nudi namjenske kreditne linije, obuku i prilagođene savjete, prisutna je u 17 zemalja, a koristi je oko 35.000 malih i srednjih tvrtki.¹⁸ Preko 80 posto tvrtki koje žene vode u programu EBRD povećale su svoje prihode, a nekih 60 posto povećalo je zaposlenost, produktivnost i izvoz, te se smatra kako je potencijal u Hrvatskoj velik, ali infrastruktura mora biti jača. Žensko poduzetništvo se ne smatra samo pitanjem pravičnosti i ravnopravnosti, nego također kao i pitanje od ekonomske važnosti, jer

¹⁷ Stipetić, V. (2012). Dva stoljeća razvoja hrvatskoga gospodarstva (1820.-2005.), Zagreb, HAZU.

¹⁸ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.

poticanje žena da započnu posao i jačanje ženskog poduzetništva doprinosi jačoj ekonomiji.

3.2. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

Nacionalna Strategija razvoja ženskog poduzetništva za razdoblje 2014.-2020. na području Republike Hrvatske usvojena je 2014. godine od strane vlade RH. Strategija se zasniva na strateškim ciljevima, točnije na njih četiri, a oni su:

1. „poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika,
2. poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena,
3. uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu i
4. promocija poduzetništva žena“.¹⁹

Svaki od četiri navedena cilja, bit će opisan u nastavku rada kroz pojedinačna podpoglavlja.

Strategija razvoja ženskog poduzetništva ističe glavna obilježja ženskog poduzetništva:²⁰

1. Posao koji je otvorila poduzetnica sigurniji je.
2. Posvećuju više pažnje zaposlenicima, kvaliteti i međusobnim odnosima.
3. Podržava zaposlenike više u njihovim ambicijama.
4. Ulaže više u obuku zaposlenika.
5. Zadovoljstvo klijenata/kupaca, razvoj vještina i sposobnosti su mjerni instrumenti uspjeha poduzeća te se ne bazira samo na ostvarenoj dobiti.
6. Zaposlenici i dobri međusobni odnosi.
7. Spremniji su za timski rad.
8. Ženskom poduzetništvu je važniji uspjeh organizacije ili neka ideja od vlastitog ega.
9. Žensko poduzetništvo velikodušnije je kada je riječ o odlasku zaposlenica na porodiljno.
10. Uključeno je u većinu uslužnih djelatnosti jer su socijalno osjetljiviji.
11. Žensko poduzetništvo zahtijeva manje početnih ulaganja.

¹⁹ CEPOR (2020.): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.:25

²⁰ Ministarstvo poduzetništva i obrta -MINPO (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.: str. 3

Sama Strategija također ističe glavne značajke ženskog poduzetništva te barijere dijeli u 3. grupe: strukturne, ekonomske i meke. Strukturne barijere predstavljaju rezultat kulturne te vrijednosne baštine. Pored toga predstavljaju nedostatak političkog utjecaja za izgradnju odgovarajuće tehničke strukture i sustava koje podržavaju društvo, stoga se smatraju najsloženijom barijerom.²¹ Također nedostatak obrazovanja smanjuje šanse da žene pokrenu vlastiti posao kada su u pitanju tehnološko intenzivne industrije. Dodatne barijere predstavljaju radni stereotipi o ženama, rodna neravnopravnost, nedovoljna podrška, davanje manjih prilika ženama i slično. Istraživački projekat Global Entrepreneurship Monitor - GEM pruža mogućnost zabilježbe raznih događanja, kao i samih promjena u ženskom poduzetništvu. Također je moguće napraviti međunarodnu usporedbu, koristeći standardizirani istraživački pristup.

Kada su u pitanju muškarci i žene, putem TEA indeksa zabilježena je znatna postojanost razlika u poduzetništvu na području Republike Hrvatske u usporedbi s različitim zemljama GEM-a. Na osnovu navedenom, može se zaključiti kako postoji mnogo mjesta za napredak, odnosno kako bi se za razlika bar donekle smanjila. Kako je navedenom u Strategiji u 2013. godini na području Hrvatske je zabilježen veći broj muškaraca u poduzetništvu, u odnosu na EU. Točnije na području RH zabilježeno je kako je bilo 2,24 puta više muškaraca, dok je u EU taj broj iznosio 1,86.²²

Prema dostupnim podacima iz CEPOR-ovog Izvješća namijenjenog za mala i srednja poduzeća Republike Hrvatske za 2020. godinu kroz tablicu 2. prikazana je razlika u pokretanju vlastitog posla od strane muškaraca i žena na području Republike Hrvatske te EU zemalja koje su bile uključene u istraživanje za vremensko razdoblje od 2017. do 2019. godine. Za provedbu ovog istraživanja korišten je TEA indeks.

U tablici 2. prikazuje se razlike pokretanja vlastitog posla od strane muškaraca i žena na području Republike Hrvatske u vremenskom razdoblju od 2017. do 2019. godine.

²¹ Ibidem

²² Ibidem

Tablica 2. Razlika pokretanja vlastitog posla od strane muškaraca i žena na području Republike Hrvatske u vremenskom razdoblju od 2017. do 2019. godine.

	2017. godina		2018. godina		2019. godina	
	Države Europske unije koje su bile uključene u istraživanje	Republika Hrvatska	Države Europske unije koje su bile uključene u istraživanje	Republika Hrvatska	Države Europske unije koje su bile uključene u istraživanje	Republika Hrvatska
TEA indeks za žene	6,3	6,4	5,6	7,1	7,5	7,96
TEA indeks za muškarce	10,3	11,5	9,6	12,1	11,6	13,01
TEA indeks za muškarce / TEA indeks za žene	1,7	1,8	1,8	1,7	1,6	1,63

Izvor: CEPOR (2015:24): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2015., raspoloživo na <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjescje-2020-HR-web.pdf>, pristupljeno: 25.11.2021.

U CEPOR-ovom izvješću za mala i srednja poduzeća Republike Hrvatske za 2020. godinu, uključujući rezultate istraživanja Global Entrepreneurship Monitora za 2019. godinu, objavljeni su različiti podaci o ženskom poduzetništvu. Nedovoljna zastupljenost žena u poduzetništvu karakteristična je za većinu zemalja u EU, pa ni Republika Hrvatska nije iznimka. Potrebno je promicati i poticati poduzetništvo među ženama, posebno na vladinoj razini, uključujući kreatore politike. Postoje razlike među različitim županijama u Republici Hrvatskoj u pogledu udjela žena poduzetnica.²³

Kada je u pitanju trgovačko društvo kojeg su pokrenule žene, najveći postotak za 2019. godinu zabilježen je na području Bjelovarsko-bilogorske županije s 24,9% Nakon

²³ CEPOR (2020.): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.

Bjelovarsko-bilogorske županije, drugo mjesto zauzela je Sisačko-moslavačka županija koja je zabilježila postotak od 24,5%, dok su Zagrebačka županija i Grad Zagreb dijelili isti postotak od 23,1%. Najmanji postotak otvorenih trgovačkih društava bilježi Požeško-slavonska županija s postotkom od 20%, nakon toga slijedi Šibensko-kninska s 19 te Virovitičko-podravska s 18,9%. Nakon trgovačkog društva, slijede obrti.²⁴

Kada je riječ o obrtima, najveći postotak pokretanja vlastitog obrta od strane žena zabilježen je u Gradu Zagrebu s postotkom od 389,9%, dok poslije njega slijedi Šibensko-kninska županija s 36,6% te Primorsko-goranska sa zabilježenim postotkom od 34,9%. Kada je u pitanju najmanji zabilježen postotak vlasništva obrta, prvo mjesto je zauzela Međimurska županija sa zabilježenim postotkom od 30%, nakon nje slijedi Požeško-slavonska s postotkom od 29,9%, te na samom kraju Krapinsko-zagorska s 29,3%. Istraživanje provedeno od strane Global Entrepreneurship Monitora za 2019. godinu ukazuje kako je postojala znatna razlika u postotku pokretanja vlastitog posla kada su u pitanju muškarci i žene, odnosno postotak za muškarce je iznosio 11,5%, dok je za žene bio dosta niži, točnije 6,4%.²⁵

Republika Hrvatska treba nastaviti s raznim aktivnostima i programima za poduzetnice kako bi motivirala veći broj žena za ulazak u svijet poduzetništva. Naglašava se kako je potrebno intenzivirati aktivnosti izjednačavanja spolova ako želimo više žena poduzetnica u svijetu poduzetništva.²⁶ Za razvoj ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj potrebno je promijeniti percepcije, stavove i navike društva prema ženama, srušiti krute društvene stereotipe, potaknuti cjeloživotno učenje kod žena, pripremiti žene na stjecanje novih vještina i kompetencija, pružiti veću i raznovrsniju podršku, intenzivirati koordinaciju i suradnju među kreatorima politike i slično.²⁷

Tradicionalni stereotipi, rodna neravnopravnost, ne pružanje jednakih poslovnih prilika ženama, karakteriziranje žena kao manje sposobnim i slabijim spolom predstavljaju glavne prepreke kada je u pitanju razvoj poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj.²⁸

²⁴ CEPOR (2020.): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.: str. 23

²⁵ Ibidem

²⁶ Ministarstvo poduzetništva i obrta -MINPO (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

²⁷ Ibidem.

²⁸ Zirdum, G. (2017). Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Obrazovanje za poduzetništvo - E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo

Može se zaključiti kako je Republika Hrvatska usvojila strategiju za razvoj ženskog poduzetništva radi postizanja rodne ravnopravnosti i rješavanja nekoherentnih programa i aktivnosti, rizika od porasta nezaposlenosti muškaraca i žena koji se bave poduzetničkim aktivnostima te pomoći ženama u siromaštvu.

3.3. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2020. – 2022.

Tablica 3. Razlika pokretanja vlastitog posla od strane muškaraca i žena na području Republike Hrvatske u vremenskom razdoblju od 2020. do 2022. godine.

		2020. godina	2021. godina	2022. godina
TEA indeks za žene		9.3	9.2	9.5
TEA indeks za muškarce		16.1	15,5	17.0
TEA indeks za muškarce / TEA indeks za žene	Hrvatska	1.7	1.7	1.8
	EU	1.8	1.5	1.6

Izvor: CEPOR, 2022. Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?
GEM Hrvatska 2022., raspoloživo na: <https://www.cep.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/gem-hrvatska/>, pristupljeno: 15.09.2023.

Jaz u rodnoj neuravnoteženosti poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj zadržava se na razini koja je iznad prosjeka EU zemalja (u 2022. godini je 1,8 puta više muškaraca od žena s novopokrenutim poslovnim pothvatima). Visoka nezaposlenost i siromaštvo obično 'tjeraju' i žene na samozapošljavanje zbog nužde.²⁹

²⁹ CEPOR, (2022.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, GEM Hrvatska 2022.: str. 56

3.4. Poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika

Uvođenje žena u poduzetničke aktivnosti je složen proces te mnogobrojni čimbenici imaju ulogu, odnosno potrebno je mnogo vremena da se prepreke pretvore u snagu, što pridonosi razvoju poduzetničkog okruženja i za žene. Nadalje, regulatorni okvir koji nije rodno osjetljiv primjenjuje se u skladu s tim i na žene uključene u poduzetničku aktivnost, ne uzimajući u obzir specifičnosti povezane sa ženama, koje proizlaze kroz postojeće raspodjele društvenih uloga, te životnih potreba, kako poslovnih, tako i privatnih.³⁰

Razlike u regionalnom razvoju u Republici Hrvatskoj također utječu na nedovoljno uključivanje žena u poduzetničke aktivnosti - broj vrtića, cjelodnevni boravak djece u školama i ustanove za njegu starijih označavaju jedan dio postojećih razlika na regionalnoj razini. Osnova svih politika i programa uključuje povećanje broja tvrtki čije su vlasnice žene, kao i zahtjeve malog i srednjeg poduzeća te obrta kroz regulatorni okvir.³¹

Način njihovog praćenja i daljnjeg unapređenja sustava za prikupljanje, obradu i distribuciju o poduzetništvu žena osigurat će korištenje prikupljenih statističkih pokazatelja kako bi se u budućnosti žensko poduzetništvo moglo unaprijediti. Metodologija prikupljanja i obrade podataka utvrdit će se s nadležnim institucijama, uvođenjem relevantnih kriterija prema potrebama korisnika podataka.³² Može se zaključiti kako su prema Akcijskom planu predstavljene tri mjere, koje su podjednako bitne kako bi se žensko poduzetništvo moglo bolje razvijati te kako bi žene postale ravnopravne s muškarcima.

³⁰ Ministarstvo poduzetništva i obrta -MINPO (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

³¹ CEPOR (2020.): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.

³² Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.

3.5. Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena

Kako bi se zastupljenost žena u poduzetništvu povećala potrebno je srušiti određene barijere koje su ukorijenjene u društvo od davnina, kao što su stereotipi, rodna neravnopravnost i slično. Pored toga dodatne barijere predstavlja otežano dobivanje financija, poslovna nesolventnost i slično. Sve navedene barijere otežavaju plasiranje žena u poduzetništvo, kao i njihovo napredovanje.³³ Kako bi se žensko poduzetništvo uspješno razvijalo i poticalo, potrebno je osigurati provedbene mjere pomoću kojih se može utjecati na kapacitet poduzetnika, odnosno kako bi se povećao broj mjesta za žene.

Društvo općenito smatra kako žene imaju manjak samopouzdanja, kao i da nisu spremne preuzeti rizik što ih automatski okarakterizira kao manje sposobnim i slabijim za preuzimanje bilo kakve značajnije funkcije u poslovnom svijetu. Pored takvih barijera, nedostatak vrtića koji vode brigu o djeci cijeli dan i slično predstavljaju dodatnu barijeru, s obzirom da se ne mogu 100% posvetiti poslu radi obiteljskih obaveza i brige oko djece.³⁴ Žene također predlažu da se uvedu dodatne obuke, opskrba informacijama, dodatni seminari i slično kako bi imale dodatne mogućnosti za napredovanje te stjecanje većeg obrazovanja.

Stalno savjetovanje i podrška presudni su u početnim fazama ženskog poduzetništva zbog toga jer žene ne žele preuzeti rizik kao muškarci. Pored toga stalno savjetovanje i podrška je veoma dobra i ženama koje su već duži period u poduzetništvu kako bi dobili neki stručni savjet ili mišljenje kako bi uspjele realizirati određene poslovne planove i ciljeve koje su postavile.

Europska unija također je prepoznala samu važnost ženskog poduzetništva kroz razne strateške dokumente u kojima se promiče rodna ravnopravnost. Kroz operative programe, poduzetnice će se moći prijaviti za financiranje različitih programa bespovratnih sredstava i financijskih instrumenata te kako bi mogle ostvariti neke pogodnosti zbog načela koje propisuje rodnu ravnopravnost.³⁵

³³ Ministarstvo poduzetništva i obrta -MINPO (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

³⁴ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.

³⁵ Ministarstvo poduzetništva i obrta -MINPO (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

Može se zaključiti kako se drugim strateškim ciljem pokušava putem oblikovanja programa samozapošljavanja riješiti problem nezaposlenosti žena. Pored toga cilj se odnosi na pružanje podrške, odnosno s njim se želi ženama pružiti obrazovanja, povoljno financiranje, potpora te poslovno umrežavanje.

3.6. Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu

Žene poduzetnice suočavaju se s rodno zasnovanim preprekama za pokretanje i rast svog poslovanja, uključujući diskriminirajuće vlasništvo i slično. Ovi čimbenici, u kombinaciji sa socijalnom isključenošću na temelju spola, znače da su poduzetnice u nepovoljnijem položaju u odnosu na muškarce kada je riječ o pristupu, na primjer, komercijalnim kreditima formalnih pružatelja financijskih usluga, unosnijim tržištima, a ne tradicionalnim lokalnim tržištima, tehnologiji i informacije za osnivanje i rast njihovog poslovanja, nacionalni poticaji u razvoju malog poduzeća kroz rodno slijepi razvoj privatnog sektora i fiskalne politike i zakonodavstvo te obuku i obrazovanje za razvoj malog poduzeća. Žene poduzetnice, međutim, nisu homogena skupina. Grupe žena poduzetnica s manje snage i glasa često se tretiraju kao takve te se često zanemaruju u inicijativama za razvoj malih poduzeća. Žene poduzetnice koje posluju s mikro i malim poduzećima u neformalnoj ekonomiji daju snažan doprinos ekonomskoj dobrobiti obitelji i zajednica. Kako ostaju izvan dosega razvojnih politika i programa za mala i srednja poduzeća, njihove promjene u razvoju unosnih poduzeća i dalje su malene.

Razni projekti, iskustva od strane žena koje su započele svoju karijeru u poduzetništvu mogu mnogo doprinijeti kako bi se razvijalo i raslo gospodarsko RH. Kako bi se osnovala nova mala i srednja poduzeća te kako bi se otvarala nova radna mjesta tim projektima ženskog poduzetništva, koji doprinose gospodarstvu, mora se pružati stručna podrška kako bi nastavili s novim idejama.³⁶ Pored toga više pažnju treba posvetiti razvoju infrastrukture na institucionalnoj razini kako bi došlo do razvoja financijskih i administrativnih kapaciteta koji služe za podršku i pružaju pomoć poduzetništvu. Kroz infrastrukturu na institucionalnoj razini se podržava poticaj

³⁶ Ministarstvo poduzetništva i obrta -MINPO (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

ujednačenog regionalnog razvoja koje može veoma potaknuti poduzetništvo žena, posebice u zaostalim područjima, tj. ruralnim.³⁷

3.7. Promocija poduzetništva žena

Potrebno je povećati broj poduzetničkih subjekata u vlasništvu žena, a postojećim treba omogućiti poticajima da zadrže i povećaju zaposlenost i rast poslovanja. Mjere i aktivnosti Dostupni podaci i informacije koje su vezane za javnu politiku, odnosno njezino formuliranje kao i evaluaciju doprinosa prilikom stvaranja dodatnih vrijednosti sadržani su u Strategiji.³⁸ Stoga je ambiciozno planirati dosezanje podataka o zastupljenosti žena u poduzetništvu u hrvatskom Bruto domaćem proizvodu.

Kroz strategiju je naglašena nužnost povezanosti malih i srednjih poduzeća s akademskom zajednicom na regionalnoj razini, kako i jačanje i promocija samog obrazovanja koje je povezano s poduzetništvom. Pored toga treba promovirati i osnivati razne seminare, predavanja i slično kao bi se promoviralo žensko poduzetništvo kroz razna predavanja.³⁹ Akademska zajednica treba biti uključena u istraživanje raznih uspjeha, dostignuća vezanih za žensko poduzetništvo.. Strategija će biti predstavljena na svim razinama kroz plan komunikacijskih i promotivnih aktivnosti, organiziranjem konferencija, sastanaka, okupljanja i drugim oblicima promocije i vidljivosti.⁴⁰

Može se zaključiti kako posljednji, odnosno četvrti strateški cilj želi postići povezanost malog, srednjeg poduzeća i akademske zajednice na regionalnoj razini. Također se ističe važnost programa obrazovanja, kao i osposobljavanja u poduzetništvu žena.

³⁷ CEPOR (2020.): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020.

³⁸ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.

³⁹ Ministarstvo poduzetništva i obrta -MINPO (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020..

⁴⁰ Ibidem

4. IZAZOVI ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

Kroz ovo poglavlje prikazane su barijere s kojima se žene susreću u poduzetništvu. Kroz pod poglavlja su detaljno opisane neke od najčešćih i najvećih izazova s kojima se žene susreću, a to su neravnopravnost te financiranje.

4.1. Izazovi i prepreke u ženskom poduzetništvu

Sve je veći broj žena zainteresiran za stvaranje vlastitog posla - no čak i u 21. stoljeću još uvijek postoje prepreke s kojima se suočavaju. Motivacije koje potiču Europljanke da postanu poduzetnice sve su jače. Čini se da žene imaju specifične razloge za pokretanje vlastitih projekata: ponekad je to stvaranje same mogućnosti zaposlenja (imajmo na umu da je stopa nezaposlenosti žena i dalje viša od one kod muškaraca); ponekad je to način da se krene dalje u karijeri i / ili stekne neovisnost; često se radi i o stvaranju ravnoteže između njihovog profesionalnog i obiteljskog života, jer se na žene i dalje gleda kao na one odgovorne za brigu o domu. Osim što se bave dominantnim stereotipom, poduzetnice se suočavaju s nekoliko prepreka povezanih s njihovim poslovanjem. Iz gornjih teorija i perspektiva čini se mogućim kategorizirati prepreke s kojima se poduzetnice susreću pod određenim naslovima. Te su kategorije one koje je utvrdila Međunarodna organizacija rada (eng. *International Labor Organization - ILO*), a one su:

1. društvene i kulturne prepreke
2. infrastrukturne prepreke
3. obrazovne prepreke.⁴¹

U nastavku su opisane tri najveće i najčešće prepreke s kojima se žene susreću.

⁴¹ OECD (2004). Women's entrepreneurship: issues and policies

4.2. Društvene i kulturne prepreke

Glavna prepreka za žene je prisutnost ograničenja koja im nameću društvo, obitelj i same žene. Žene još uvijek rade u društvu koje ih često ne prihvaća kao moćne i utjecajne poslovne lidere. Odnosi u našem društvu strukturirani su hijerarhijski, a žene su podređene muškarcima, imaju manje moći, mogućnosti i pristupa resursima.⁴² odnos društva prema odgovarajućim muškim i ženskim ulogama stoga prepreka koja identificira žene kao nedovoljno orijentirane na zadatke, previše ovisne o povratnim informacijama i procjenama drugih, te im nedostaje neovisnost. Ovi istraživači također otkrivaju da žene dobivaju malo ili nimalo poticaja za traženje vodećih pozicija, dok se muškarci na to potiču.

Sljedeća povezana barijera su negativni stavovi i stereotipi koje je društvo stvorilo prema karijeri žena. Prvi je stereotip da žene preuzimaju više fizičkog posla koji je uključen u vođenje kućanstva nego muškarci.⁴³ Drugo, žene preuzimaju „višu razinu“ kućanskih obaveza. Treće, i ono što najviše obeshrabruje, jest da društvo posao muškarca smatra važnijim. Duboko ukorijenjeni stavovi koji su se razvijali stotinama godina, žene smatraju mekanima, punim ljubavi, poslušnima, intuitivnima, emocionalnima, neracionalnima, neobjektivnima, boje se postignuća, siromašnima u kvantitativnoj analizi i nesposobnim za donošenje teških odluka. Ti se stereotipi ne primjenjuju na sve žene i premda mogu biti lažni, suptilno utječu na odluke o karijerama, ulogama, ponašanju i budućnosti žena.⁴⁴

Nakon toga slijedi neravnopravnost spolova, koja je jedan od najstarijih i najrasprostranjenijih oblika nejednakosti na svijetu. Ženama uskraćuju njihov glas, obezvrjeđuju njihov rad i čine položaje žena nejednakim u odnosu na položaj muškaraca. Žensko poduzetništvo u Europi istinski je dinamična snaga, ali i dalje prepreke stvaraju „stakleni strop“. Važno je identificirati i boriti se protiv ovih prepreka kako bi se oslobodio potencijalni ekonomski doprinos koji bi poduzetnice mogle dati u Europi. Studija o ženskom poduzetništvu u Europi provedena je 2007. godine, a zatim ažurirana 2011. godine kako bi se pokušalo razjasniti koje su specifične prepreke za

⁴² Širola, D. (2014). Poduzetništvo, Rijeka, Veleučilište u Rijeci.

⁴³ Stipetić, V. (2012). Dva stoljeća razvoja hrvatskoga gospodarstva (1820.-2005.), Zagreb, HAZU.

⁴⁴ Brush, C. G., Cooper, S. Y. (2012). Female Entrepreneurship and Economic Development: An International Perspective. Entrepreneurship and Regional Development

uspjeh ostale. Usvajanjem jasnog rodnog pristupa, istraživanje je pokazalo da su prepreke i vanjske i unutarnje dimenzije.⁴⁵

Jaz među spolovima u poduzetništvu definiran je u smislu statističkog obrasca koji pokazuje razlike u prevalenciji poduzetničkih aktivnosti između muškaraca i žena. Razlozi za spolnu razliku mogu se pratiti unatrag do općih rodnih razlika u društvu, gdje je pokretanje posla kulturno definirano kao muška aktivnost. Štoviše, očekivanja kreatora politike od poduzetništva ističu visokotehnološke, individualne pothvate s visokim rastom - tj. Tradicionalne muške načine „bavljenja poduzetništvom“.⁴⁶

Mnoge kulture ili tradicije vide supruga kao hranitelja. Pretpostavlja se da žena koja pokazuje svoje poduzetničko umijeće želi preuzeti vodeću ulogu od supruga. Ovaj izazov pojavljuje se i u obiteljima u kojima je suprug poduzetnik. Muška djeca obično su njegovana da vode obiteljski posao, dok su ženska djeca obično izostavljena iz ovog postupka. Društvena diskriminacija i dalje nalaže da muškarci bolje rješavaju određene poslove ili zadatke. Žene se često smatraju generalno nesposobnima u određenim područjima, a ljudi radije posluju s muškarcima jer se vjeruje da su „rođeni da to čine“.⁴⁷

Kao rezultat ovog društvenog stava, neke se žene plaše da ih se neće shvatiti ozbiljno i da njihova mišljenja i savjeti neće uvijek biti smatrani „stručnima“. Kada žena započne posao, ponekad obitelj, prijatelji i drugi u poslovnoj zajednici to vide kao hobi ili sporedni projekt obiteljskih dužnosti, a ne kao vjerodostojni posao. Žene trebaju shvatiti da je rodna pristranost istinska prepreka i prevladati je.⁴⁸

Da bi žensko poduzetništvo postalo učinkovito sredstvo za postizanje rodne ravnopravnosti, ono mora biti dio globalnog pristupa. Drugim riječima, moramo uključiti fokus na obrazovanje i osposobljavanje za djevojke i žene, uzeti u obzir njihovu obiteljsku situaciju i pristup zdravstvenoj zaštiti i financijskim uslugama itd.⁴⁹

Može se zaključiti kako rodna neravnopravnost, kao i razni stereotipi predstavljaju najveće društvene i kulturne prepreke. Društvo nažalost još uvijek žene smatra manje

⁴⁵ Hisrich, R. D. i sur. (2008): Poduzetništvo, Zagreb, Mate d.o.o.

⁴⁶ Brush, C. G., de Bruin, A., Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*

⁴⁷ OECD (2004). *Women's entrepreneurship: issues and policies*

⁴⁸ Brusić, A. i sur. (2009). Poduzetništvo 1., Zagreb, Grupa VERN d.o.o.

⁴⁹ Iversen, J., Malchow-Møller, N. Sørensen, A. (2016). Success in Entrepreneurship: A Complementarity Between Schooling and Wage-Work Experience. *Small Business Economics*

sposobnim u obavljaju raznih poslovnih aktivnosti, pa tako i kada je riječ o poduzetništvu.

Očito se može pretpostaviti da ravnopravnost spolova može dovesti do više ženskog poduzetništva. Može se zaključiti da je u gospodarstvima u kojima je vjerojatnije da će žene imati jednake mogućnosti kao i muškarci, prevalencija ženskih poduzetničkih aktivnosti veća u odnosu na gospodarstva u kojima žene imaju veću stopu rodne nejednakosti.

4.3. Infrastrukturne prepreke

Financiranje je jedna od glavnih prepreka ženskom poduzetništvu. Većina se vlasnica poduzeća suočava s preprekama za dobivanje dovoljnog i pristupačnog kapitala za pokretanje ili stjecanje pothvata. Općenito govoreći, većina poduzetnica kaže da se, kad odluče potražiti financiranje izvana, suočavaju s većim poteškoćama od muškaraca zbog nedostatka vjerodostojnosti, vrste i relativno malog opsega svojih poslovnih napora i nedostatka iskustva u pregovaranju o financijskim sredstvima.⁵⁰

Svi se poduzetnici moraju boriti s financijskim okruženjem koje postaje sve zahtjevnije. Međutim, pristup tržištima kapitala smatra se jednim od najvažnijih resursa uskraćenih ženama. Često spominjani problemi u vezi s pristupom kapitalu uključuju: tražena jamstva, novčani trošak i gornju granicu kredita. Poduzetnice mogu imati manje osobnih financijskih sredstava od poduzetnika. To je možda zbog prošlih radnih odnosa. Stoga imaju manji udio u kapitalu u ukupnom iznosu financijskog kapitala. Osobna ulaganja muškaraca obično su veća nego ulaganja žena.⁵¹

Žene poduzetnice mogu imati poteškoće u stjecanju bankovnih zajmova, na primjer zbog diskriminacije na temelju slika žena koje nisu adekvatno opremljene za poduzetništvo. Žene se obično prijavljuju za manje zajmove, koji se bankaru čine slični osobnim zajmovima. Podcjenjivanje financijskih zahtjeva za poduzeće ili oklijevanje posudbe većih iznosa može negativno utjecati na percepciju banaka i organizacija u pogledu održivosti tih poduzeća. Trošak administriranja malih zajmova dodatna je

⁵⁰ OECD (2004). Women's entrepreneurship: issues and policies

⁵¹ Škrtić, M., Mikić, M. (2011). Poduzetništvo, Zagreb, Sinergija.

prepreka. Starcher otkriva da stav nekih muških dužnosnika iz banke da žene ne mogu rukovati novcem dodaje poteškoće u dobivanju financiranja za taj pothvat.⁵²

Kao rezultat navedenog može se zaključiti kako je financiranje najveća infrastrukturna prepreka koju žene imaju u poduzetništvu. Ova prepreka se može nadovezati na prethodnu, odnosno na rodnu neravnopravnost i razne stereotipe s obzirom da kada žene odluče potražiti izvor financiranja svog poslovanja suočavaju se s većim poteškoćama od muškaraca zbog nedostatka vjerodostojnosti, vrste i relativno malog opsega svojih poslovnih napora.

4.4. Obrazovne prepreke

Oснаživanje žena kroz obrazovanje i poduzetništvo smanjuje siromaštvo povećavajući njihovu zapošljivost i omogućavajući im da osiguraju svoje obitelji i doprinesu ekonomskom razvoju svojih zajednica. Obrazovanje je presudno za smanjenje siromaštva jer omogućava ženama da steknu posao, pomažu u osiguravanju obitelji i doprinose njihovom lokalnom gospodarstvu. Međutim, mnoge žene i djevojke ne dobivaju obrazovanje potrebno za stjecanje dobrog posla.⁵³ Čak i ženama koje mogu steći obrazovanje nije zajamčen rad u nekim zemljama u razvoju gdje socijalne norme žene smatraju manje sposobnim od muškaraca. Osnaživanjem žena kroz obrazovanje i poduzetništvo, žene mogu srušiti te društvene norme koje ograničavaju ne samo vlastiti uspjeh, već i prosperitet njihovih zajednica.⁵⁴ Ženama poduzetnicama trebao bi se omogućiti pristup internetskom mentorstvu, savjetovanju i obrazovnoj podršci. Trebalo bi stvoriti pristup i podršku ženskom poduzetništvu, te promicati najbolje prakse.⁵⁵

Pored navedenih društvenih i kulturnih te infrastrukturnih prepreka veoma važnu ulogu imaju i obrazovne prepreke. Kao što je navedeno dosta žena u mladosti je uskraćeno za obrazovanje, koje je više usmjereno na muškarce jer se smatra da su sposobniji za posao od žena. Iako u današnje vrijeme postoje znatno manje razlike u pružanju

⁵² Starcher, D. C. (2001). *Women Entrepreneurs. Catalysts for transformation*

⁵³ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). *Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.*

⁵⁴ Brush, C. G., Cooper, S. Y. (2012). *Female Entrepreneurship and Economic Development: An International Perspective. Entrepreneurship and Regional Development*

⁵⁵ Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). *Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.*

obrazovanja, no u nekim nerazvijenim zemljama su i dalje prisutne te razlike. Kao rezultat toga može se zaključiti da bi se ženama od djetinjstva trebalo dati isto pravo na obrazovanje kao i muškarcima te također ženama koje tek ulaze u svijet poduzetništva treba omogućiti pristup internetskom mentorstvu, savjetovanju i obrazovnoj podršci.

5. NAJUSPJEŠNIJE PODUZETNICE U HRVATSKOJ

Kako bi se bolje potkrijepio rad valjalo bi navesti prave primjere uspješnih poduzetnica u RH. U 2022. je održana osma po redu Nagrada za najbolje poduzetnice koju dodjeljuje mreža poslovnih žena Women in Adria. Pobjede su odnijele Ivana Bojčić u kategoriji mikro poduzetnice - vlasnica tvrtke BoLingo te Ivana Škrlec, vlasnica tvrtke Altera, u kategoriji perspektivna poduzetnica godine.

5.1. Ivana Bojčić

Ivana Bojčić, direktorica tvrtke BoLingo, najbolja je mikro poduzetnica 2022. godine. Tvrtka BoLingo pruža usluge prevođenja, sudskog tumačenja, lokalizacije i voiceovera, a uspješno posluje već osam godina. Kao kruna rada i potvrda truda koji Ivana već gotovo desetljeće ulaže u firmu je i novo ostvarena suradnja s Europskom unijom prema kojoj je BoLingo konstantno pri vrhu njihove kvartalne ljestvice po kvaliteti prijevoda, na razini cijele Europe. U intervjuu Ivana Bojčić je opisala kako je sam početak bio izrazito težak, a posebno u prve tri godine. Uspješna poduzetnica izjavila je kako je u početku bila sretna kada bi na računu tvrtke bilo 500 eura te da je u više navrata razmišljala o zatvaranju svoje firme. Usprkos svemu Ivanu je vodio poduzetnički duh zbog kojeg su nove ideje samo nizale u glavi. Baš zahvaljujući tim idejama Ivana je postala prepoznata u svijetu prevoditeljstva kako i Hrvatskoj, tako i u Europi. BoLingo izvozi intelektualne usluge u inozemstvo, čak 80 posto klijenata su stranci, a u Hrvatskoj je surađivala s više od 500 poznatih i velikih tvrtki, javnih osoba i institucija. Ivana tvrdi da je jedna od ključnih aktivnosti upravo upravljanje vremenom. Ono omogućuje povećanu učinkovitost i produktivnost te je jednako bitno za privatni i poslovni život. Kao neke od „simptoma“ lošeg upravljanja vremenom Ivana ističe, kašnjenje, nestrpljivost, odgađanje, nedostatak ciljeva, manjak koncentracije, ali i –

Fotografija 1. Ivana Bojčić na dodjeli nagrada za najuspješnije poduzetnice Woman in Adria



Izvor: womeninadria.com Raspoloživo na: <https://www.womeninadria.com/ivana-bojicic/>, pristupljeno 15.09.2023.

perfekcionizam. Možda je čudno navesti perfekcionizam na ovu listu, ali naglasila je da upravo dugotrajna pripremanja za zadatak koji morate 'savršeno' izvesti uzrokuje ili prolongiranje tog istog zadatka, ili to da uopće ne započnete izvršavati taj zadatak. Da se zaključiti da je Ivana svoje ciljeve dobro posložila, a priznanje za najbolju poduzetnicu najbolji je dokaz za to.

5.2. Ivana Škrlec

Tvrtka Altera je tvrtka koja se bavi najmom paviljona, montažnih objekata i organizacijom evenata te je prisutna u privatnim i korporativnim eventima, sportskim događanjima, ali i vjenčanjima. Tako je Ivana imala priliku nedavno se predstaviti na kongresu DWP (Destination Wedding Planners Congress) na Baliju, s obzirom da je Altera prepoznata kao pouzdani partner za realizaciju luksuznih vjenčanja, zbog širine i kvalitete ponude. Osnivanjem tvrtke 2008. godine Ivana je uvidjela da klijenti traže nešto drugačije, čega do tada nije bilo, a to je da se njihove osobne želje slušaju i realiziraju. Tvrtka je počela sa privatnim eventima od kojih se razvila ostala djelatnost tvrtke Altera, od korporativnog, sportskog pa na kraju do industrijskog segmenta. Danas Altera broji četrdesetak zaposlenika, djeluje u osam zemalja i kreira trendove u event branši. Ako gledamo samo segment vjenčanja, godišnje se odradi 130 vjenčanja, što inozemnih, što tuzemnih. Nagradu koju je osvojila na proglašenju najboljih poduzetnica 2022. godine smatra rezultatom timskog rada i da ne pripada samo njoj već cijelom timu. Kao tajnu uspjeha je navela dosljednost i upornost koju su ona i njen tim pokazali 2020. godine kada su realizirali investiciju vrijednu 21.5 milijuna kuna u Zelini, baš onda kada je nastupio lock down i kada je event industrija pala na koljena. U tom trenutku je u tvrtki bilo 35 zaposlenih i suočavali su se sa najtežim periodom u poslovanju. Nisu odustali i okrenuli su se svemu onome što do tada nisu imali vremena raditi. Nitko od radnika nije otpušten te su nastavili sa poslovanjem. Altera se razvija kroz industrijski program i program proizvodnih hala, a danas je fokus stavljen na održivost i eko projekte te tako postavljaju nove trendove. Ivana smatra da se u poduzetništvu ne treba opterećivati tuđim mišljenjima i da treba imati poslovnu disciplinu. Što se tiče budućeg razvoja smatra da treba razvijati poslovanje, kreirati trendove i širiti tržište.

6. ISTRAŽIVANJE STAVOVA JAVNOSTI O ZASTUPLJENOSTI I PRAVIMA ŽENA U PODUZETNIŠTVU NA PODRUČJU REPUBLIKE HRVATSKE

Kroz ovo poglavlje prikazano je istraživanje stavova javnosti o zastupljenosti i pravima žena u poduzetništvu na području Republike Hrvatske. Kroz prva dva pod poglavlja su opisani uzorak i metodologija. Nakon toga su prikazani odgovori ispitanika na provedenu anketu. U daljnjoj analizi će se prikazati rezultati samog istraživanja, te će putem grafikona i tablica prikazati postotak odgovora, kao i obrazloženje na svako pitanje.

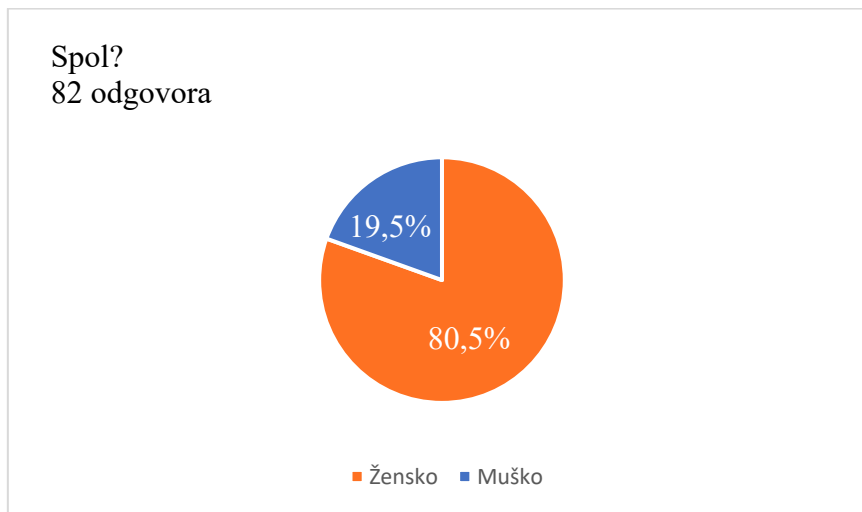
6.1. Uzorak i metodologija istraživanja

Kao instrumenti istraživanja je korišten anketni upitnik pripremljen na temelju nalaza iz literature te dostupnih upitnika kojima se obrađuje slična tematika. Anketni upitnik je dostupan u prilogu rada. Pitanja u upitniku su najvećim dijelom formirana kao zatvorena pitanja (pitanje nudi konačan broj odgovora od kojih ispitanik bira jedno ili više). Istraživanje je provedeno putem Interneta (Online istraživanje). Anketni upitnik je pripremljen korištenjem opcija koje nudi Google Forms. Statistička obrada podataka je provedena u programu Microsoft Excel (inačica Office 2016.) Rezultati su prikazani u + prikladnim grafovima. Rezultati nominalnih obilježja su iskazani relativnim (%) frekvencijama. Istraživanje je obavljeno na uzorku od 82 ispitanika od toga je anketu ispunilo 66 ispitanika ženskog spola i 16 ispitanika muškog spola. Najčešći raspon godina ispitanika bio je između 18-30 zatim od 41-50.

6.2. Prikaz i interpretacija rezultata

U nastavku su prikazani odgovori ispitanika putem grafikona i tablica, kao i obrazloženje na svako pitanje. Točnije prikazano je 11 pitanja na koje su ispitanici odgovarali, te će svako pitanje biti potkrepljeno grafikonom.

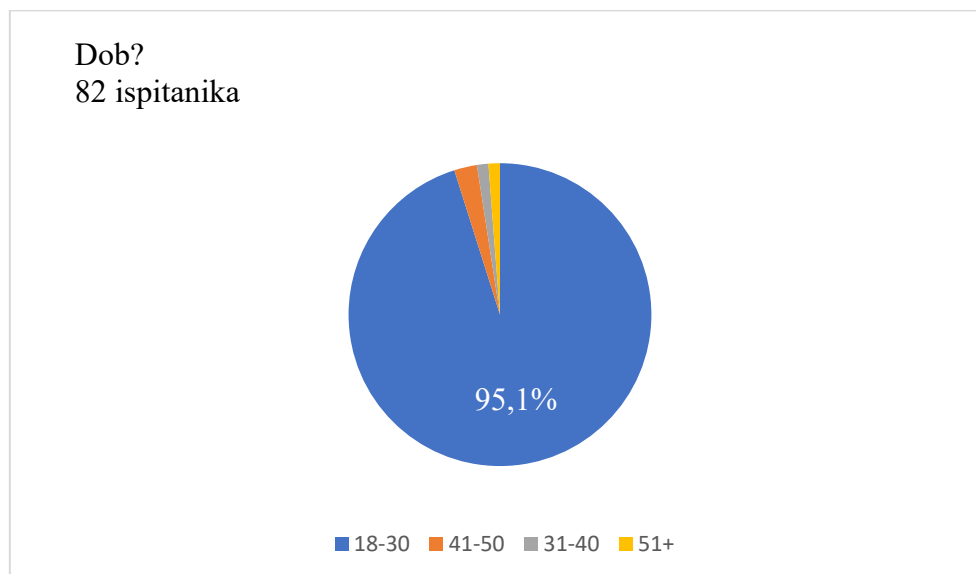
Grafikon 1. Spol ispitanika



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 1. prikazuje se spol ispitanika. Najveći broj ispitanika bio ženskog spola, točnije 66 (80,50%), dok je bilo 16 (19.50%) ispitanika muškog spola.

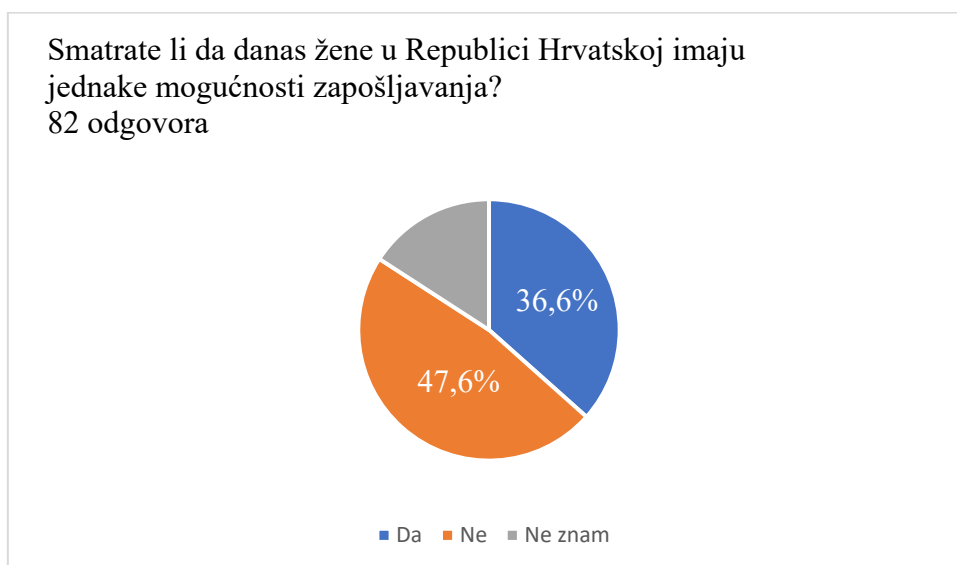
Grafikon 2. Dob ispitanika



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 2. prikazuje se dob ispitanika. Kao što se može vidjeti, njih 78 (95,10%) je pripadao dobnoj skupini od 18-30 godina, 2 ispitanika (2,4%) skupini od 41-50, potom 1 ispitanik (1,20%) skupini od 31-40 i na samom kraju 1 ispitanik (1,20%) dobnoj skupini od 51+.

Grafikon 3. Stavovi ispitanika o jednakoj mogućnosti zapošljavanja žena u RH



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 3. prikazuju se stavovi ispitanika o jednakoj mogućnosti zaposlenja žena u RH. Kao što se može vidjeti iz grafikona, najviše ispitanika, odnosno njih 39 (47,60%) smatra kako žene nemaju jednake mogućnosti zapošljavanja u RH, 30 ispitanika (36,60%) smatra kako imaju, dok njih 13 (15,90%) ne zna imaju li žene jednake mogućnosti zapošljavanja.

Grafikon 4. Stavovi ispitanika o jednakoj zastupljenosti žena u poduzetništvu

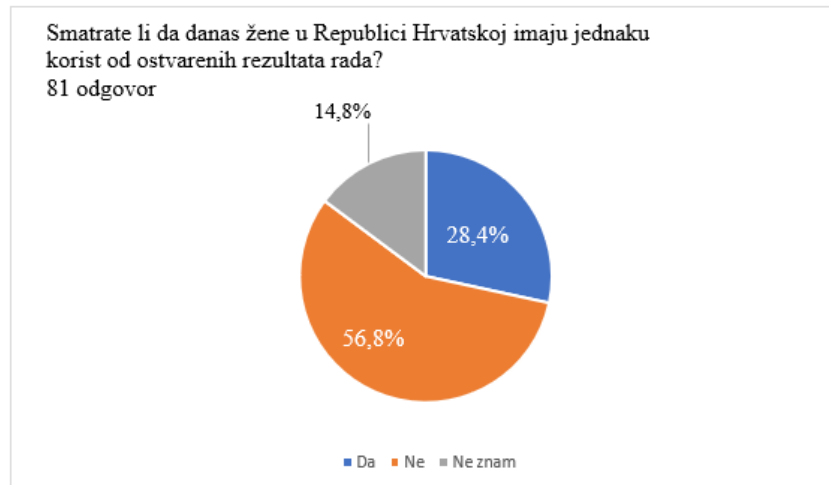


Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 4. prikazuju se stavovi ispitanika o jednakoj mogućnosti zastupljenosti žena u poduzetništvu. Najveći broj ispitanika, njih 79 (95,10%) smatra kako žene nisu

podjednako zastupljene kao muškarci u poduzetništvu, dok 3 ispitanika (4,90%) misle suprotno.

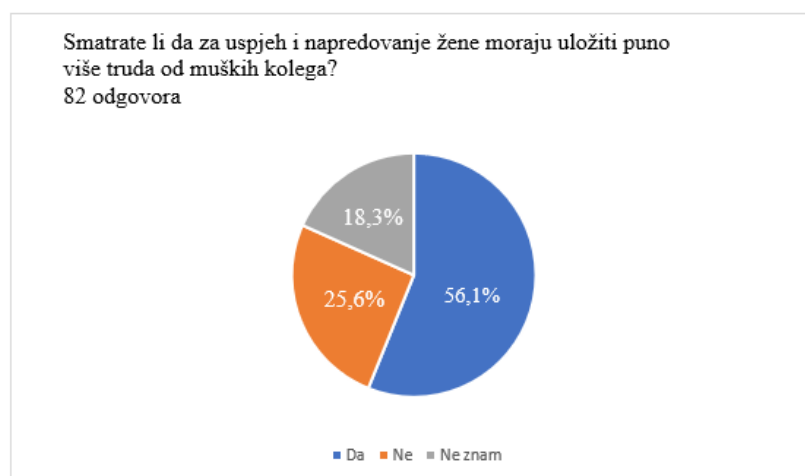
Grafikon 5. Stavovi ispitanika o jednakoj koristi žena od ostvarenih rezultata rada u RH



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 5. prikazuju se stavovi ispitanika o jednakoj koristi žena od ostvarenih rezultata rada u RH. Kao što je vidljivo iz grafikona malo više od polovice ispitanika, točnije njih 46 (56,80%) smatra kako žene nemaju jednake koristi od ostvarenih rezultata rada, dok 23 ispitanika (28,40%) smatra kako imaju, a 12 ispitanika (14,80%) ne zna.

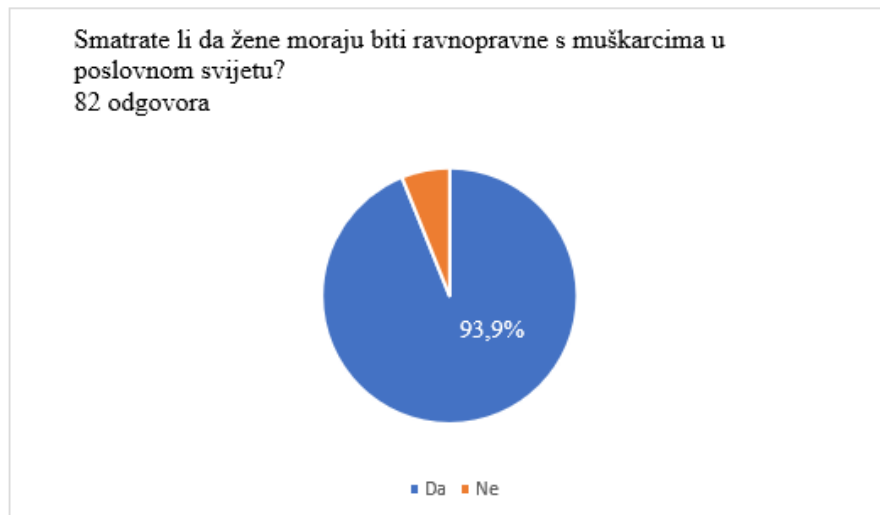
Grafikon 6. Stavovi ispitanika o tome da li žene moraju uložiti puno više truda od muških kolega kako bi ostvarile uspjeh i napredovanje



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 6. prikazuju se odgovori ispitanika o tome da li žene moraju uložiti puno više truda u odnosu. Više od polovice ispitanika, točnije njih 46 (56,10%) smatra kako žene trebaju uložiti puno više truda kako bi ostvarile uspjeh u odnosu na muškarce, dok 21 ispitanik (26,60%) smatra kako ne trebaju, a 15 ispitanika (18,30%) ne znaju.

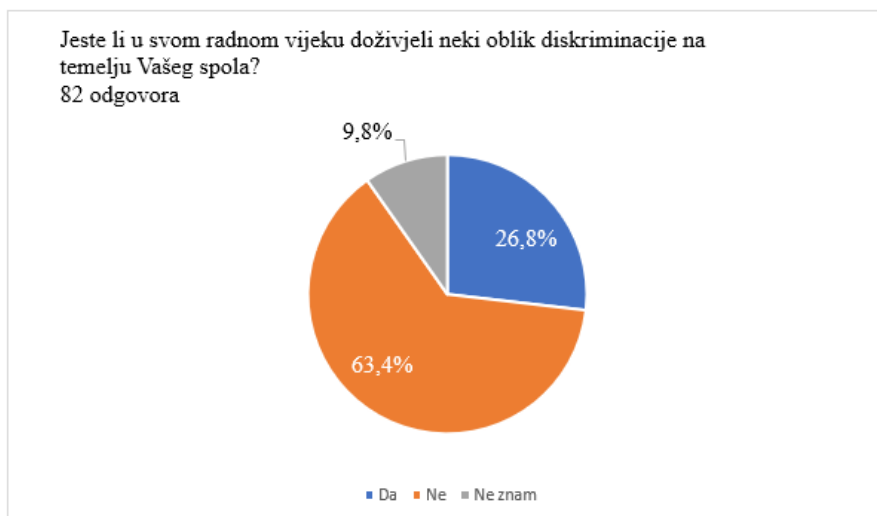
Grafikon 7. Stavovi ispitanika o ravnopravnosti žena s muškarcima u poslovnom svijetu



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 7. prikazuju se stavovi ispitanika o ravnopravnosti, odnosno da li žene trebaju biti ravnopravne s muškarcima. Najveći broj ispitanika, njih 77 (93,90%) je odgovorilo kako žene trebaju biti ravnopravne s muškarcima u poslovnom svijetu, dok samo 5 ispitanika (6,10%) smatra kako ne trebaju (što prikazuje klasične stereotipe o ravnopravnosti žena).

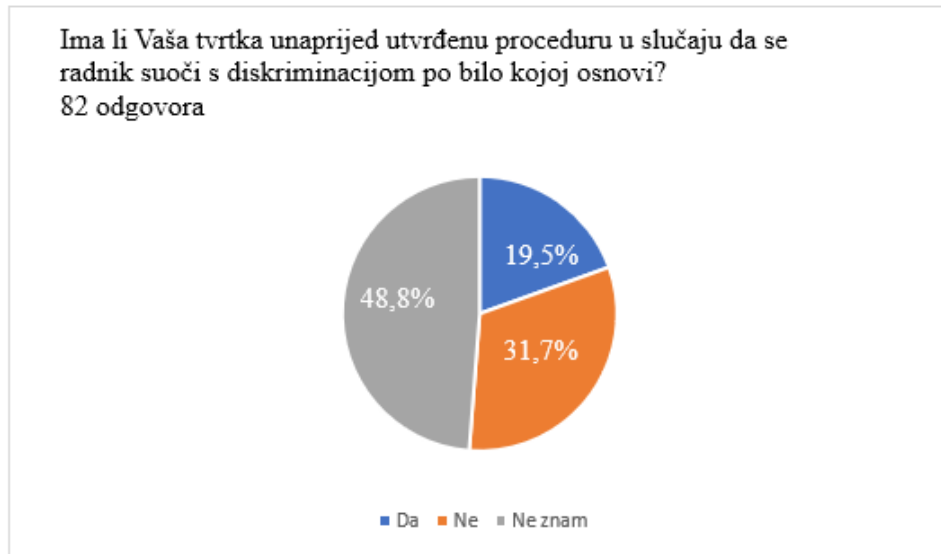
Grafikon 8. Stavovi ispitanika o doživljenoj diskriminaciji na temelju spola na radnom mjestu



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 8. prikazuju se odgovori ispitanika o tome jesu li nekada na radnom mjesto doživjeli bilo kakav oblik diskriminacije na temelju spola. Kao što je vidljivo na grafikonu više od polovice ispitanika, njih 52 (63,40%) je odgovorilo kako nije nikada doživjelo bilo kakav oblik diskriminacije na temelju spola u radnom okruženju, dok su 22 ispitanika (26,80%) odgovorila kako su doživjeli neki oblik diskriminacije, a 8 ispitanika (9,80%) ne zna. S obzirom na ukupan uzorak istraživanja, broj ispitanika koji je doživio neki oblik diskriminacije je velik.

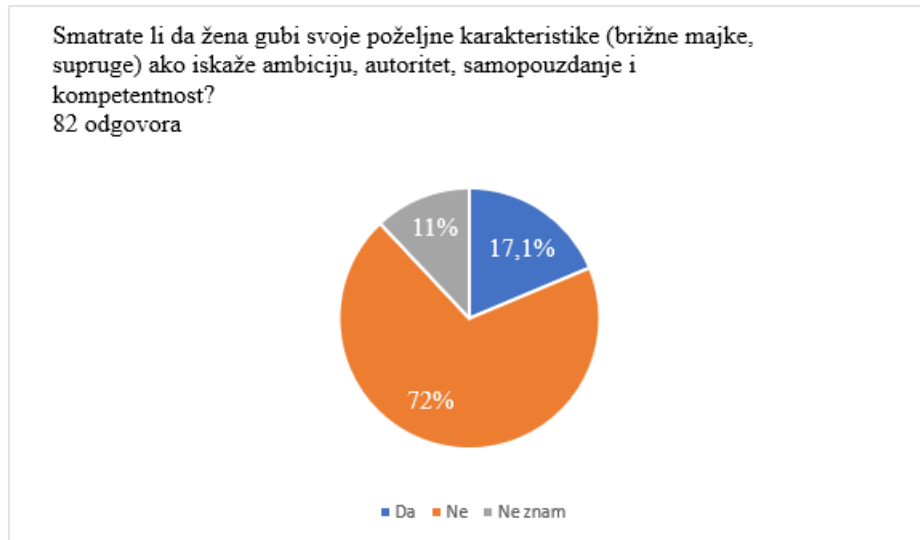
Grafikon 9. Stavovi ispitanika o unaprijed utvrđenoj proceduri za diskriminaciju u tvrtki zaposlenika



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 9. prikazuju se odgovori ispitanika o tome da li tvrtka u kojoj rade ima već utvrđenu proceduru ukoliko se netko od radnika suoči s diskriminacijom. Najveći broj ispitanika, njih 40 (48,80%) ne zna da li njihova tvrtka ima već unaprijed utvrđenu proceduru ukoliko se radnik suoči s bilo kakvim oblikom diskriminacije. 26 ispitanika (31,70%) je odgovorilo kako tvrtka nema takav odjel, dok je 16 ispitanika (19,50%) navelo kako ima.

Grafikon 10. Stavovi javnosti o gubljenju poželjnih karakteristika žene ukoliko iskaže ambiciju, autoritet, samopouzdanje i kompetentnost



Izvor: Izradio autor na temelju vlastitog anketnog istraživanja

U grafikonu 10. prikazuju se stavovi ispitanika o gubljenju poželjnih karakteristika kod žena ukoliko iskažu ambiciju, autoritet, samopouzdanje i kompetentnost. Velika većina ispitanika, njih 59 (72%) smatra da žena ne gubi poželjne karakteristike, dok 14 ispitanika (17,10%) smatra da gubi, a 9 ispitanika (11%) ne zna.

7. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo se tradicionalno smatra djelatnošću povezanom s muškarcima u društvu jer su muškarci bili glavni sudionici poduzetničke aktivnosti. Suprotno tome, u posljednjem desetljeću sve je više članaka i knjiga napisanih i objavljenih o ženama poduzetnicama, koje su uspjele osigurati svoje mjesto među muškom populacijom, iako još uvijek možemo uočiti puno rodni nejednakosti.

Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014.-2020. nastavak je iste Strategije donesene za razdoblje 2010.-2013. Članstvo Republike Hrvatske u Europskoj uniji nalaže provedbu politika EU-a, među kojima su i one koje promiču rodnu ravnopravnost. Cilj strategije je pojačati aktivnosti rodne kvalifikacije kako bi se smanjilo siromaštvo za žene, posebno u starijoj dobi, kako bi se smanjila nezaposlenosti žena te kako bi se smanjila dominacija muškaraca u poduzetničkim aktivnostima.

Putem Strategije se želi ojačati potporu ženskom poduzetništvu. Prateći akcijski plan identificirane su aktivnosti i pokazatelji za praćenje procesa provedbe četiriju strateških ciljeva, odnosno poboljšanje međusobnih veza i dosljednosti različitih rodni politika, poboljšanje sistemske potpore ženskom poduzetništvu kroz obrazovanje i financiranje, institucionalna podrška ženskom poduzetništvu pružanjem usluga savjetovanja i mentorstva te promicanje ženskog poduzetništva. Jedan od ciljeva je poboljšanje suradnje s pod nacionalnim institucijama tijekom provedbe programa.

Kroz istraživački dio rada ispitani su stavovi javnosti o zastupljenosti i pravima žena u poslovnom svijetu s posebnim naglaskom na poduzetništvo. Putem prikazanih rezultata utvrdilo je se kao ispitanici smatraju da žene nisu jednako zastupljene te kako nemaju jednaka prava u poduzetništvu kao muškarci. Također smatraju da žene trebaju uložiti više truda za razliku od muškaraca kako bi ostvarili dobre rezultate te kako žene nemaju jednaku korist od ostvarenih rezultata.

LITERATURA

Knjige:

1. Bobera, D., Hunjet, A., Kozina, G. (2015). Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.
2. Bolton, B., Thompson, J. (2000). Entrepreneurs: Talent, Temperament, Oxford, Technique. Butterworth-Heinemann.
3. Brusić, A. i sur. (2009). Poduzetništvo 1., Zagreb, Grupa VERN d.o.o.
4. Hisrich, R. D. i sur. (2008): Poduzetništvo, Zagreb, Mate d.o.o.
5. Hunjet, A., Kozina, G. (2014). Osnove poduzetništva, Varaždin, Sveučilište Sjever.
6. Kolaković, M. (2006): Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Zagreb, Sinergija d.o.o.
7. Moore, DP., Buttner, EH. (1997). Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling, Thousand Oaks, Sage Publications.
8. Stipetić, V. (2012). Dva stoljeća razvoja hrvatskoga gospodarstva (1820.-2005.), Zagreb, HAZU.
9. Širola, D. (2014). Poduzetništvo, Rijeka, Veleučilište u Rijeci.
10. Škrtić, M., Mikić, M. (2011). Poduzetništvo, Zagreb, Sinergija.

Časopisi:

1. Brush, C. G., Cooper, S. Y. (2012). Female Entrepreneurship and Economic Development: An International Perspective. Entrepreneurship and Regional Development, 24 (1–2): 1–6.
2. Brush, C. G., de Bruin, A., Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship, International Journal of Gender and Entrepreneurship, 1(1), 8-24.
3. Iversen, J., Malchow-Møller, N. Sørensen, A. (2016). Success in Entrepreneurship: A Complementarity Between Schooling and Wage-Work Experience. Small Business Economics, 47 (2): 437–60.
4. Lee, H., Venkataraman, S. (2006). Aspirations, market offerings, and the pursuit of entrepreneurial opportunities, Journal of Business Venturing 21(1):107-123.
5. Zirdum, G. (2017). Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Obrazovanje za poduzetništvo - E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, 7(2): 205-222.

Internetski izvori:

1. CEPOR (2020.): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjescje-2020-HR-web.pdf>,
Pristupljeno: 25.11.2021.
2. CEPOR, (2022.) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, GEM Hrvatska 2022.,: <https://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/gem-hrvatska/>, pristupljeno: 15.09.2023.
3. Extravagant.com: <https://extravagant.com.hr/lady-boss-ivana-skrlec-altera/>
Pristupljeno: 15.09.2023.
4. Ministarstvo poduzetništva i obrta -MINPO (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, Pristupljeno: 26.11.2021.
5. MojPosao.hr: <https://www.moj-posao.net/Vijest/82796/Proglasene-najbolje-poduzetnice-u-Hrvatskoj/77/> Pristupljeno: 15.09.2023.
6. OECD (2004). Women's entrepreneurship: issues and policies, <https://www.oecd.org/cfe/smes/31919215.pdf>, Pristupljeno: 10.04.2021.
7. Starcher, D. C. (2001). Women Entrepreneurs. Catalysts for transformation, <https://www.badishams.net/wp-content/uploads/2018/02/Women-Entrepreneurs-Catalysts-for-Transformation-Diane-C-Starcher.pdf>, Pristupljeno: 29.11.2021.
8. WomanAdria.com: <https://www.womeninadria.com/ivana-bojic/> Pristupljeno 15.09.2023.

Ostali izvori:

1. Turk, M. (1999). Poduzetništvo za 21. stoljeće - priručnik za učitelje/trenere, savjetnike i promotore poduzetništva, Zagreb, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske.

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS FOTOGRAFIJA

Fotografija 1. Ivana Bojčić na dodjeli nagrada za najuspješnije poduzetnice Woman in Adria	26
--	----

POPIS TABLICA

Tablica 1. Opće karakteristike poduzetnika i poduzetnica.....	7
Tablica 2. Razlika u aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata žena i muškaraca u Hrvatskoj od 2017. do 2019. godine, mjereno TEA indeksom.....	13
Tablica 3. Razlika pokretanja vlastitog posla od strane muškaraca i žena na području Republike Hrvatske u vremenskom razdoblju od 2020. do 2022. godine.....	15

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Spol ispitanika.....	29
Grafikon 2. Dob ispitanika.....	29
Grafikon 3. Stavovi ispitanika o jednakoj mogućnosti zapošljavanja žena u RH.....	30
Grafikon 4. Stavovi ispitanika o jednakoj zastupljenosti žena u poduzetništvu.....	30
Grafikon 5. Stavovi ispitanika o jednakoj koristi žena od ostvarenih rezultata rada u RH.....	31
Grafikon 6. Stavovi ispitanika o tome da li žene moraju uložiti puno više truda od muških kolega kako bi ostvarile uspjeh i napredovanje.....	31
Grafikon 7. Stavovi ispitanika o ravnopravnosti žena s muškarcima u poslovnom svijetu.....	32
Grafikon 8. Stavovi ispitanika o doživljenoj diskriminaciji na temelju spola na radnom mjestu	33
Grafikon 9. Stavovi ispitanika o unaprijed utvrđenoj proceduri za diskriminaciju u tvrtki zaposlenika.....	34
Grafikon 10. Stavovi javnosti o gubljenju poželjnih karakteristika žene ukoliko iskaže ambiciju, autoritet, samopouzdanje i kompetentnost.....	35

PRILOZI

Anketni upitnik

Spol? *

- Muško
 - Žensko
-

Dob? *

- 18-30
- 31-40
- 41-50
- 51+

Smatrate li da danas žene u Republici Hrvatskoj imaju jednake mogućnosti zapošljavanja?

- Da
 - Ne
 - Ne znam
-

Smatrate li da danas žene u Republici Hrvatskoj imaju jednaku korist od ostvarenih rezultata rada?

- Da
 - Ne
 - Ne znam
-

Smatrate li da za uspjeh i napredovanje morate uložiti puno više truda od muških kolega?

- Da
- Ne
- Ne znam

...

Smatrate li da su žene podjednako zastupljene u poduzetništvu kao i muškarci?

Da ×

Ne ×

Dodavanje opcije ili [dodaj "Ostalo"](#)

Višestruki odabir

Obavezno

Smatrate li da žene moraju biti ravnopravne s muškarcima u poslovnom svijetu?

- Da
- Ne

Jeste li u svom radnom vijeku doživjeli neki oblik diskriminacije na temelju Vašeg spola?

- Da
- Ne
- Ne znam

Ima li Vaša tvrtka unaprijed utvrđenu proceduru u slučaju da se radnik suoči s diskriminacijom po bilo kojoj osnovi?

- Da
- Ne
- Ne znam

Smatrate da li žena gubi svoje poželjne karakteristike (brižne majke, supruge) ako iskaže ambiciju, autoritet, samopouzdanje i kompetentnost?

- Da
- Ne
- Ne znam

Zašto mislite (ako mislite) da žene imaju manja prava nego muškarci kada je u pitanju poduzetništvo?

Tekst kratkog odgovora

Na samom kraju, prema Vašem mišljenju što bi društvo kao cjelina trebalo učiti kako bi žene bile podjednako zastupljene u poduzetništvu?

Tekst kratkog odgovora