

Žene u poduzetništvu

Haramina, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:414868>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-15**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Ana Haramina

ŽENE U PODUZETNIŠTVU

Završni rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Ana Haramina

ŽENE U PODUZETNIŠTVU

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 0010236776

e-mail: aharamina@efos.hr

Mentor: doc.dr.sc. Tihana Koprivnjak Popović

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business in Osijek

University Undergraduate Study Programme Economics and Business


Ana Haramina

Women in entrepreneurship

Final paper

Osijek, 2024.

IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je Završni
(navesti vrstu rada: završni/diplomski/specijalistički/doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na vlastitim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna trajnom pohranjivanju i objavljivanju mog rada u Institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, Repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom Repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan s dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Ana Haramina

JMBAG: 0010236776

OIB: 73079955726

e-mail za kontakt: anaharamina11@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Naslov rada: Žene u poduzetništvu

Mentor/mentorica rada: doc.dr.sc. Tihana Koprivnjak Popović

U Osijeku, 12.9.2024 godine

Potpis Ana Haramina

Žene u poduzetništvu

SAŽETAK

Poznato je kako je položaj žena u odnosu na muškarce kroz povijest bio znatno drugačiji, a to se odrazilo i na današnje poslovanje i poslovni svijet. Pred ženama se nerijetko nalaze izazovi vezani uz percepcije o kompetencijama za pokretanje poduzetničkog pothvata, međutim, na brojnim primjerima je dokazano koliko žene mogu biti uspješne u poslovnom svijetu. Poduzetništvo, kao pojam, odlikuju kreativnost, inovativnost, organizacija i mnoge druge karakteristike koje su dobro razvijene kod žena. Unatoč tome, ako se odluče za poduzetnički put, žene se susreću s mnogim izazovima i prijetnjama, kao što su npr. usklađivanje privatnog i poslovnog života, otežan pristup financijskim sredstvima, nedovoljna podrška okoline i nedovoljno mogućnosti umrežavanja s ostalim poduzetnicama. Tu im pomažu razne strategije i inicijative okrenute pružanju pomoći ženama u poduzetništvu, a u Hrvatskoj je trenutno aktivna Strategija razvoja poduzetništva žena. Prema GEM istraživanjima i podacima Državnog zavoda za statistiku, dokazan je nepovoljan položaj žene u odnosu na muškarce u poslovnom svijetu. Bez obzira što obavljaju isti posao, žene imaju znatno manju plaću od svojih muških kolega, a također su u manjini kad je u pitanju vlasnička struktura poduzeća. Ipak, danas se sve više žena odlučuje za pokretanje poduzetničkog pothvata, bore se sa ukorijenjenim stereotipima i rodnom neravnopravnošću, a u društvu sve više dolazi do podizanja svijesti o ovoj problematici. Cilj ovog rada je pružiti prikaz dosadašnjih saznanja o ženama u poduzetništvu te analizirati percepciju o navedenoj problematici.

Ključne riječi: poduzetništvo, žene u poduzetništvu, izazovi, poduzetnički pothvat

Women in entrepreneurship

ABSTRACT

It is well known that the position of women in relation to men has been very different throughout history, which is also reflected in today's business world. Women often face challenges related to the perception of competences for starting a business, but numerous examples have proven how successful women can be in the business world. Entrepreneurship as a term is characterised by creativity, innovation, organisation and many other traits that are well developed in women. Nevertheless, when women choose the path of entrepreneurship, they face many challenges and threats, such as balancing personal and business life, difficult access to financial resources, insufficient support from the environment and insufficient opportunities to network with other women entrepreneurs. Various strategies and initiatives aimed at supporting women in entrepreneurship are helping them, and the Strategy for the Development of Women's Entrepreneurship is currently active in Croatia. According to GEM research and data from the National Bureau of Statistics, the unfavourable position of women compared to men in the business world has been proven. Regardless of the job, women are paid significantly less than their male colleagues and are also in the minority when it comes to the ownership structure of the company. Nevertheless, more and more women are deciding to start an entrepreneurial business today. They are struggling with entrenched stereotypes and gender inequality, and society is becoming increasingly sensitised to this issue. The aim of this paper is to provide an overview of current knowledge about women in entrepreneurship and to analyse the perception of the aforementioned topic.

Keywords: entrepreneurship, women in entrepreneurship, challenges, entrepreneurial venture

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Metode rada	1
1.3. Struktura rada	1
2. ŽENE U PODUZETNIŠTVU	2
2.1. Pojam i vrste poduzetništva	2
2.2. Pojam i uloga žena u poduzetništvu	5
2.3. Karakteristike žena u poduzetništvu	6
3. IZAZOVI ŽENA U PODUZETNIŠTVU	9
3.1. Prepreke i prijetnje	9
3.2. Usporedba s muškarcima	12
4. ŽENE U PODUZETNIŠTVU U HRVATSKOJ	15
4.1. Poduzetnička aktivnost žena u Hrvatskoj	15
4.2. Budućnost žena u poduzetništvu	18
5. OPIS ISTRAŽIVANJA I REZULTATI ISTRAŽIVANJA	21
6. ZAKLJUČAK	29

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Poduzetništvo se definira kao stvaranje inovativne ekonomske organizacije, ili pak mreže organizacija, s ciljem ostvarivanja profita ili rasta u uvjetima nesigurnosti i rizika. Ključne karakteristike poduzetništva uključuju eksperimentiranje, traganje i istraživanje, ali isto tako i neizvjesnost te financijski rizik (Kolaković, 2006:2). Smatra se još i načinom razmišljanja i djelovanja, koje odlikuju proaktivnost te inovativnost. Tradicionalno gledano, muškarce se smatra prikladnijim za poduzetničku aktivnost. Usprkos tome, sve više žena se uključuje u pokretanje poduzetničkog pothvata te su ujedno i suočene s raznim stereotipima, izazovima te negativnim usporedbama s muškarcima.

Cilj i svrha ovog rada je istražiti postojeće spoznaje o ženama u poduzetništvu, koje čine važan element gospodarskog rasta i razvoja, kao i kao i analizirati percepcije o ženama u poduzetništvu kroz provedeno istraživanje.

1.2. Metode rada

Za izradu završnog rada korištena je induktivna metoda kojom se dolazilo do općih zaključaka vezanih uz samu problematiku žena u poduzetništvu. Zajedno s tim, korišteni su sekundarni podaci koji uključuju knjige, znanstvene i stručne članke te internetske izvore. Provedeno je istraživanje putem upitnika gdje su se prikupljali podaci ispitanika vezani uz njihovu percepciju o ženama u poduzetništvu, te su analizirani koristeći deskriptivnu statistiku.

1.3. Struktura rada

Rad je oblikovan u 5 poglavlja. Nakon uvoda, u drugom poglavlju prikazan je povijesni razvoj kao i teorijski okvir žena u poduzetništvu. Treće poglavlje koncipirano je na način da prikaže glavne izazove i problematiku ove teme. Četvrto poglavlje se osvrće na Republiku Hrvatsku, analiziraju se aktualni trendovi, ali i budućnost i razvojne mogućnosti žena u poduzetništvu. Praktični dio rada prikazan je u petom poglavlju gdje su dani rezultati provedenog istraživanja o ženama u poduzetništvu. Na samom kraju, dan je zaključak rada.

2. ŽENE U PODUZETNIŠTVU

2.1. Pojam i vrste poduzetništva

Premda postoje različite definicije poduzetništva, ono što im je često u samoj biti je sposobnost stvaranja efikasne gospodarske djelatnosti na osnovi kreativnosti čovjeka u korištenju ograničenih resursa. Počeci poduzetništva u smislu inovativne i kreativne djelatnosti datiraju još iz starih civilizacija, kao što su kineska, arapska, egipatska i babilonska. Poslije toga, između 11. i 13. stoljeća, pojavljuje se poduzetništvo i poduzetnici u smislu kako ih razumijemo danas. Prvi takvi oblici odnosili su se na neke trgovačke djelatnosti, bankarsko-kreditne djelatnosti, mjenjačke djelatnosti ali se pojavljuju i u pomorstvu, gusarstvu te razbojništvu (Kolaković, 2006: 6). Poduzeće, sa svim dosadašnjim osobinama poduzetničke tvrtke, započinje se razvijati u 15. stoljeću, a odvojili su poslovne aktivnosti i poslovnu imovinu poduzetnika od njegove osobne imovine (Kolaković, 2006: 7). Poduzetništvo je postala masovna pojava tek u 17. stoljeću, kad je došlo do razvoja različitih vrsta obrta i trgovačkih poduzeća, a u rastu je i značenje međunarodne trgovine. Početak 20. stoljeća, s pojavom industrijske revolucije, obilježen je razvojem masovne proizvodnje, velikih korporacija te interneta. Tu se ističu neka poznata svjetska imena, kao što su Henry Ford, Bill Gates, Steve Jobs, koji su svojim djelovanjem transformirali ekonomiju.

Važnu ulogu u razumijevanju poduzetništva je imao i Joseph Alois Schumpeter, koji je isticao je važnost poduzetnika inovatora koji generira nove mogućnosti s ciljem ostvarivanja zarade i tvrdio je kako je to glavni izvor ekonomskog razvoja (Grgić, Bilas, Franc, 2010: 69). Također je uveo pojam kreativne destrukcije prema kojem uspješno uvođenje novog proizvoda može uništiti dotad postojeće proizvode. Prema njegovim riječima, poduzetnici moraju osigurati vodstvo, cijeliti mogućnost inovacije, prevladati socio-psihološke barijere protiv uvođenja novih stvari, preuzeti visok stupanj rizika u gospodarskom svijetu i usmjeriti sredstva za proizvodnju na nove kanale (Emami Langroodi, 2021.).

Prema Vukoviću (1999), poduzetništvo se definira kao kreativna i inovativna ljudska djelatnost kroz koju se različite vrste resursa povezuju kako bi se proizvelo ono što je potrebno za proizvodni proces proizvoda i usluga za zadovoljenje ljudskih potreba.

Škorić (1995), poduzetništvo definira kao skup aktivnosti baziran na osnivanju, ustrojstvu i upravljanju poslovanja poduzeća. Tumači ga kao ulaganje radi ostvarivanja dobiti odnosno zarade.

Modernu definiciju poduzetništva iznosi Timmons, koji je smatrao da poduzetnički proces ne uključuje samo stvaranje novih poduzeća, kapitala i radnih mjesta, već i njegovanje genijalnosti ljudskog duha i unapređenje čovječanstva. Opisao ga je kao vještinu kreiranja i stvaranja ideje ni iz čega, a poduzetnička vizija je podrazumijevala želju za preuzimanje osobnih i financijskih rizika, kao i poduzimanje svih mogućih napora kako bi se smanjila mogućnost neuspjeha (Kolaković, 2006: 3).

Obično se razlikuju 3 vrste poduzetništva:

- Tradicionalno
- Korporacijsko
- Društveno

Tradicionalno poduzetništvo povezano je s malim i srednjim poduzećima, pri čemu se poduzetnik nalazi ujedno kao i vlasnik poduzeća, upravitelj poduzeća te nositelj rizika poduzeća (Kolaković, 2006: 17). Korporacijsko poduzetništvo prvi put se pojavljuje osamdesetih godina prošlog stoljeća, a isti autor ga definira kao stupanj koji je moguće realizirati razvojem novog proizvoda ili tržišta. Osnovni je dio svakog uspješnog poduzeća, a moguće je povezati ga s rastom i profitabilnosti. Tubić i dr. (2016: 36) govore kako se društveno, odnosno socijalno poduzetništvo nalazi između poslovanja s ciljem ostvarivanja dobiti te državnog i javnog sektora, a osnovna svrha je ostvarivanje društvene tj. socijalne koristi upotrebom poduzetničkih vještina i poduzetničkih poslovnih modela. Dakle, za glavni cilj ima društvenu korist, a ne ostvarivanje profita, što ga razlikuje od prethodne dvije vrste.

Postoji mnogo stvari koje odlikuju poduzetništvo, one variraju ovisno o tome s kojeg je gledišta promatrano. Ovdje u pitanju mogu biti generiranje profita, stvaranje ugodne radne okoline, kreativan pronalazak rješenja i slično. Ipak, prema Fundi (2011), temeljni koncepti poduzetništva su:

- Generiranje nove vrijednosti,
- Organizacija (uloženi trud i vrijeme),
- Suočavanje s rizikom (financijski, emocionalni, društveni),

- Nagrada – zadovoljstvo, novac, nezavisnost

Kao i poduzetništvo, pojam poduzetnik nema jednu određenu definiciju. Poduzetnikom se najčešće definira osoba koja je spremna za preuzimanje rizika, pokretanje novih poslova, te kontroliranje tijekom poslovanja. Poduzetnik je i inovator, koji ima želju i volju napraviti nešto novo i jedinstveno.

Pojam koji se spominje u literaturi je i pojam čistog poduzetnika, koji podrazumijeva da je osoba na temelju vlastitih ideja, upornosti i znanja uspjela pokrenuti poslovni pothvat koji je vrlo uspješan na tržištu. Takvom je poduzetničkom poduzeću glavni cilj ostvariti veće prihode od ukupnih troškova poslovanja, odnosno profit (Kolaković, 2006: 22). Još jedna od podjela poduzetnika je prikazana u Tablici 1.

Tablica 1: Specifične vrste poduzetnika

PIONIRI	Osnivači su malog poduzeća, pojavljuju se u etapi izgradnje. Puni su energije, ideja i odlučnosti. Osobe su jakog karaktera, veliki individualisti i egocentriki koji se fokusiraju samo na svoje poduzeće.
MAHERI	Snažne, autoritativne i ambiciozne osobe koje se pojavljuju u fazi razvoja poduzeća. Dobro su organizirani i uspješno vode svoje poduzeće k uspjehu. Međutim, njihova slabost je nedostatak vizije i inovacije, što je uzrokovano velikom zaokupljenošću tekućim poslom.
STRATEZI	Mislioni koji su izrazito angažirani i usmjereni na postizanje uspjeha u fazi diferencijacije proizvoda. Svjesni su kompleksnosti posla koji obavljaju pa se fokusiraju na strateško odlučivanje, dok su voditelji poslovnih jedinica prepušteni donošenju poslovnih odluka.

TRENERI	Osobe su s liderskim osobinama koje teže stvaranju pozitivne emocionalne klime. Zbog toga redovito komuniciraju sa svojim zaposlenicima, nastoje ih motivirati, pažljivo slušaju njihove prijedloge i primjedbe, te na temelju tih informacija nastoje usmjeravati poslovanje poduzeća.
----------------	---

Izvor: Izrada autorice prema Kolaković 2006.

2.2. Pojam i uloga žena u poduzetništvu

Položaj žena u poduzetništvu i općenito u poslovnim aktivnostima se mijenjao kroz povijest, iako su se gotovo uvijek suočavale sa znatno više i drugačijim izazovima nego muškarci. Unatoč svim izazovima, uspijevale su pronaći načine kako da se uključe u poduzetnički i poslovni život, naprave pozitivnu razliku, te ostave utjecaj. Poduzetnička strategija preživljavanja, koja odlikuje većinu poduzetničkih pothvata žena, također je bila i životna strategija preživljavanja (Vuković, 2015.). U 21. stoljeću se nastavljaju boriti za rodnu ravnopravnost u poslovnom svijetu i postižu izvanredne uspjehe na globalnoj razini.

Žene u poduzetništvu ili žene poduzetnice noviji je termin koji danas postaje sve rašireniji. Pojavio se krajem 20. stoljeća, a najviše je zastupljen u tranzicijskim zemljama te zemljama istočne i srednje Europe (Vuk, 2006: 138). Do tad su žene bile, već spomenuto, „zakinute“ za mnoga prava, a jedno od njih je i pravo rada u jednakim uvjetima kao i muškarci. Uzrok je to tranzicije netržišnog gospodarstva u tržišno, gdje velik broj žena ostaje bez posla uslijed gospodarske krize. Poduzeće u vlasništvu žene definirano je kao gospodarski subjekt u kojem žena posjeduje najmanje 51% udjela, kontrolira poslovanje i svakodnevno upravlja njegovim aktivnostima (Buble, Kružić, 2006: 144).

Kako bi izašle iz prozora nezaposlenosti, žene prelaze u proces samozapošljavanja te pokreću poduzetničku inicijativu. Danas, najčešće se okreću njima bliskim djelatnostima kao što su neke uslužne djelatnosti, hrana, kozmetika, moda, trgovina, a sve to iz razloga što su se stereotipi ukorijenili u naše društvo (Galić, 2011). Najveći motiv za uključivanje u poduzetnički svijet je želja za neovisnošću i upravljanje vlastitom sudbinom, iskorištavanje povoljnih prilika kako bi

stekli bogatstvo za sebe i svoju obitelj, dakle isto kao i kod muškaraca. Međutim, izražavaju nezadovoljstvo zbog niskih i ograničenih plaća, te nedostatka mogućnosti za normalan profesionalni napredak, dakle, i dalje postoji neki oblik nepravde (Buble, Kružić, 2006: 143).

Uloga žena u poduzetništvu od velikog je značaja. One unose inovativne, kreativne ideje i rješenja u posao, okrenute su rješavanju društvenih problema, poboljšanju zajednice. Njihov pristup radu se znatno razlikuje od muškaraca, više su vođene osjećajima, koje također unose u poslovni svijet, te samim time dolazi do poboljšanja produktivnosti i vitalnosti poduzeća, dok su muškarci zatvoreniji, hladniji, oštriji (Batošić, 2018). Žene koje su uspješne u svom poslu vrlo su cijenjene, a posebno od strane drugih žena koje ih gledaju kao uzor i inspiraciju. Njihovo liderstvo motivira ostale mlade žene da pokrenu svoj poduzetnički pothvat i uspiju u onome što žele. Također, danas postoje mnogobrojni programi podrške i financiranja koji pomažu mladim poduzetnicama na početku njihovog puta, kroz razna savjetovanja, tečajeve, mentorstva i treniranja, što im je od velike i značajne koristi. Ipak, i dalje se smatra kako je područje pokretanja poduzetničkog pothvata više vezano uz muški rod.

2.3. Karakteristike žena u poduzetništvu

Žene u poslovanju donose mnoge jedinstvene karakteristike koje pridonose uspjehu organizacije. Njihova emocionalna inteligencija i empatija im pomažu da ostvare bolji odnos sa svojim zaposlenicima. Nastoje shvatiti i razumjeti njihove potrebe, podupirati njihove ambicije, a isto tako pokazuju veću brigu za njih, za kvalitetne međusobne odnose, te više ulažu u obrazovanje zaposlenih (Buble, Kružić, 2006:144). Intuicija je jednako važna karakteristika koju žene unose u poslovni svijet. Odnosi se na način donošenja odluka bez logičkog objašnjenja, koje se temelji na unutarnjem osjećaju. Ona je prisutna kod svih ljudi, no ipak je izraženija kod žena, koje su sklonije poslušati i slijediti vlastite emocije i osjećaje (EdukaCentar, 2019). Također, žene imaju mogućnost učinkovitog upravljanja višestrukim zadacima i odgovornostima istovremeno, što je važno u dinamičnim okruženjima gdje često može doći do nekakvih odstupanja. Preferiraju suradnju s ostalim zaposlenicima i timski rad, poštuju tuđa mišljenja, slušaju, što je važno i za zaposlene i za poslovne rezultate. Bitniji im je uspjeh neke ideje koja je rezultat zajedničkog rada i promišljanja, nego generiranje profita. Upravo zbog toga će se žena poduzetnica prije koristiti moderne pristupe kao što su decentralizirana i fleksibilna organizacija, timski rad, te uključivanje zaposlenih u donošenje odluka (EdukaCentar, 2019). Smatra ih se i kreativnijim i snalažljivim od muškaraca, pa često

donose nove, inovativne ideje kojima se mogu istaknuti na tržištu. Važno je i naglasiti kako njeguju odnose s ostalim žena poduzetnicama, umrežavanje vide kao pozitivnu stvar koja može poboljšati poslovnu performansu kroz razmjenu informacija i međusobne pomoći (Bilobrk, 2018).

Još neke karakteristike kod žena u poduzetništvu su (Buble, Kružić, 2006;144):

- Radna mjesta koja su otvorena od strane žena su sigurnija (iako su poduzeća kojima su vlasnici žene često mala, pružaju sigurnost radnog mjesta, odnosno ne zatvaraju radna mjesta)
- Poslovni uspjeh za žene ne čini samo zarada, već veliku pažnju pridaju zadovoljstvu kupaca, razvoju vještina zaposlenika i dobrim međusobnim odnosima,
- Opreznije su pri uzimanju kredita,
- Pružaju više opcija za nadoknadu troškova, udio u zaradi, fleksibilnije radno vrijeme,
- Socijalno su osjetljivije i njihovi pothvati zahtijevaju manja inicijalna ulaganja, stoga su najčešće angažirane u uslužnim djelatnostima

Neki psiholozi smatraju kako žene rade i djeluju drugačije nego muškarci zbog razlika u funkciji između lijeve i desne hemisfere mozga, dok sociolozi ističu kako je učinak žena u poslovnom životu i radnim odnosima od izuzetne važnosti jer su one više socijalno orijentirane (Lončarić, 2015). Također, jedan od razloga je taj da se i dan danas smatra kako je ženina najveća uloga biti majka i voditi brigu o kućanskim poslovima. Zbog toga su imale potrebu uskladiti obiteljski i poslovni život, pa su razvile i poboljšale organizacijske sposobnosti. Smatra ih se i smirenijim, opreznijim i snalažljivijim od muškaraca, te su uporne i s lakoćom pronalaze rješenja za probleme s kojima se susretnu (Marković, 2017). Žene poduzetnice najčešće započinju posao koristeći poznate tehnologije i djelujući na već uspostavljenim tržištima. Većina tvrtki koje su osnovale žene koristi manje kapitala u usporedbi s onima koje su osnovali muškarci, oslanjaju se na postojeće tehnologije i koncentriraju se na postojeća tržišta (Buble, Kružić, 2006: 145). Postoji i mišljenje da su žene na samom početku u nepovoljnijem položaju za razliku od muškaraca. To je rezultat nedostatka informacija, neposjedovanja imovine i drugih potrebnih resursa za pokretanje posla, kao i potrebe da usklade poslovne obaveze s obiteljskim (Batošić, 2018). „Žene poduzetnice rijetko ostvaruju značajniju ekspanziju poslovanja u prvim godinama postojanja biznisa. Većina žena poduzetnica unutar petogodišnjeg razdoblja kreira pet ili manje novih radnih mjesta.“ (Buble, Kružić, 2006: 145).

Dakle, žene itekako imaju snage i potencijal za ulazak u poduzetničke vode, no često ih sputava početnički strah, manjak samopouzdanja i ukorijenjeni stereotipi.

3. IZAZOVI ŽENA U PODUZETNIŠTVU

3.1. Prepreke i prijetnje

Žene se rjeđe odlučuju na pokretanje poduzetničkog pothvata, a razlog tomu su niz povezanih faktora koji međusobno utječu jedan na drugoga. To su već spomenuta tradicionalna shvaćanja, društveni stereotipi i strah. S obzirom da su one, promatrano s povijesne perspektive, bile marginalizirane u poslovnom svijetu, imaju sve veću želju za uključivanjem u pokretanje poduzetničkog pothvata (Buble, Kružić, 2006: 144).

Prilikom pokretanja poslovnog pothvata i ulaska u svijet poduzetništva, žene se suočavaju s raznovrsnim preprekama, kao što su: (Buble, Kružić, 2006: 142):

- Odsustvo potpore obitelji,
- Spolni stereotipi (npr. poduzetnice više teže hobijima nego ozbiljnim pothvatima),
- Socijalni pritisci (zbog tradicionalne podjele uloga u obitelji),
- Teži pristup kapitalu,
- Isključenost iz tradicionalnih poslovnih poznanstava i kontakata i otežan pristup informacijama
- Nedostatak samopouzdanja
- Nedovoljna razvijenost prateće infrastrukture za usklađivanje privatnog i poslovnog života
- Niža sigurnost zapošljavanja i niži opći nivo plaća

Bez obzira na sve prepreke, žene u ulozi osnivačica i vlasnica poduzeća sve je češće moguće primijetiti na poslovnoj sceni. Uspješne su u suzbijanju stereotipa, te ih stoga nalazimo kao značajne dioničare velikih korporacija, vlasnice i menadžerice mnogobrojnih obiteljskih poduzeća, vlasnice malih i srednjih tvrtki i slično (Čikor, 2020.) No, isto tako ih je moguće vidjeti kao i obrtnice, koje obavljajući kućni biznis generiraju dodatne izvore prihoda i time osnažuju budžet. Tu se ističe već spomenuta karakteristika u žena – snalažljivost i kreativnost.

Pitanje žena u poduzetništvu se istražuje i na razini Europske unije, pa je tako 2008. godine, objavljeno istraživanje od strane Europske komisije. koje je ukazalo na tri kategorije prepreka povezanih uz žene u poduzetništvu (Ferk, 2013):

- Strukturne prepreke: odabir obrazovanja, tradicionalni pogledi i stereotipi o ženama, znanosti i inovacijama;
- Gospodarske prepreke: inovacije u sektoru potražuju značajna investiranja, a žene se često percipiraju kao manje financijski vjerodostojne u usporedbi s muškarcima;
- „Meke“ prepreke: nedostatak pristupa tehničkim, znanstvenim i općim poslovnim mrežama, manjak poslovnih treninga, uzora i poduzetničkih vještina

Kolaković (2006) smatra da izazovi žena u poduzetništvu leže u prevladavanju društvene diskriminacije prema poduzetnicama, što bi trebalo biti riješeno od strane zakonodavne vlasti, s obzirom na to da se radi uglavnom o malim i srednjim poduzećima. Rješavanje ovih izazova zahtijeva sustavne promjene i ciljane inicijative koje će podržati i osnažiti žene u njihovim poduzetničkim naporima. Iz tog je razloga, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Republike Hrvatske odlučilo osnovati strategiju razvoja poduzetništva žena. To je nastavak strategije koja je vrijedila za razdoblje od 2010. do 2013. godine, a sada je donesena za razdoblje od 2014. do 2020. godine. Mjere ove strategije odnose se na prepoznavanju niza specifičnih izazova s kojima se žene susreću i stvaranja okruženja gdje se cijeni njihov rad te potiče na pokretanje poduzetničkog pothvata. Razlozi pokretanja ove strategije su jasni sami po sebi, to su već spomenuta vjerovanja, stereotipi i neravnopravnost u poslovnom svijetu.

Dugotrajna recesija u Republici Hrvatskoj, koja je započela gospodarskom krizom 2008. godine, dodatno ističe važnost intenziviranja aktivnosti usmjerenih na postizanje rodne ravnoteže zbog sljedećih razloga (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj:3):

- Porast stope rizika od siromaštva za žene, posebno one starije dobi,
- Dominacija žena u nezaposlenosti,
- Dominacija muškaraca u poduzetničkoj aktivnosti.

Uz sve negativne strane i prepreke, postoje i rješenja koja su prikazana u tablici.

Tablica 2: Prepreke i rješenja u izjednačavanju žena i muškaraca u poduzetništvu

PREPREKE	RJEŠENJE
<p>Usklađivanje poslovnog i privatnog života žena</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Rad od kuće, fleksibilno radno vrijeme, poticanje muškarca na korištenje porodiljnog dopusta ○ Osigurati dostupne javne servise čuvanja djece, subvencije za čuvanje djece, jednosmjenska nastava u školama ○ Dječji kutak unutar poduzeća
<p>Nedovoljna podrška okoline</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Edukacija članova obitelji i bračnih partnera
<p>Zakonodavne i institucionalne barijere</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Smanjivanje poreza ○ Pojednostaviti i olakšati zapošljavanje kvalitetnih djelatnika i otpuštati loše ○ Plaćanje PDV-a po naplaćenom računu
<p>Nedovoljno umrežavanje poduzetnica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kreiranje projekata i različitih internet stranica i usluga sa svim raspoloživim informacijama, umrežavanje institucija ○ Kreiranje asocijacija i udruga koje okupljaju poduzetnice s istim i sličnim problemima ○ Organiziranje aktivnosti – udruge, forumi, projekti, slobodne aktivnosti i slično
<p>Nedovoljna educiranost vezana uz razvoj poduzetništva žena i samozapošljavanje</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Obrazovanje žena posebno u području tehničkih znanosti i područja za kojima postoji potreba na tržištu

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Uvođenje predmeta Poduzetništvo u osnovne i srednje škole, praktična znanja, primjeri dobre prakse ○ Kontinuirana edukacija žena kroz različite radionice, posebno u manjim sredinama
Otežan pristup financijskim resursima	<ul style="list-style-type: none"> ○ Razviti programe financiranja ○ Omogućiti porezne olakšice za poduzetnice ○ RH treba osnovati vlastitu banku za poduzetništvo žena; omogućiti pojedinačne razgovore, smanjiti administraciju, bez zaloga nekretnina

Izvor: Izrada autorice prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

Rješavanje ovih izazova zahtijeva sustavne promjene i ciljane inicijative koje će podržati i osnažiti žene u njihovim poduzetničkim naporima.

3.2. Usporedba s muškarcima

Premda žene čine većinu svjetske populacije, u poduzetničkom svijetu one su manjina zbog socijalnog, kulturnog i politički nepogodnog statusa u odnosu na muškarce. Rodna nejednakost na tržištu rada i u poduzetništvu proizlazi iz različitih prilika za obrazovanje i profesionalno usavršavanje, što dalje utječe na sudjelovanje žena u radu, njihov izbor karijere i šanse za napredovanje. Prema GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) istraživanju o ženama u poduzetništvu dokazano je da su žene ipak češće nego muškarci samostalni poduzetnici (1,47 samostalnih poduzetnica na svakog 1 muškarca).

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, utvrđeno je kako je u 2021. godini postotak studenata koji su diplomirali s fakulteta za žene iznosio 61%, dok je za muškarce bio značajno manji, 39%. Ipak, prema anketi o radnoj snazi u 2022. godini je utvrđeno kako je postotak nezaposlenih žena iznosio 53%, a muškaraca 47%. Iz ovih podataka vidljiva je rodna neravnopravnost i može se zaključiti kako obrazovanje ne igra značajnu ulogu kad su u pitanju

muškarci. Žene teže što većem stupnju obrazovanja u nadi kako će imati što bolji posao, ali na kraju budu razočarane.

Kad je u pitanju poslovni svijet, postoje mnogobrojne razlike između muškaraca i žena, u načinu na koji oni vode posao, njihovom ponašanju i sličnim stvarima. Žene češće pokreću poduzetničke pothvate u različitim djelatnostima u usporedbi s muškarcima, najčešće u zdravstvenom sektoru, socijalnom radu, uslužnim djelatnostima, trgovini i obrazovanju. To se razlikuje od tipično „muških“ djelatnosti kao što su građevina, transport i skladištenje (DKolektiv, 2021). Niz istraživanja je pokazao kako žene pri odobravanju kredita moraju platiti višu kamatnu stopu, jer ih se smatra manje poduzetnički orijentiranim i financijski sposobnim. Dakle, muškarci imaju lakši pristup kapitalu i financiranju pri pokretanju poduzetničkog pothvata nego žene, a to im omogućava i olakšava pokretanje i širenje poduzeća. Značajnu razliku čini i motivacija za pokretanjem posla. Naime, žene su okrenute nekim socijalnim i ekološkim faktorima, te gledaju na dobrobit cjelokupne zajednice i načine kako mogu još više doprinijeti. Dakle, pokreću posao iz nefinancijskih razloga, dok su s druge strane muškarci vođeni stvaranjem bogatstva i dodatne zarade (Marković, 2017). Također, postoje razlike koje su vidljive u stilu vođenja. Žene se općenito smatra nježnijim spolom, a to je vidljivo i na tom primjeru. Muškarci su skloniji pokazivanju grublje, agresivne strane, na taj način žele pokazati dominaciju nad svojim podređenima, dok se žene pokušavaju staviti na istu poziciju kao i podređeni, kako bi mogle biti interaktivnije, stvoriti prijateljsku i ugodnu atmosferu koja će automatski poboljšati radnu performansu. Muškarci preferiraju individualni rad, koncentriraniji su na zadatke i rezultate (Biuklić, 2019). Također, nefleksibilnost radnih uvjeta stavlja žene u nepovoljniji položaj jer one često preuzimaju glavnu odgovornost za brigu o obitelji i djeci. Ova odgovornost zahtijeva značajno vrijeme, zbog čega žene češće izostaju s posla, prekidaju radne odnose i pauziraju svoje karijere. To rezultira slabijim poslovnim rezultatima, nižim plaćama i ograničenim mogućnostima za profesionalno napredovanje (Lider Media, 2022).

Prema podacima Eurostata iz 2015. godine, godišnje plaće žena u Europskoj uniji su 16,3% manje od plaća muškaraca, što bi značilo da žena mora raditi 60 dana duže godišnje kako bi postigla ista primanja muškog kolege na istom radnom mjestu. Hrvatska također prati trendove Europske unije, stoga je prema podacima Hrvatskog zavoda za statistiku utvrđeno kako je prosječna mjesečna bruto plaća muškaraca u Hrvatskoj otprilike 13% veća nego plaća žena.

Tablica 3: Prosječne neto i bruto plaće prema spolu u zadnjem tromjesečju 2023.

	Prosječna mjesečna neto plaća	Prosječna mjesečna bruto plaća
Muškarci	1.224,00	1.688,00
Žene	1.156,00	1.589,00
Ukupno	1.192,00	1.643,00

Izvor: Izrada autorice prema Državnom zavodu za statistiku, prosječne neto i bruto plaće prema spolu u zadnjem tromjesečju u 2023.

Unatoč brojnim razlikama, žene i muškarci unose svoje, različite pristupe i perspektive u poduzetništvo, što obogaćuje poslovni svijet. Žene često naglašavaju održivost, socijalnu odgovornost i ravnotežu između poslovnog i privatnog života, dok se muškarci više fokusiraju na brz rast i tehnološke inovacije. Iako se broj žena poduzetnica povećava, još uvijek se suočavaju s preprekama poput otežanog pristupa financiranju i rodnih predrasuda. Ove izazove treba sustavno rješavati kako bi se postigla veća ravnopravnost u poduzetništvu.

4. ŽENE U PODUZETNIŠTVU U HRVATSKOJ

4.1. Poduzetnička aktivnost žena u Hrvatskoj

Ženska populacija čini 52% ukupnog broja stanovnika Republike Hrvatske, dakle više od polovine, ali zastupljenost žena u javnom i gospodarskom životu je značajnije manja. Poduzetnička aktivnost žena je ključna kada je u pitanju razvoj malih i srednjih poduzeća, kako u Hrvatskoj, tako i globalno. Prema statističkim podacima iz izvješća Centra za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, kada je u pitanju vlasnička struktura poduzeća u Hrvatskoj udio žena vlasnica/osnivačica je bio 22% (Alpeza et al., 2022).. Od toga, žene su bile većinski vlasnici u 28.759 poduzeća, dok su u 12.659 poduzeća bile suvlasnice s muškarcima ili drugim pravnim osobama. U razdoblju od 2011. do 2020. godine zabilježen je rast od 3% (s 18% na 22%). Također, podaci iz 2007. godine Hrvatske gospodarske komore (HGK) i Hrvatske udruge poslovnih žena Krug su pokazali kako od 500 najvećih poduzeća prema ukupnom prihodu, 9%, odnosno samo njih 45, za vlasnika poduzeća ima ženu.

U Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj nalaze su rezultati istraživanja koje prikazuju razliku na tržištu rada, kada su u pitanju muškarci i žene

- podzastupljenost žena na upravljačkoj razini poklapa se s njihovom podzastupljenošću u broju sudionika na tržištu rada,
- žene kasnije dolaze na upravljačke funkcije te odlaze s njih ranije, što se poklapa s kasnijim ulaskom žena na tržište rada i ranijim izlaskom s njega,
- bez obzira na činjenicu da je postotak visoko obrazovanih žena na tržištu rada veći od postotka muškaraca te da je postotak visoko obrazovanih žena u trgovačkim društvima koja su sudjelovala u istraživanju veći od postotka muškaraca, u upravljačkim tijelima je situacija obrnuta,
- podjela poslova na razini menadžmenta prema tradicionalnim rodnim ulogama poklapa se s horizontalnom segregacijom područja djelatnosti na tržištu rada

Nadalje, uključenost Hrvatske u *Global Entrepreneurship (GEM)* istraživanje, koje omogućava dugoročno promatranje promjena u poduzetničkoj aktivnosti žena, ali isto tako i međunarodnu usporedbu, sve uz korištenje standardiziranog istraživačkog pristupa.

TEA indeks (*total entrepreneurial activity*) označava broj osoba koje su poduzetnički aktivne, bilo da pokušavaju pokrenuti vlastiti posao ili su vlasnici/menadžeri u poduzeću ne starijem od 42 mjeseca, na 100 anketiranih stanovnika starosne dobi između 18 i 64 godine. TEA prilika je broj poduzetnika koji je u pothvat krenuo potaknut očekivanom pogodnosti tržišnih prigoda (*opportunity-based entrepreneurs*), a TEA nužda predstavlja broj poduzetnika koji je u pothvat krenuo jer nije imao neku drugu alternativu (*necessity-based entrepreneurs*), sve mjereno na 100 anketiranih stanovnika starosne dobi između 18 i 64 godine (Singer et al., 2021).

Glavni značaj TEA indeksa je mjerenje poduzetničke aktivnosti, što je ključno za shvaćanje ekonomske vitalnosti i potencijala za inovacije. Otkriveno je kako je u Hrvatskoj jaz u rodnoj neuravnoteženosti poduzetničkih aktivnosti je iznad prosjeka EU zemalja, s tim da je u 2022. godini broj muškaraca s novopokrenutim poslovnim pothvatima bio 1,8 puta veći od broja žena (Alpeza et al., 2022).

Tablica 4: TEA indeks prema spolu u Republici Hrvatskoj

GODINA	TEA MUŠKARCI %	TEA ŽENE %
2020.	16,1	9,3
2021.	15,5	9,2
2022.	17,0	9,5

Izvor: Izrada autorice prema Singer et al. (2023) Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom 2022.

Tablica prikazuje značajnu razliku između muškaraca i žena, a čak je vidljiv i pad poduzetničke aktivnosti kod oba spola u razdoblju COVID-19 virusa. GEM istraživanje objašnjava ovu razliku činjenicom da žene imaju nešto slabiju percepciju prilika, veći strah od neuspjeha i niže samopouzdanje u svoje poduzetničke kompetencije. To pokazuje da čimbenici poput pristupa financijskim sredstvima, umreženost i organizacije obiteljskog života imaju različit utjecaj na žene u odnosu na muškarce. Povezano s tim, tablica 5 prikazuje omjer poduzetničke aktivnosti muškaraca i žena.

Tablica 5: Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, po dobnim skupinama i rodosti

DOBNE SKUPINE	TEA MUŠKARCI / TEA ŽENE		
	2020.	2021.	2022.
18-24	1,4	2,8	2,4
25-34	2,3	1,3	1,7
35-44	2,3	1,9	2,1
45-54	1,3	1,4	1,3
55-64	2,4	3,1	1,6
PROSJEK	1,9	1,7	1,8

Izvor: Izrada autorice prema Singer et al. (2023) Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom 2022.

Razlike u razinama poduzetničke aktivnosti među ženama i muškarcima nastaju iz tradicionalnog okvira i iz uloge žene u obiteljskom životu (CEPOR, 2016). Dugogodišnjim istraživanjem se uočava dugotrajan i značajan jaz u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena, ukazujući na postojanje prepreka koje ometaju razvoj ženskog poduzetništva te potrebu za još boljim razvojem programa za osnaživanje žena u poduzetništvu.

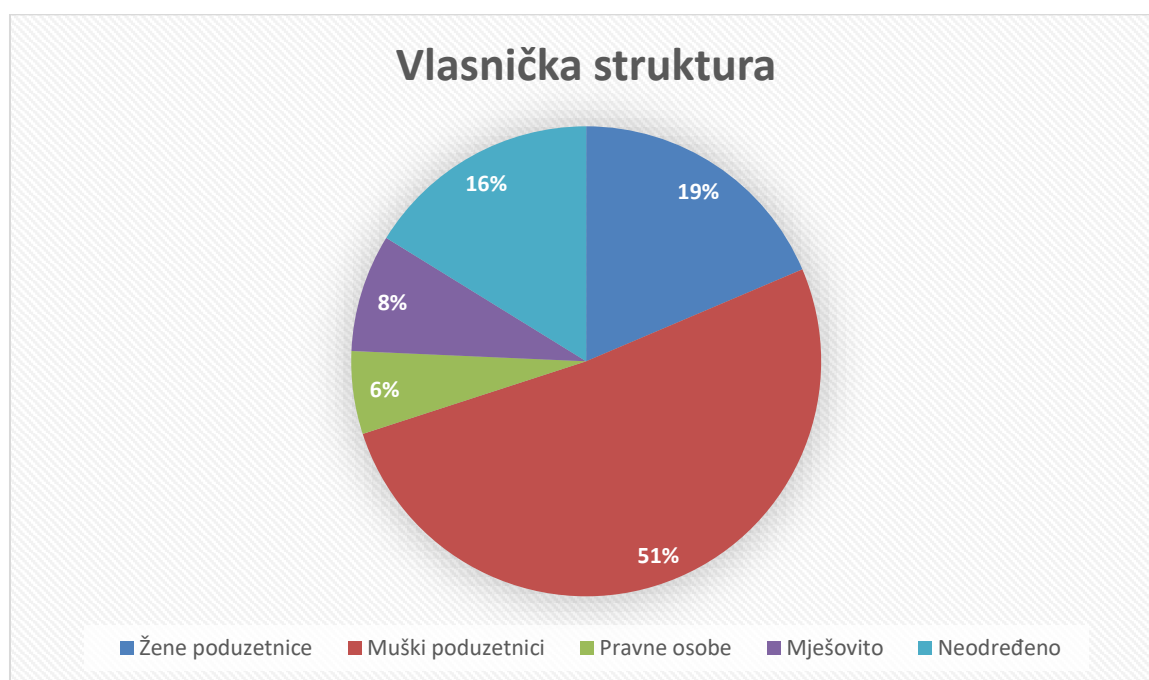
Financijska agencija (FINA) provela je istraživanje vezano uz udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava. Rezultati su ukazali na to kako se u razdoblju od 2012. do 2021. godine udio žena u poduzetništvu (žene osnivačice i mješoviti osnivači) u sveukupnom broju trgovačkih društava pomicao od najnižeg udjela 2021. godine od 26,7% do najvišeg udjela 2016. godine od 33,1%. Ako analiziramo vlasničku strukturu trgovačkih društava prema rodnom kriteriju po županijama za 2021. godinu, najveći udio poduzeća koja su u potpunosti u vlasništvu žena zabilježen je u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji (21,2%), dok je namanji udio zabilježen u Požeško-slavonskoj županiji (15,4%).

Kad je u pitanju sektor djelatnosti u kojem žene započinju sa svojim poduzetničkim pothvatima, stanje je sljedeće (Alpeza et al., 2022):

- ostale uslužne djelatnosti (58,9%)
- stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (30,9%)
- trgovina (21%)

U području uslužnih djelatnosti poduzetnice imaju najveći udio, no najveći broj poduzetnica je u području stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti.

Grafikon 1: Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2021. godini u RH, prema rodnom kriteriju



Izvor: Izrada autorice prema Financijska agencija (FINA), Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava – razdoblje od 2012. do 2021. godine

4.2. Budućnost žena u poduzetništvu

Žene se, već spomenuto, bore sa uklanjanjem stereotipa koji prevladavaju u našem društvu, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. One predstavljaju osjetljivu skupinu na tržištu rada, stoga se njihovi problemi često zanemaruju uz izgovor da su manje važni u kontekstu nepovoljnog društveno-gospodarskog okruženja.

Usprkos tome, njihov utjecaj na tržištu rada nastavlja sa svojim rastom i razvojem, počinje ih se više cijeniti i stavljati u isti rang s muškarcima. Povećana suradnja između muškaraca i žena će poboljšati učinkovitost, zahvaljujući idealnoj kombinaciji kvaliteta koje oba spola donose. Žene se danas sve češće nalaze na poslovima i pozicijama koje su donedavno smatrane prvenstveno muškima. Sukladno rastućem udjelu u ukupnoj radnoj snazi, sve veći broj žena teži postizanju i menadžerske karijere.

Ocjenjujući budućnost žena poduzetnica u Hrvatskoj, moguće je očekivati da će poduzetništvo žena biti još značajniji izvor novog zapošljavanja, samozapošljavanja, novog poduzetništva i gospodarskog razvitka. S obzirom da i dan danas postoji niz ograničenja (ekonomska, socijalna,

ravnopravnost spolova i dr.) za razvoj žena u poduzetništvu, cilj aktivne vladine politike je doprinijeti unapređenju žena u poduzetništvu u Hrvatskoj – stvaranjem okruženja, dostupnih informacija, savjetodavnih usluga i prilagođenih edukacijskih programa, mogućnost realizacije svog ekonomskog osamostaljenja osnivanjem vlastitih poduzeća, obrta i ostalih oblika samozapošljavanja (Buble, Kružić, 2006: 147)..

Postoje brojni programi poticanja razvoja žena u poduzetništvu putem kreditiranja ili drugih vidova pomoći (savjetovanje, trening, edukacija i sl.) koji su navedeni u nastavku.

Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR), je u travnju 2021. osnovala program kreditiranja „Poduzetništvo mladih, žena i početnika“. Program se fokusira na kreditiranje poduzeća koja su u osnivanju i razvoju, iznosima od 50 do 400 tisuća eura. Također, moguće je kreditirati do 100% predračunske vrijednosti investicije bez PDV-a za kredite do 100 tisuća eura, uz kamatnu stopu od 2% (HBOR, 2023).

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) kroz svoje programe podržava razvoj mikro, malih i srednjih poduzeća, uključujući inicijative usmjerene na poticanje žena u poduzetništvu. Nudi mogućnosti profesionalnih savjetodavnih i stručnih usluga, traženja međunarodnih partnera, mentorstvo, a cilj takvim programima je olakšati pristup kreditima, smanjiti kamatne stope te povećati zapošljavanje (HAMAG-BICRO, 2023).

Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD) u 2021. nastavila je provoditi *Woman In Business* program, usmjeren na mala i srednja poduzeća koja vode žene. EBRD nastoji osnažiti žene u njihovim naporima da unaprijede, razviju i ojačaju konkurentnost svojih tvrtki na tržištu, pružajući im pristup financiranju kroz partnerske banke, poslovno savjetovanje, treninge, mentorstvo i izgradnju mreže kontakata (Alpeza et al., 2022).

Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje (CESI) neprofitna je udruga koja je osnovana zbog problema narušavanja ljudskih prava, posebno ženskih. Od osnivanja pa sve do danas su proveli mnoge programe i aktivnosti vezane uz poticanje žena u pokretanju poduzeća. Od 2021. do 2023. godine, CESI provodi projekt "Radnica – Rodna jednakost u svijetu rada" s ciljem razumijevanja problematike te rješavanja nejednakosti i diskriminacije žena u svijetu rada (CESI, 2023).

Hrvatska udruga poslovnih žena (KRUG) udruga je koja za cilj ima razvoj sposobnosti i postignuća poslovnih žena, uspostava međusobne komunikacije poslovnih žena te komunikacije s poslovnim ženama u svijetu, zaštita poslovnog integriteta i individualne

osobnosti poslovne žene i mnoge druge. Udruga djeluje kroz organizaciju seminara, okruglih stolova, savjetovanja te neformalnog druženja članica (CEPOR – Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.).

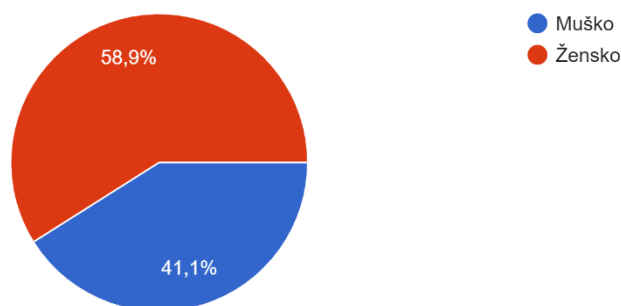
Women in Adria poslovna je mreža koja je osnovana s ciljem pružanja podrške, umrežavanja i edukacija za žene, u Hrvatskoj i regiji, koje su se odlučile na ulazak u poslovni i poduzetnički svijet. Sama mreža djeluje kroz web portal, društvene mreže i organizaciju događaja umrežavanja. Ovo je primjer dobrog načina za poticanje i pomoć poduzetnicama u bilo kojoj fazi svog poslovanja, bilo to na samom početku ili pak završetku. 2023. godina je bila deveta godina zaredom otkako su se birale najuspješnije i najbolje poduzetnice godine. U 2023. godini nagrade su bile dodijeljene u pet kategorija, a proglašene pobjednice su bile Nika Pintar, Anđela Buconjić Šutija, Marijana Knezoci, Maja Brlek Krmić te Glorija Curavić. To je tek nekolicina imena iza kojih se nalaze uspješne žene poduzetnice, a ima ih još mnogo. Potencijala ima posvuda, u svakom poslovnom sektoru, stoga se društvo treba prilagoditi modernom dobu u kojem živimo, te staviti iza sebe rodnu neravnopravnost i ostala tradicionalna shvaćanja.

Sve se više razvija svijest o ženama u poduzetništvu i općenito u poslovnom svijetu, otklanjaju se stereotipi i mitovi o poslovnoj (ne)uspješnosti žena i koje postaje filozofija napretka, stvaranja nove vrijednosti, generiranja novih radnih mjesta, i općeg društvenog, kulturnog i socijalnog razvoja (Buble, Kružić, 2006: 147).

5. OPIS ISTRAŽIVANJA I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U svrhu izrade završnog rada provedeno je istraživanje putem online anketnog upitnika pod nazivom „Istraživanje o ženama u poduzetništvu“. Cilj je bio vidjeti stavove i mišljenja koja ispitanici imaju o navedenoj problematici. Anketni upitnik je popunjen od strane 95 ispitanika u razdoblju od 3 tjedna.

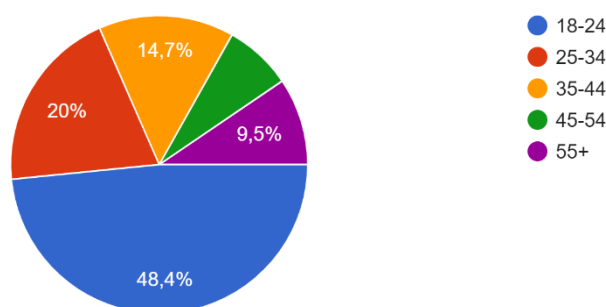
Grafikon 2: Spol ispitanika



Izvor: izrada autora

Anketno istraživanje provedeno je na slučajnom uzorku od 95 ispitanika. Od njih 95, 56 je ženskog spola, odnosno 58,9%, dok je 39 ispitanika (41,1%), muškog spola.

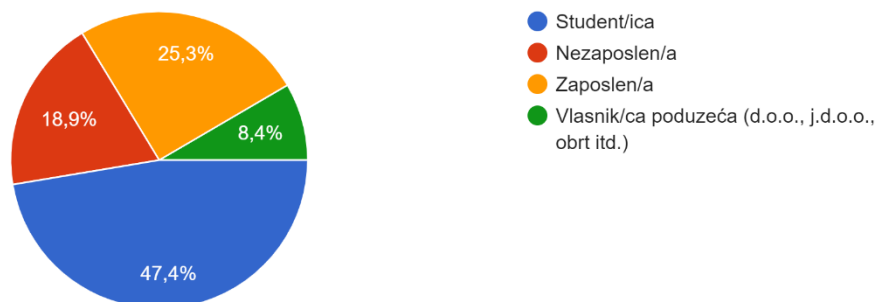
Grafikon 3: Dob ispitanika



Izvor: Izrada autora

Grafikon 3. prikazuje podjelu ispitanika prema dobi. Anketa je najvećim dijelom popunjena od strane osoba između 18 i 24 godine, odnosno 48,4%. 20% ispitanika ima između 25 i 34 godine, 14,7% ima između 35 i 44 godine, 7,4% ima između 45 i 54 godine, dok je anketu riješilo 9,5% ispitanika koji imaju više od 55 godina.

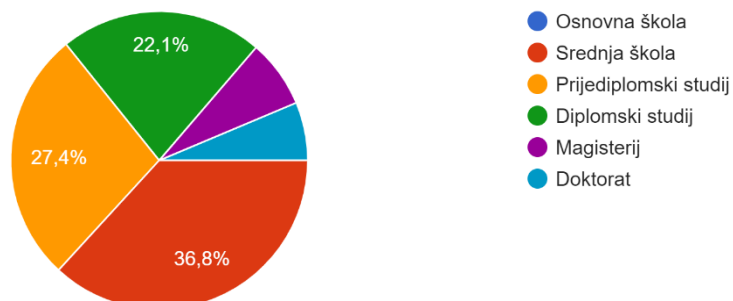
Grafikon 4: Status ispitanika



Izvor: Izrada autora

S obzirom da je anketa provedena na slučajnom uzorku ljudi, njih najviše (47,4%) su studenti. 25,3% ispitanika su zaposleni, dok ih je nezaposlenih bilo 18,9%. Vlasnika poduzeća koji su ispunili anketu bilo je 8,4%.

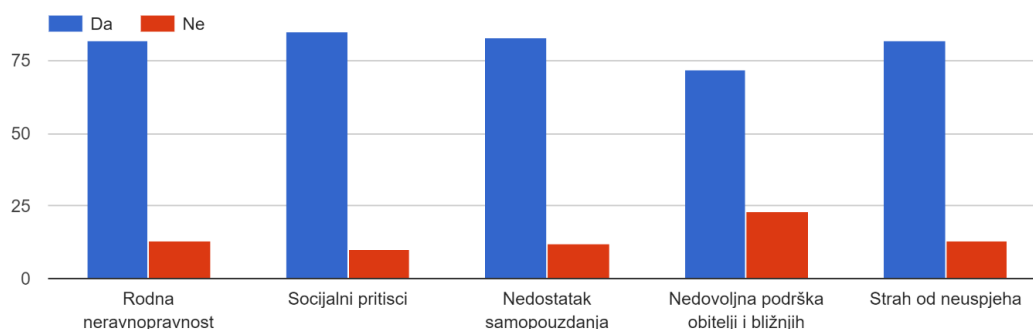
Grafikon 5: Stupanj obrazovanja ispitanika



Izvor: izrada autora

Po stupnju obrazovanja, najviše njih bilo je srednje škole, 36,8%. 27,4% ispitanika imalo je prijediplomski studij, 22,1% diplomski studij, 7,4% magisterij, te 6,3% doktorat.

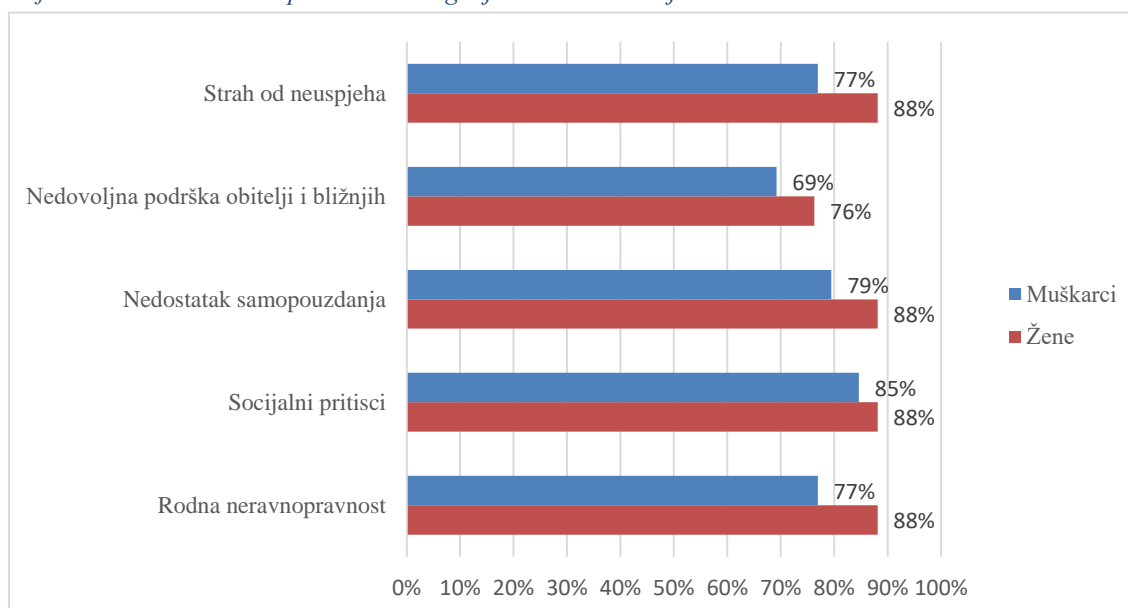
Grafikon 6: Sprječavanje žena za ulazak u svijet poduzetništva



Izvor: Izrada autora

Sljedeći rezultati (grafikon 6) prikazuju odgovore na dio upitnika koji je ispitivao percepciju o izazovima žena prilikom pokretanja poslovnog pothvata. Ispitanici su pokazali visoku razinu slaganja sa svim navedenim izazovima koje žene imaju. Najviše pozitivnih odgovora dobila je kategorija „Socijalni pritisci“, čak 85 pozitivnih odgovora od 95, zatim „Nedostatak samopouzdanja“ sa 83 pozitivna odgovora. 82 pozitivna odgovora ostvarena su u kategorijama „Rodna neravnopravnost“ te „Strah od neuspjeha“, dok je najmanje pozitivnih odgovora dobila kategorija „Nedovoljna podrška obitelji i bližnjih“, odnosno 72 odgovora.

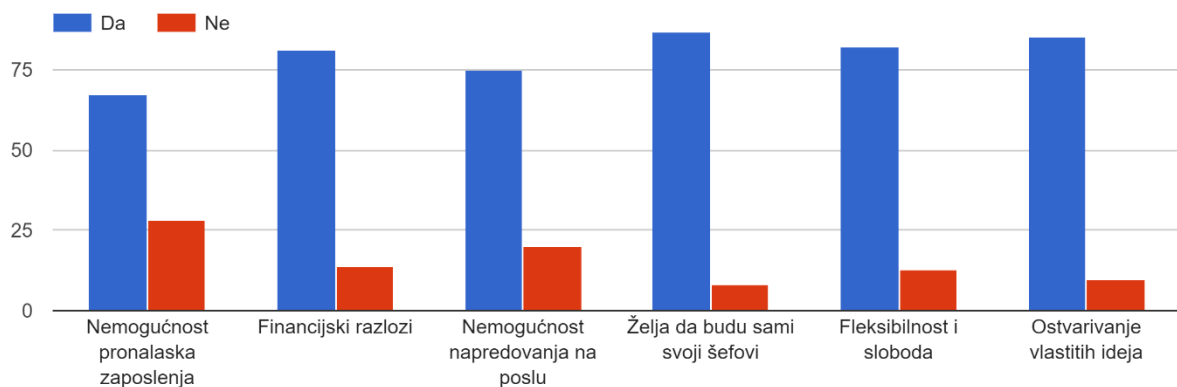
Grafikon 7: Razlika među spolovima o slaganju s navedenim izjavama



Izvor: Izrada autora

Zanimljivo je istaknuti sličnosti odnosno razlike između toga kako su muškarci odgovarali ova pitanja, a kako žene. U grafikonu 7. je prikazano koliko je muškaraca a koliko žena odgovorilo potvrdnim odgovorom. Vidimo visoku razinu slaganja žena s navedenim izjavama. Iako je slaganje s izjavama nešto manje kod muškaraca, također su slaganja u dosta velikim postotcima. Iz toga možemo zaključiti kako su i muškarci mišljenja da navedene stvari predstavljaju kočnicu ženama, što se može uzeti kao dobra stvar, jer je to početan korak pri iskorjenjivanju problema.

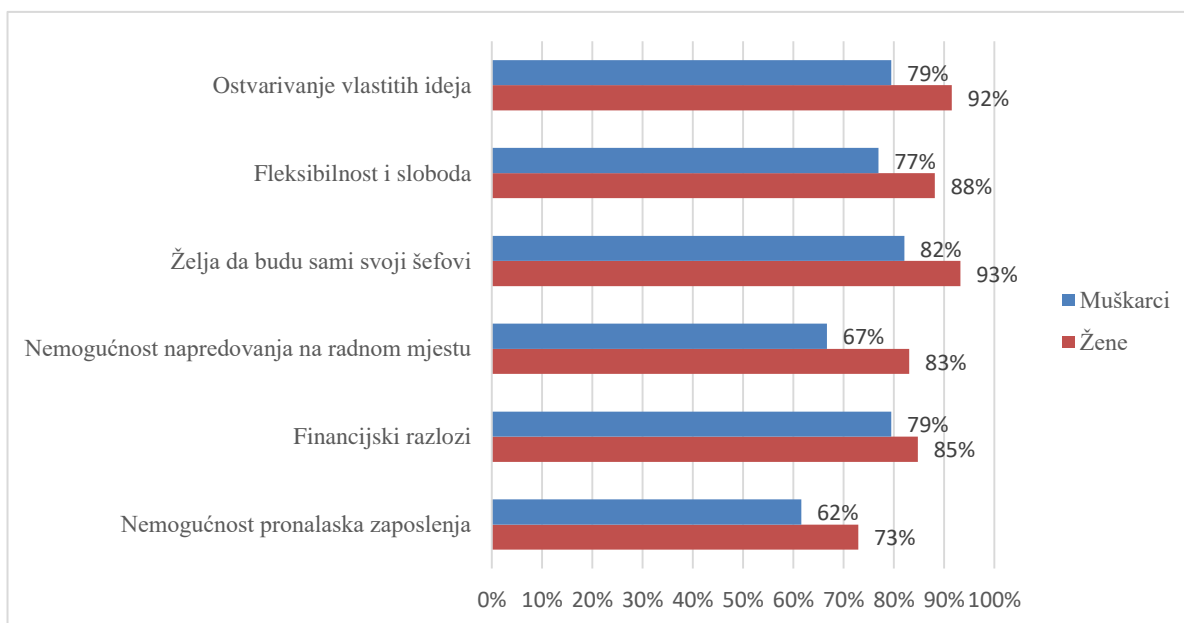
Grafikon 8: Motivacija žena za ulazak u svijet poduzetništva



Izvor: Izrada autora

Na pitanje što motivira žene za ulazak u svijet poduzetništva, bilo je ponuđeno nekoliko odgovora. Najviše potvrdnih odgovora bilo je da žene najviše motivira želja da budu sami svoji šefovi, odnosno 87 od 95. Zatim, 85 ispitanika je odgovorilo kako žene motivira ostvarivanje vlastitih ideja, dok je njih 82 odgovorilo kako ih motivira fleksibilnost i sloboda. 81 ispitanik odgovorio je da žene motiviraju financijski razlozi, njih 75 odgovorilo je da ih motivira nemogućnost napredovanja na poslu, a njih 67 je odgovorilo da ih motivira nemogućnost pronalaska zaposlenja.

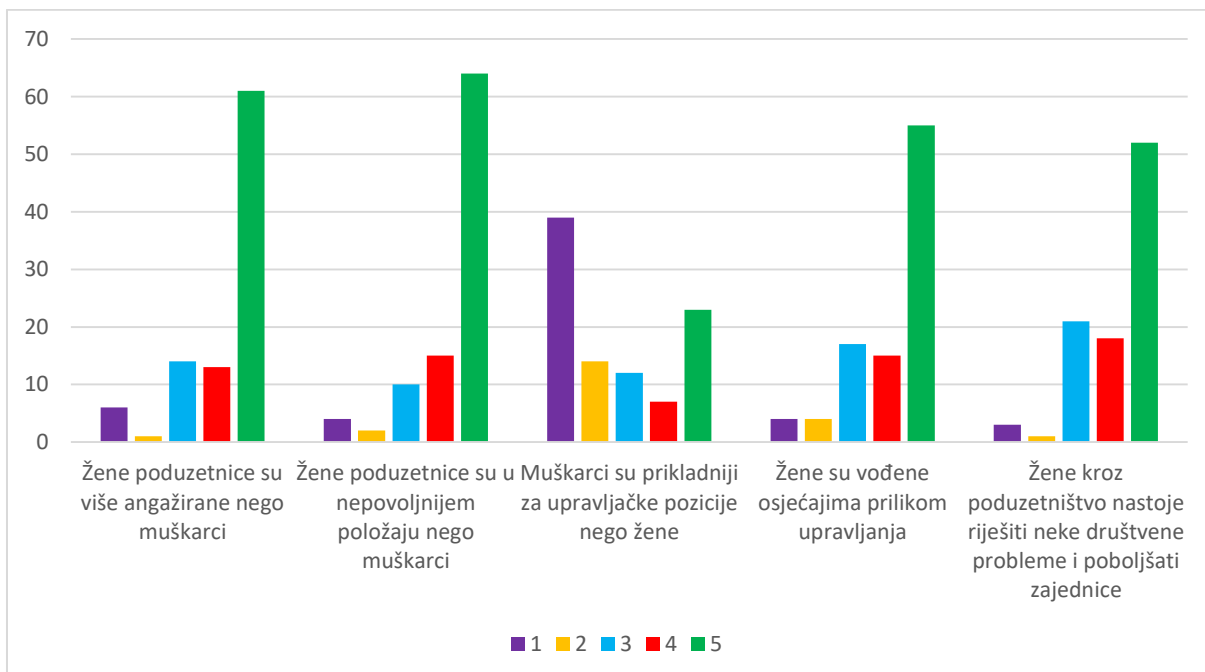
Grafikon 9: Razlika među spolovima o slaganju s navedenim izjavama



Izvor: Izrada autora

Povezano s tim, u grafikonu 9. prikazano je koliko muškaraca je odgovorilo sa „Da“, a koliko žena. Kao i u prethodnom pitanju, ima nešto više žena nego muškaraca koji se slažu s izjavama vezanima uz motivaciju za pokretanje poslovnog pothvata.

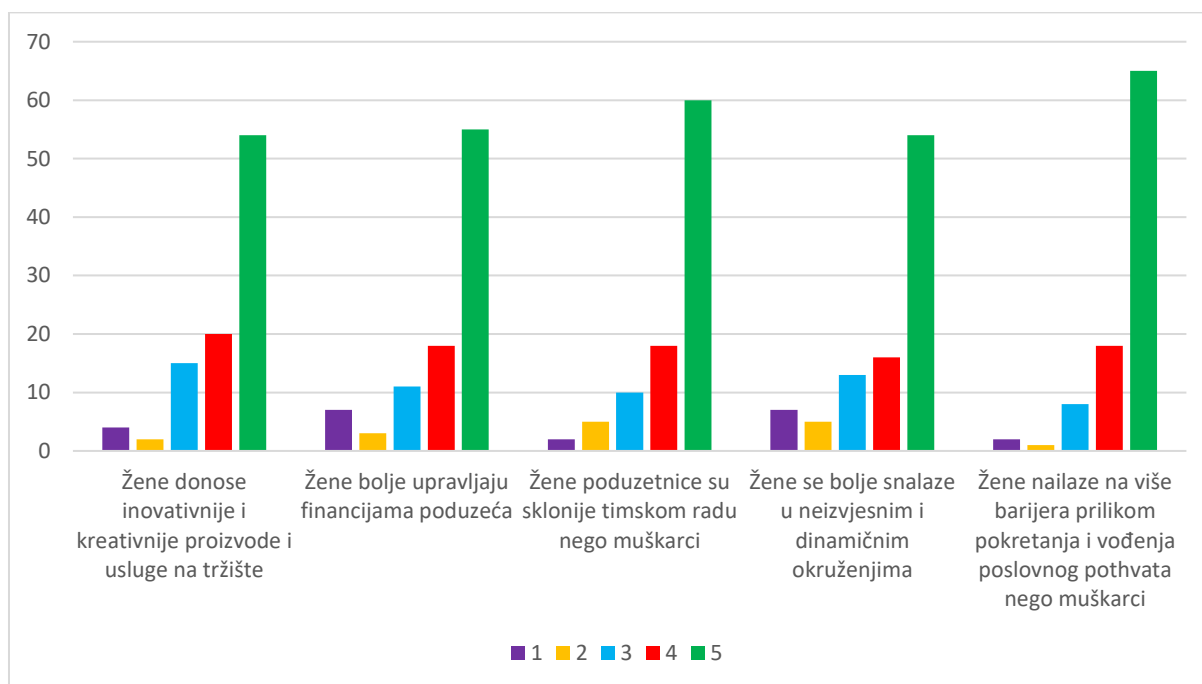
Grafikon 10: Stupanj slaganja s navedenim izjavama



Izvor: Izrada autorice

Idući dio ankete bile su izjave u kojima su ispitanici trebali označiti svoj stupanj slaganja, odnosno ne slaganja. Ispitanici su ih ocijenili ocjenama od 1 do 5, gdje je 1 – u potpunosti se ne slažem s navedenom izjavom, a 5 – u potpunosti se slažem s navedenom izjavom. Njih 61 od ukupno 95 se u potpunosti slaže kako su žene poduzetnice više angažirane nego muškarci, dok je onih koji se u potpunosti ne slažu u manjini, odnosno 6. Prosječna ocjena za ovo pitanja iznosila je 4,25. Zatim, 64 od 95 ispitanika se u potpunosti slažu da su žene poduzetnice u nepovoljnijem položaju nego muškarci, a onih koji se ne slažu s tom tvrdnjom ima znatno manje, dok je prosječna ocjena 4,35. 39 od 95 ispitanika se ne slaže s izjavom da su muškarci prikladniji za upravljačke pozicije nego žene, a onih koji se slažu s tom tvrdnjom ima 23, dok je prosječna ocjena 2,56. 55 ispitanika se u potpunosti slaže s izjavom da su žene vođene osjećajima prilikom upravljanja, gdje je prosječna ocjena 4,15, a 52 da one kroz poduzetništvo nastoje riješiti neke društvene probleme i poboljšati zajednice, dok je onih koji se ne slažu s tim izjavama znatno manje, zajedno s prosječnom ocjenom od 4,18.

Grafikon 11: Stupanj slaganja s navedenim izjavama



Izvor: Izrada autorice

U idućim izjavama se uglavnom većina ispitanika u potpunosti slažu s njima, dok je njih koji se ne slažu vrlo malo. 54 od 95 ispitanika se slaže kako žene donose inovativnije i kreativnije proizvode i usluge na tržište, s prosječnom ocjenom od 4,21. Prosječna ocjena od 4,10 ostvarena je u izjavi kako žene bolje upravljaju financijama poduzeća, gdje ih se 55 slaže s tom izjavom.

60 od 95 ih se slaže kako su žene sklonije timskom radu nego muškarci, odnosno prosječna ocjena je 4,32. Njih 54 od ukupnog broja ispitanika se slaže kako se žene bolje snalaze u neizvjesnim i dinamičnim okruženjima, a ovdje prosječna ocjena iznosi 4,06. Najviše ispitanika se složilo s izjavom da žene nailaze na više barijera prilikom pokretanja i vođenja poslovnog pothvata nego muškarci, odnosno 65 ispitanika, što znači da je prosječna ocjena 4,42.

Tablica 6: Prosječne ocjene izjava

Izjava	Prosječna ocjena ukupno	Prosječna ocjena muškarci	Prosječna ocjena žene
1. Žene poduzetnice su više angažirane nego muškarci.	4,25	4,10	4,41
2. Žene poduzetnice su u nepovoljnijem položaju nego muškarci.	4,35	4,31	4,46
3. Muškarci su prikladniji za upravljačke pozicije nego žene.	2,56	3,33	2,07
4. Žene su vođene osjećajima prilikom upravljanja.	4,15	4,51	3,96
5. Žene kroz poduzetništvo nastoje riješiti neke društvene probleme i poboljšati zajednice.	4,18	3,95	4,39
6. Žene donose inovativnije i kreativnije proizvode i usluge na tržište.	4,21	3,90	4,48
7. Žene bolje upravljaju financijama poduzeća.	4,10	3,82	4,43
8. Žene poduzetnice su sklonije timskom radu nego muškarci.	4,32	4,36	4,36
9. Žene se bolje snalaze u neizvjesnim i dinamičnim okruženjima.	4,06	3,92	4,23
10. Žene nailaze na više barijera prilikom pokretanja i vođenja poslovnog pothvata nego muškarci.	4,42	4,39	4,61

Izvor: Izrada autora

Zanimljivo je vidjeti razlike koje proizlaze iz prosječnih ocjena žena i muškaraca. Jedina percepcija koja je istovjetna kod oba spola je da su žene sklonije timskom radu nego muškarci

s jednakom prosječnom ocjenom od 4,36. Razlike se uočavaju kod svih drugih ocjena. Kao najzanimljivije se izdvajaju percepcija kako žene nailaze na više barijera nego muškarci, koju žene ocjenjuju sa 4,61, a muškarci sa 4,39. Također zanimljivo je kako žene smatraju da su inovativnije i kreativnije, dok muškarci imaju drugačiju percepciju o navedenom pitanju. Također žene daju veću prosječnu ocjenu izjavu da žene bolje upravljaju financijama poduzeća (4,43), nego što se muškarci s time slažu (3,82). Muškarci također smatraju da su žene vođene osjećajima prilikom upravljanja (4,51), za razliku od žena koje daju nešto nižu ocjenu (3,96).

6. ZAKLJUČAK

Problematika žena u poduzetništvu seže još iz daleke prošlosti, jer je oduvijek položaj žena u društvu bio drugačiji nego položaj muškaraca. Žene nisu imale pravo glasa, pravo pohađanja sveučilišta i obrazovanja, a smatralo se da je njihova glavna uloga odgajati djecu i voditi brigu za obitelj. Također ih se smatralo manje sposobnima od muškaraca, ali upravo zbog toga su se one trudile dokazati suprotno. Postupno su se uključivale u poslovni svijet, te unosile značajne promjene.

S obzirom da se razlikuju od muškaraca po načinu vođenja posla, osobinama i vještinama, zapravo su pokazale bolje rezultate na različitim područjima. Žene nemaju motiv za generiranje profita kao što je to kod muškaraca, one su više okrenute stvaranju ugodne i prijateljske atmosfere između zaposlenika, te konstantno uključivanje njih u donošenje najvažnijih odluka, dakle njihov motiv je postizanje nekog zajedničkog cilja. S obzirom da su nježniji spol, zaposlenici se osjećaju ugodnije kad je njihov nadređeni žena, jer ne trpe onu grublju stranu koju bi dobili da je muškarac na tom mjestu.

Nažalost, i dan danas se susreću s mnogim preprekama i izazovima koji su tu zbog ukorijenjenih stereotipa i tradicionalno pogleda na poslovni svijet. Ženama je otežan dolazak do financijskih sredstava jer ih se smatra manje financijski sposobnima, ali mnoga istraživanja su dokazala kako su opreznije i pažljivije od muškaraca kad je u pitanju novac. Također, zbog mišljenja kako je ženina glavna uloga briga o djeci i obitelji, teško im je uskladiti privatni i poslovni život, stoga često ostaju bez posla ili pak dobrovoljno odlaze.

Također je dokazano kako je prosječna mjesečna bruto plaća muškaraca u Hrvatskoj otprilike 13% veća nego plaća žena. Postoje značajna istraživanja, kao što je GEM, koja su između ostalog fokusirana na praćenje promjena poduzetničke aktivnosti. Uočene su značajne razlike između žena i muškaraca, što znači da i dalje nije potpuno uklonjena rodna neravnopravnost i žene će se nastaviti boriti za izjednačavanje. Uz to, došlo je i do pojave raznih strategija za pomoć u razvoju ženama poduzetnicama kojima se pokušavaju ukloniti stereotipi i tradicionalna shvaćanja.

Putem provedenog istraživanja u obliku online anketnog upitnika, izdvojeni su zanimljivi rezultati. Očekivano, većina ispitanika se složila kako socijalni pritisci, rodna neravnopravnost,

strah od neuspjeha, nedostatak podrške od okoline te nedostatak samopouzdanja sprječavaju žene za ulazak u svijet poduzetništva. Također, velika većina se složila s tim kako su razlozi motivacije žena za ulazak u svijet poduzetništva financijski razlozi, nemogućnost pronalaska zaposlenja, fleksibilnost i sloboda, ostvarivanje vlastitih ideja, nemogućnost napredovanja na poslu te želja da budu sami svoji šefovi. Zbog navedenih razloga, ženama je potrebno stvoriti ugodno i pozitivno okruženje u kojem će moći ostvariti svoje ciljeve. Također, potrebno je pružiti im podršku i financijski, ne uskraćivati ih za neke stvari koje bi vrijedila drugačije kod muškaraca, kako bi mogle ravnopravno konkurirati na tržištu rada.

U anketi su ispitanici istaknuli kako se slažu s nekim izjavama, kao npr. da su žene više angažirane od muškaraca, da su u nepovoljnijem položaju, da su sklonije timskom radu, ali isto tako i da nailaze na više barijera i prepreka nego muškarci. Također, velika većina ispitanika se slaže s tim da se žene bolje snalaze u dinamičnim i neizvjesnim okolinama, da bolje upravljaju financijama poduzeća, da donose inovativnije i kreativnije proizvode i usluge na tržište, te da su više vođene osjećajima prilikom upravljanja. Međutim, izjava u kojoj se većina ispitanika nije složila je ta da su muškarci prikladniji za upravljačke pozicije. Dakle, vidljivo je kako žene u poduzetništvu općenito predstavljaju velik potencijal za ekonomski rast i inovacije, međutim, potrebno ih je gurati naprijed na ispravan način.

S obzirom da se svijest o ženama u poduzetništvu povećava, sigurno je za očekivati da će kroz buduće vrijeme doći do boljeg položaja i statusa. Svakodnevno su u borbi za ravnopravnost i postižu dobre poslovne rezultate kojima dokazuju suprotno od onoga što društvo misli.

LITERATURA

1. Alpeza, M., Basarac Sertić, M., Delić, A., Has, M., Koprivnjak Popović, T., Križanović, K., Kuček, S., Mezulić Jurić, P., Novosel, M., Oberman, M., Oberman Peterka, S., Perić, J., Petričević, J., Šimić Banović, R., Vučković, V. (2022). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021. : Mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj u uvjetima pandemije bolesti COVID-19. Dostupno na: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf> [pristupljeno 8.6.2024.]
2. Batošić, S. (2018). Žene u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. Dostupno na: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A2339/datastream/PDF/view> [pristupljeno 8.6.2024.]
3. Bilobrk, J. (2018). Žene poduzetnice, Sveučilište u Rijeci. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/veleri%3A1263/datastream/PDF/view> [pristupljeno 8.6.2024.]
4. Biuklić, M. (2019). Stilovi vodstva i žene u menadžmentu, Sveučilište u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/aupos%3A108/datastream/PDF/view> [pristupljeno 8.6.2024.]
5. Buble, M., Kružić, D. (2006). *Poduzetništvo-realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, Split
6. CESI (2023). Radnica – rodna jednakost u svijetu rada. Dostupno na: <https://www.cesi.hr/radnica-rodna-jednakost-u-svijetu-rada/> [pristupljeno 8.6.2024.]
7. Čikor, L. (2020). Poduzetništvo žena, Sveučilište u Puli. Dostupno na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A6465/datastream/PDF/view> [pristupljeno 8.6.2024.]
8. Ćosić, S. (2022). Ulaganje u žensko poduzetništvo velika je razvojna prilika. Dostupno na: <https://lidermedia.hr/ukratko/ulaganje-u-zensko-poduzetnistvo-velika-je-razvojna-prilika-145774> [pristupljeno 8.6.2024.]
9. DKolektiv (2021). Žensko poduzetništvo – put u ravnopravnost. Dostupno na: <https://www.dkolektiv.hr/public/storage/documents/publications/zensko-poduzetnistvo-put-u-ravnopravnost.pdf> [pristupljeno 8.6.2024.]
10. Državni zavod za statistiku, (2023). Žene i muškarci u Hrvatskoj 2023. Dostupno na: https://podaci.dzs.hr/media/cr5nm1o5/women_and_man_2023.pdf [pristupljeno 8.6.]

11. Državni zavod za statistiku (2024). Broj zaposlenih. Dostupno na: [Državni zavod za statistiku - Broj zaposlenih u ožujku 2024. porastao za 1,7% u odnosu na isti mjesec prethodne godine \(gov.hr\)](#) [pristupljeno 8.6.2024.]
12. Državni zavod za statistiku (2024). Prosječne mjesečne neto i bruto plaće zaposlenih prema spolu. Dostupno na: [RAD-2023-1-5/4 Prosječne mjesečne neto i bruto plaće zaposlenih prema spolu u 2023. | Državni zavod za statistiku \(dzs.hr\)](#) [pristupljeno 8.6.2024.]
13. Emami Langroodi, F. (2021). *Schumpeter's Theory of Economic Development*. Dostupno na: [\(PDF\) Schumpeter's Theory of Economic Development: A Study of the Creative Destruction and Entrepreneurship Effects on the Economic Growth \(researchgate.net\)](#) [pristupljeno 8.6.2024.]
14. Eurostat (2019). Plaće i troškovi rada. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Pla%C4%87e_i_tro%C5%A1kovi_rada&oldid=418285#Razlike_u_pla.C4.87ama_izme.C4.91u_spolova [pristupljeno 8.6.2024.]
15. FINA (2022). Udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava. Dostupno na: [Udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava od 2012. do 2021. godine - Fina](#) [pristupljeno 8.6.2024.]
16. Funda, D. (2011). *Menadžment malog poduzeća*, Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti
17. Galić, B. (2011.) *Žene i rad u suvremenom društvu-značaj orodnjenog rada*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/106713> [pristupljeno 8.6.2024.]
18. GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/23 Women's Entrepreneurship Report. Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship> [pristupljeno 8.6.2024.]
19. Gosarić, I. (2016). Povijesni razvoj poduzetništva na primjeru ženskog poduzetništva, Sveučilište Sjever. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unin%3A714/datastream/PDF/view> [pristupljeno 8.6.2024.]
20. Grgić, M., Bilas, V., Franc, S. (2010). *Poduzetništvo u međunarodnoj ekonomiji*, Sinergija nakladništvo, Zagreb
21. HAMAG-BICRO (2023). Podrška razvoju poslovanja. Dostupno na: <https://hamagbicro.hr/podrška-razvoju-poslovanja/> [pristupljeno 8.6.2024.]

22. Hrvatska banka za obnovu i razvitak (2023). Poduzetništvo mladih, žena, početnika i ostalih posebnih segmenata. Dostupno na: <https://www.hbor.hr/poduzetnistvo-mladih-zena-pocetnika-i-ostalih-posebnih-segmenata-394/394> [pristupljeno 8.6.2024.]
23. Kolaković, M. (2006). *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija nakladništvo, Zagreb
24. Kraljević, I. (2021). Poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj, Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/bak:1197/datastream/PDF/view> [pristupljeno 8.6.2024.]
25. Lider Media (2022). Što je ključ za povećanje broja žena na upravljačkim pozicijama? Dostupno na: <https://lidermedia.hr/konferencije-i-edukacije/sto-je-kljuc-za-povecanje-broja-zena-na-upravljackim-pozicijama-146742> [pristupljeno 8.6.2024.]
26. Lončarić, A. (2015). Poduzetništvo žena u Istarskoj županiji, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Dostupno na: <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A146/datastream/PDF/view> [pristupljeno 8.6.2024.]
27. Margetić, L. (1998). *Opća povijest prava i države*, Rijeka
28. Marković, I., (2017). Žene u poduzetništvu – izazovi i ograničenja, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. Dostupno na: <https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A1197/datastream/PDF/view> [pristupljeno 8.6.2024.]
29. Moj Posao (2007). Samo 9 posto najvećih tvrtki u Hrvatskoj na čelu imaju ženu. Dostupno na: <https://www.moj-posao.net/Vijest/63744/Samo-9-posto-najvecih-tvrtki-u-Hrvatskoj-na-celu-imaju-zenu/> [pristupljeno 8.6.2024.]
30. Orešković, P. (2023). Najbolje poduzetnice 2023. godine. Dostupno na: <https://www.womeninadria.com/najbolje-poduzetnice-2023-godine/> [pristupljeno 10.6.2024.]
31. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2023). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Dostupno na: <https://www.cepor.hr/GEM%20zbornik%202022%2005%2007%202023.pdf> [pristupljeno 8.6.2024.]
32. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2021). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih

poduzeća i poduzetništva. Dostupno na: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf> [pristupljeno 8.6.2024]

33.

34. Škorić, A. (1995). *Uvod u poduzetništvo*, HITTA-CONSULTING, Zagreb

35. Štavlić, K. (2018). *Mikro poduzetništvo-resursi, potencijali i uspješnost*, Požega

36. Tubić, D., Bakan, R., Ciriković, E., Tolušić, E., Špeh, I. (2016). *Uvod u poduzetništvo*, Virovitica

37. Vlada Republike Hrvatske, (2010). Strategija razvoja ženskog poduzetništva od 2010. do 2013. Dostupno na: https://ravnopravnost.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/preuzimanje/dokumenti/nac_strat/Strategija%20razvoja%20%C5%BEenskog%20poduzetni%C5%A1tva%20u%20Republici%20Hrvatskoj%202010.-2013.pdf [pristupljeno 8.6.2024.]

38. Vlada Republike Hrvatske, (2014). Strategija razvoja ženskog poduzetništva od 2014. do 2020. Dostupno na: https://mingo.gov.hr/UserDocsImages/GLAVNO%20TAJNI%C5%A0TVO/Strategija,%20planovi%20i%20ostali%20dokumenti/Strategija_razvoja_poduzetni%C5%A1tva_zena_RH12117.pdf [pristupljeno 8.6.2024.]

39. Vuk, Blaženka; Vukičević Milan i dr. (2006). *Primijenjeno poduzetništvo*. Beretin d.o.o. Split

40. Vuković, I. (1999). *Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu*, Dalmatina, Zagreb

41. Vuković, K. (2015). Počeci poduzetništva žena u znanstvenim i književnim djelima hrvatskih autora, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/204168> [pristupljeno 8.6.2024.]

POPIS TABLICA I GRAFIKONA

TABLICE:

Tablica 1: Specifične vrste poduzetnika.....	4
Tablica 2: Prepreke i rješenja u izjednačavanju žena i muškaraca u poduzetništvu	11
Tablica 3: Prosječne neto i bruto plaće prema spolu u zadnjem tromjesečju 2023.....	14
Tablica 4: TEA indeks prema spolu u Republici Hrvatskoj.....	16
Tablica 5: Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, po dobnim skupinama i rodnosti	17
Tablica 6: Prosječne ocjene izjava	27

GRAFIKONI:

Grafikon 1: Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2021. godini u RH, prema rodnom kriteriju	18
Grafikon 2: Spol ispitanika	21
Grafikon 3: Dob ispitanika	21
Grafikon 4: Status ispitanika	22
Grafikon 5: Stupanj obrazovanja ispitanika	22
Grafikon 6: Sprječavanje žena za ulazak u svijet poduzetništva.....	23
Grafikon 7: Razlika među spolovima o slaganju s navedenim izjavama.....	23
Grafikon 8: Motivacija žena za ulazak u svijet poduzetništva.....	24
Grafikon 9: Razlika među spolovima o slaganju s navedenim izjavama.....	25
Grafikon 10: Stupanj slaganja s navedenim izjavama.....	25
Grafikon 11: Stupanj slaganja s navedenim izjavama.....	26