

# RAVNOTEŽA POSLOVNOG I PRIVATNOG ŽIVOTA ŽENA PODUZETNICA U RH

---

**Božić, Ema**

**Graduate thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:644968>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-25**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
EKONOMSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI SPECIJALISTIČKI STRUČNI RAD**

**RAVNOTEŽA POSLOVNOG I PRIVATNOG ŽIVOTA ŽENA  
PODUZETNICA U RH**

**Mentor:**

**Prof. dr. sc. Marina Lovrinčević**

**Student:**

**Ema Božić**

**Split, kolovoz, 2024**

### IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, EMA BOŽIĆ  
(ime i prezime)

izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 29.08.2024 godine

Vlastoručni potpis: EMA BOŽIĆ

## SADRŽAJ:

<b>1. UVOD.....</b>	<b>1</b>
1. 1. Problem istraživanja .....	1
1. 2. Predmet istraživanja.....	1
1. 3. Ciljevi rada .....	2
1. 4. Metode rada .....	2
<b>2. PODUZETNIŠTVO ŽENA – TEORIJSKE ODREDNICE ZA ANALIZU PODUZETNIŠTVA ŽENA .....</b>	<b>3</b>
2. 1. Temeljne odrednice poduzetništva .....	3
2. 2. Udio žena u poduzetništvu.....	4
2. 3. Društveno-ekonomsko okruženje.....	11
2. 4. Spolovi i organizacija .....	13
2. 5. Zapošljavanje po sektorima i gospodarski rast.....	15
2. 6. Vjerojatnost pokretanja ženskog poduzetništva i učinkovitost .....	16
2. 7. Prepreke u pokretanju ženskog poduzetništva .....	18
2. 8. Hrvatska udruga poslovnih žena.....	21
2. 9. Analiza vlasničke strukture trgovačkih društava u Hrvatskoj prema rodnom kriteriju (2012. – 2021.) .....	22
<b>3. RAVNOTEŽA PRIVATNOG I POSLOVNOG ŽIVOTA ŽENA PODUZETNICA.....</b>	<b>26</b>
3. 1. Problem neravnopravnosti žena.....	27
3. 2. Feminističke teorije i ravnoteža privatnog i poslovnog života žena .....	29
3. 3. Suvremena žena i tradicionalni društveni obrazac uloge žene .....	30
<b>4. METODOLOŠKI ASPEKTI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA .....</b>	<b>32</b>
4.1. Metodologija istraživanja.....	32
4.2. Opis anketnog upitnika.....	32
4.3. Prostorni i vremenski obuhvat .....	33

<b>5. ANALIZA RAVNOTEŽE POSLOVNOG I PRIVATNOG ŽIVOTA ŽENA PODUZETNICA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....</b>	<b>34</b>
5.1. Rezultati istraživanja .....	34
5.2. Analiza dobivenih rezultata .....	46
<b>6. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>49</b>
<b>LITERATURA.....</b>	<b>51</b>
<b>PRIKAZ GRAFIKONA .....</b>	<b>53</b>
<b>SAŽETAK.....</b>	<b>54</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>54</b>
<b>PRILOZI .....</b>	<b>55</b>

## 1. UVOD

U posljednjih nekoliko desetljeća, žensko poduzetništvo postalo je značajan faktor gospodarskog rasta i razvoja. Unatoč tome, žene poduzetnice i dalje se suočavaju s brojnim preprekama koje proizlaze iz društveno-ekonomskih, kulturnih i strukturnih uvjeta.

### 1. 1. Problem istraživanja

Tradicionalni društveni stav da se žena treba brinuti za djecu i obitelj dok muškarac treba privređivati mijenja se već više od stoljeća. Kroz povijest razvoja poduzetništva ono je bilo aktivnost kojoj su bili skloniji muškarci. Usprkos tome, zadnjih godina poduzetništvo žena dobiva sve veći zamah. U novije vrijeme sve je više u fokusu istraživanja žena poduzetnica. Poduzetnice su dvostruko opterećene radnim obvezama i onim kućanskim i onim poslovnim. Problem koji će se analizirati u ovom Završnom radu odnosi se na način na koji poduzetnice u tradicionalnom okruženju balansiraju poslovni i privatni život. Glavni problem istraživanja ovog rada je razumjeti ključne odrednice ženskog poduzetništva, analizirati ulogu društveno-ekonomskog okruženja, te istražiti izazove i mogućnosti s kojima se žene poduzetnice susreću u postizanju ravnoteže između privatnog i poslovnog života.

### 1. 2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog rada je žensko poduzetništvo, fokusirajući se na različite aspekte njegovog postojanja, utjecaja i izazova. Kroz analizu odrednica poduzetništva općenito i specifičnih karakteristika ženskog poduzetništva, istražiti će se udio žena u poduzetništvu te društveno-ekonomsko okruženje koje utječe na njihovu poduzetničku aktivnost. Posebna pažnja bit će posvećena razlikama u organizaciji rada između spolova, kao i utjecaju zapošljavanja po sektorima na gospodarski rast u kontekstu ženskog poduzetništva.

Istraživanje će također analizirati učinkovitost ženskog poduzetništva, identificirati prepreke s kojima se suočavaju žene pri pokretanju poslovanja te istražiti ulogu i aktivnosti organizacija poput Hrvatske udruge poslovnih žena. Proučit će se i ravnoteža između privatnog i poslovnog života žena poduzetnica, problemi neravnopravnosti s kojima se susreću te povezanost s feminističkim teorijama i tradicionalnim društvenim obrascima uloge žene.

### 1. 3. Ciljevi rada

Glavni cilj ovog istraživanja je dublje identificirati probleme i izazove s kojima se suočavaju žene poduzetnice u uspostavljanju ravnoteže između privatnog i poslovnog života. Fokus će biti na identifikaciji specifičnih aspekata koji utječu na tu ravnotežu te na razumijevanju razina stresa koje nastaju kao rezultat (ne)uspješnog balansiranja između obiteljskih obaveza i zahtjeva poslovanja.

Analizirat će se kako različiti društveni i gospodarski čimbenici utječu na ovaj balans, te kako se oni reflektiraju na zdravlje i dobrobit žena poduzetnica. Posebna pažnja bit će posvećena istraživanju strategija koje žene poduzetnice koriste kako bi uspostavile harmoniju između svojih osobnih i profesionalnih obveza.

Kroz ovo istraživanje, cilj je ponuditi konkretne preporuke i smjernice za podršku ženama poduzetnicama u efikasnom upravljanju njihovim životima, istovremeno pružajući dublje razumijevanje utjecaja balansa između privatnog i poslovnog života na njihovu produktivnost, zadovoljstvo i dugoročni uspjeh u poduzetništvu.

### 1. 4. Metode rada

Metode koje će se u radu koristiti mogu se podijeliti u dvije skupine. Prvu skupinu čine metode koje se uobičajeno koriste prilikom izrade teorijskog dijela rada. Neke od metoda koje će se koristiti su: metoda indukcije, metoda dedukcije, metoda analize, metoda sinteze, metoda deskripcije, metoda kompilacije, komparativna metoda, te metoda klasifikacije.

Druga skupina metoda uključuje metode tipične za izradu empirijskog dijela rada. U empirijskom istraživanju koristit će se anketna metoda i statistička metoda za analizu prikupljenih podataka.

## 2. PODUZETNIŠTVO ŽENA – TEORIJSKE ODREDNICE ZA ANALIZU PODUZETNIŠTVA ŽENA

Suvremeno je poduzetništvo složen i višestruk fenomen. Promjene u gospodarstvu i restrukturiranje tržišta rada u pogledu kvalifikacija zaposlenika, prirode sadržaja rada i ugovora o radu podigli su profil i značaj poduzetništva u globalnom gospodarstvu. Unatoč brzom rastu žena na stručnim i rukovodećim poslovima, rodni jaz u poduzetništvu i dalje je značajan. Još uvijek postoji manja vjerojatnost da će žene pokrenuti nove poslove nego muškarci, iako se čini da se razlika smanjuje.

### 2. 1. Temeljne odrednice poduzetništva

Poduzetništvo, kao sastavni dio gospodarstva svake zemlje, donosi sa sobom i prednosti i nedostatke. Među prednostima ističe se stjecanje kontrole nad vlastitom sudbinom, što poduzetnicima pruža osjećaj sigurnosti i slobode u ostvarivanju svojih ciljeva. Poduzetništvo omogućuje pokretanje novih poslova koji mogu mijenjati postojeće stanje u državi, kao što je primjerice bila povećana potražnja za maskama tijekom pandemije koronavirusa. Također, poduzetnici iskorištavaju svoje potencijale, jer ovo zanimanje zahtijeva kreativnost i inovativnost kako bi se poduzeće izdvojilo od konkurencije. Ostvarivanje neograničenih profita dodatno motivira poduzetnike, a rad na poslovima koje vole omogućuje im da odaberu djelatnosti u skladu sa svojim interesima (Yadav & Unni, 2016).

U tom kontekstu, poduzetništvo se može definirati kao proces identifikacije, razvoja i iskorištavanja poslovnih prilika s ciljem stvaranja vrijednosti. Ovaj proces uključuje inovaciju proizvoda ili usluga te primjenu poslovnih strategija za postizanje profitabilnosti. Poduzetništvo se proučava kroz različite discipline, uključujući ekonomiju, menadžment, sociologiju i psihologiju (Vujić, 2010).

Međutim, poduzetništvo nosi i određene rizike. Jedan od glavnih nedostataka je nesigurnost prihoda, jer nema garancije da će posao donijeti dovoljno sredstava za pokrivanje troškova i ostvarivanje profita. Postoji i mogućnost gubitka uloženog kapitala, pa je ključno da poduzetnici prije ulaska u poslovni pothvat razmotre najgore scenarije, šanse za njihov nastanak, te izrade planove za smanjenje rizika i alternativne strategije. Nedefinirano radno vrijeme i veliki napor potrebni za pokretanje posla također su izazovi, jer poduzetnici često moraju raditi danonoćno, što može negativno utjecati na njihov privatni i društveni život. Stres povezan s vođenjem vlastitog posla, svjesnost da drugi ovise o uspjehu tvrtke, i neograničena odgovornost također su značajni nedostaci.



Konačno, osjećaj obeshrabrenja može se pojaviti uslijed prepreka, no poduzetnici moraju biti spremni ustrajati i učiti iz neuspjeha kako bi ostvarili svoje ciljeve (Buble, 2010).

Danas su termini poput poduzetništva, poduzetnika i poduzetničkih pothvata široko rasprostranjeni i često spominjani u medijima, postajući dio svakodnevnog jezika. Različiti autori nude različite definicije ovih pojmova, što ukazuje na složenost i važnost ovog fenomena. Kao ključna komponenta poduzetničke kompetencije, poduzetništvo je sveobuhvatan fenomen s značajnim utjecajem na političke, medijske, ekonomske i društvene sfere. Interes za poduzetništvo proistječe iz prepoznavanja njegove ključne uloge u razvoju društva kroz povijest. Suvremeni društveni i ekonomski kontekst sve više napušta tradicionalni koncept ekonomije obujma, ističući važnost malih poduzeća kao glavnih pokretača razvoja. Poduzetnici i poduzetništvo zauzimaju centralno mjesto u postizanju ekonomskog i društvenog napretka (Buble, 2010).

Zanimljivo je primijetiti da se osoba koja posjeduje sve karakteristike poduzetnika – sposobnost prepoznavanja prilika, inovativno razmišljanje i odlučnost u praksi se ne naziva poduzetnikom sve dok ne ostvari uspjeh u svom pothvatu odnosno dok ne poduzme uspješan poslovni projekt. Poduzetnik može tvrditi da je poduzetnik, ali bez barem jednog uspjeha, teško će uvjeriti ulagače da preuzmu rizik. Ulagači, zauzvrat, moraju biti spremni preuzeti veći rizik dok procjenjuju potencijal budućih poduzetnika i njihovih projekata (Martin & Osberg, 2009).

Najznačajnije komponente poduzetništva sačinjene su od pojmova kao što je inovacija, preuzimanje rizika, upravljanje resursima, identifikaciju poslovnih prilika i podrška poduzetničkom ekosustavu. Inovacija znači razvijanje novih ideja koje donose dodatnu vrijednost, dok preuzimanje rizika podrazumijeva suočavanje s financijskim, tržišnim i osobnim nesigurnostima. Upravljanje resursima obuhvaća optimalnu raspodjelu financijskih, ljudskih i tehnoloških resursa. Uspjeh poduzetništva često ovisi o širem ekosustavu, uključujući vladine politike, financijske institucije, obrazovne ustanove i kulturni kontekst. Povećan naglasak stavlja se na društvenu odgovornost poduzetnika, koja uključuje etičko poslovanje, održivost i pozitivan utjecaj na društvo i okoliš (Buble & Kružić, 2006).

## 2. 2. Udio žena u poduzetništvu

Unatoč sve većem broju poduzetnica, udio žena u poduzetništvu i dalje je značajno nizak u odnosu na njihovu stopu participacije u aktivnom stanovništvu na tržištu rada. Na primjer, poduzetnice čine

približno 30 posto ukupnog broja poduzetnica u zapadnom svijetu, dok su više od 40 posto zaposlenika žene. Stoga je važno razumjeti koji čimbenici mogu pogodovati ili ometati žensko poduzetništvo, kao npr. kombinacija društvenih i ekonomskih odgovornosti i posljedice tih specifičnih prepreka.

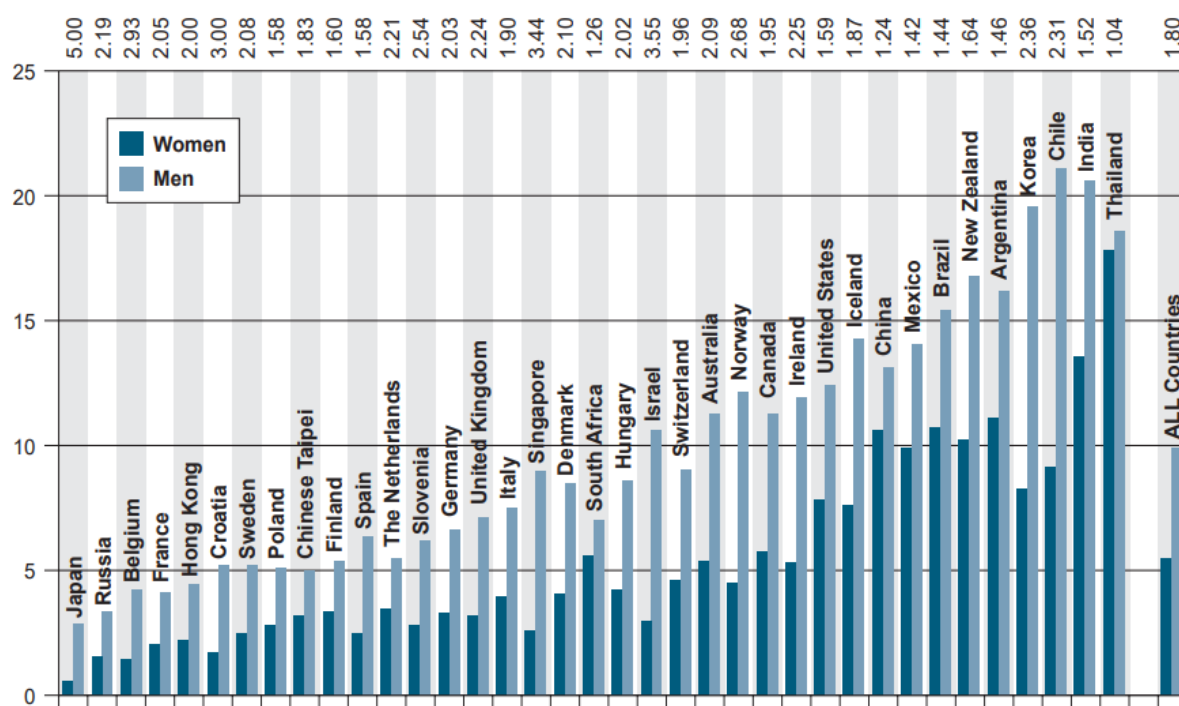
Oснаživanje žena postalo je važno pitanje u posljednje vrijeme. Ekonomsko osnaživanje žena ovih se dana smatra sine-qua-non napretka jedne zemlje; stoga je pitanje ekonomskog osnaživanja žena od najveće važnosti za političare, znanstvenike i reformatore. Pojava žena poduzetnica i njihov doprinos nacionalnom gospodarstvu prilično je vidljiv u brojnim zemljama. Broj žena poduzetnica je u određenom razdoblju rastao, posebice u 1990-ima. Žene poduzetnice treba pohvaliti zbog njihove povećane upotrebe moderne tehnologije, povećanih ulaganja, pronalaženja niše na izvoznom tržištu, stvaranja značajnih radnih mjesta za druge i postavljanja trendova za druge žene poduzetnice u organiziranom sektoru. Iako su poduzetnice pokazale svoj potencijal, ostaje činjenica da su sposobne doprinijeti mnogo više od onoga što već jesu (Jakhar & Krishna, 2020). Žensko poduzetništvo treba proučavati odvojeno iz dva glavna razloga. Prvi razlog je taj što je žensko poduzetništvo u posljednjem desetljeću prepoznato kao važan neiskorišten izvor gospodarskog rasta. Žene poduzetnice stvaraju nova radna mjesta za sebe i druge, a i svojom drugačijošću. Oni društvu pružaju različita rješenja, poput upravljanja, organizacije i rješenja za poslovne probleme, kao i iskorištavanje poduzetničkih prilika. Drugi razlog je taj što je tema žena u poduzetništvu uvelike zanemarena kako u društvu općenito tako i u društvenim znanostima. Poduzetništvo među ženama odnedavno je predmet brige. Žene poduzetnice mogu se definirati kao žene ili grupa žena koje pokreću, organiziraju i vode poslovno poduzeće (Agarwal & Lenka, 2018).

Jasno je da je žensko poduzetništvo međukulturalni fenomen s aspektima specifičnim za kulturu. Kao rezultat toga, razumijevanje ima dvije različite, iako povezane komponente. Prvo, postoje varijable koje utječu na poduzetničko ponašanje u različitim zemljama i među spolovima. Iako su univerzalne odrednice poduzetničkog ponašanja, mogu imati učinke specifične za spol. Drugim riječima, utječu na oba spola, ali ne nužno na isti način ili istim intenzitetom. Na primjer, stabilnost omjera ženskog i muškog poduzetništva i stabilnost stopa prevalencije za različite dobne skupine pokazuju da su žene i muškarci pod utjecajem mnogih istih varijabli pri donošenju poduzetničkih odluka. Međutim, činjenica da su stope muškog poduzetništva sustavno i znatno više od stope ženskog poduzetništva ukazuje na asimetriju univerzalnih čimbenika među spolovima koji mogu uzrokovati različito ponašanje muškaraca i žena u pogledu poduzetništva (Hughes, 2012).

Poduzetništvo na različite načine doprinosi gospodarskom razvoju i otvaranju radnih mjesta. Iz perspektive javne politike, promicanje poduzetničke dinamike zemlje trebalo bi biti sastavni element svakog pokušaja vlade da potakne gospodarski prosperitet. Stoga odrasle žene predstavljaju lako dostupan skup potencijalnih poduzetničkih aktivnosti koje zemlje u različitim fazama razvoja, različitim demografskim obrascima i različitim uvjetima radne snage mogu iskoristiti za poboljšanje svojih gospodarstava. Žensko poduzetništvo se širi diljem svijeta. Pokazuje se pri tome kako poduzeća u vlasništvu žena čine između jedne četvrtine i jedne trećine poduzeća u formalnom gospodarstvu i vjerojatno će igrati još veću ulogu u neformalnim sektorima (Brush, Bruin, & Welter, 2009).

Nadalje, postoje aspekti poduzetničkog ponašanja koji su specifični za zemlju. Doista, razlike u stopama prevalencije poduzetništva među zemljama prikazane na grafu 1. sugeriraju da na poduzetničke stavove utječu čimbenici specifični za zemlju.

**Graf 1: Udio žena u poduzetništvu po državama**



Izvor: (Maria, Minniti, Bullet, & Arenius, 2003)

Republika Hrvatska slijedi europski trend povećanog broja ženskih poduzetnica. Analizirajući poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj, može se zaključiti da je prepoznata važnost žena

poduzetnica, te je ključno nastaviti kontinuirano poticati ovaj oblik poduzetništva u zemlji. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014. – 2020. godine predstavlja značajan dokument za razvoj, temeljem kojeg se pokreću mnogi projekti i programi usmjereni na unapređenje poduzetništva (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014 - 2020.).

Strategija za jačanje poduzetničke aktivnosti žena bila je usmjerena na dugoročno provođenje aktivnosti koje su ciljale promjene u vrijednosnom sustavu, ponašanju i okolini. Ove aktivnosti bile su ključne za poboljšanje poduzetničke aktivnosti žena. Srednjoročni cilj, koji se želio ostvariti do 2020. godine, bio je povećanje broja žena koje pokreću poslovne pothvate i broj žena koje postaju vlasnice rastućih poslovnih pothvata. Cilj je bio dostići razinu poduzetničke aktivnosti žena koja je u prosjeku jednaka onoj u EU, mjerena TEA pokazateljem (eng. Total Early Stage Entrepreneurial Activity). Ovaj pokazatelj prikazivao je broj novopokrenutih poslovnih pothvata, ne starijih od 42 mjeseca, na 100 odraslih stanovnika u dobi od 18 do 64 godine (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014 - 2020.).

Prvi strateški cilj je ojačati rad Međuresorne radne skupine i koordinacije. Ovo uključuje utvrđivanje mehanizama za praćenje provedbe, utvrđivanje početnog stanja temeljem raspoloživih pokazatelja, razvoj statističke osnove i veze među izvorima informacija o poduzetništvu žena, te stvaranje poticajnog okruženja. Drugi strateški cilj usmjeren je na osiguravanje potpore poduzetnosti žena. Ovo uključuje razvoj poslovnog umrežavanja, jačanje postojećih i razvoj novih modela obrazovanja i osposobljavanja, poboljšanje pristupa žena povoljnim oblicima financiranja, te razvoj novih oblika financiranja i korištenje EU sredstava, fondova i financijskih instrumenata. Treći strateški cilj uključuje savjetovanje i mentorstvo na regionalnoj razini, podršku poduzetništvu žena kroz potpurnu infrastrukturu, te pružanje stručne potpore za poduzetničke projekte žena. Četvrti strateški cilj fokusira se na komunikacijske aktivnosti i plan promidžbe Strategije, te promociju mreža i razvoja poduzetništva žena (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014 - 2020.).

Provedba ovih strateških ciljeva ključna je za postizanje uravnoteženije poduzetničke aktivnosti među spolovima u Hrvatskoj, smanjenje rodnog jaza u poduzetništvu te jačanje ukupne gospodarske aktivnosti kroz aktivno uključivanje žena u poslovne pothvate.

Primjeri uspješnih žena poduzetnica pokazuju napredak u uklanjanju prepreka koje smanjuju aktivnost i zaposlenost žena. Unatoč vidljivom poboljšanju u poduzetništvu žena, i dalje je potrebno

poticati ekonomsko osnaživanje žena kroz programe samozapošljavanja i povoljnije mogućnosti kreditiranja kako bi se olakšao njihov ulazak na tržište rada. Ključan faktor za ulazak žena u poduzetništvo jest omogućavanje usklađivanja privatnog i poslovnog života, čime se stvara ravnoteža koja je neophodna za njihov uspjeh u poduzetništvu (Maria, Minniti, Bullet, & Arenius, 2003).

Muškarci u poduzetništvo ulaze vođeni željom da postignu postavljene ciljeve, neovisnošću i potrebom da zadaci budu obavljani. Slično, žene poduzetnice motivirane su postignućem, ostvarivanjem ciljeva i neovisnošću. Obje grupe teže autonomiji i ispunjenju osobnih i profesionalnih ambicija (Hughes, 2012).

Sve male tvrtke u vlasništvu žena tradicionalno su se usredotočile na modu, fondove i druge uslužne sektore, no nedavno se žene poduzetnice ubrzano kreću u proizvodnju, građevinarstvo i druga industrijska područja. Posao u vlasništvu žena lagano raste u ekonomiji gotovo svih zemalja. Skriveni poduzetnički potencijal žena postupno se mijenjao s porastom osjetljivosti na ulogu i ekonomski status u društvu. To znači da žene imaju potencijale, vještine, znanje i prilagodljivost za uspješno vođenje posla (Hughes, 2012).

Statistički, rast stanovništva u posljednjih nekoliko desetljeća ima marginalno značajnu korelaciju s muškarcima koji su uključeni u nužno poduzetništvo u razvijenim zemljama. Nasuprot tome, rast stanovništva u istom razdoblju ima snažan pozitivan odnos sa svih šest mjera poduzetničke aktivnosti među zemljama s niskim dohotkom. Stoga je u zemljama s niskim dohotkom rast stanovništva povezan s višim razinama poduzetničke aktivnosti i za muškarce i za žene (Jakhar & Krishna, 2020). Među spolovima, povećanje potražnje koje proizlazi iz rastuće populacije stvara više poduzetničkih prilika, dok će, u isto vrijeme, konkurencija za radna mjesta vjerojatno gurnuti više ljudi u nužno poduzetništvo. Osobito za žene relativno visoka uključenost u nužno poduzetništvo može značiti da se samozapošljavanje koristi kao način da se zaobiđu institucionalna i kulturna ograničenja u pogledu zapošljavanja žena, kao i kao način da se osigura dodatni obiteljski prihod. Iznenadujuće je, primjerice, da se više ženskog poduzetništva nalazi u zemljama s niskim dohotkom koje tradicionalno imaju višu stopu nataliteta (Mehta, 2023).

Žensko poduzetništvo u svijetu raste velikom brzinom. Čimbenici koji utječu na te žene u različitim sektorima na globalnoj razini su prilike stvorene globalizacijom, integriranim tržištima i radnim mjestima, potpora obitelji, velika potpora vlade kroz razne programe pokrenute na međunarodnoj i

domaćoj razini za žene poduzetnice, poboljšanje njihovih standarda te zdravlje i obrazovanje (Jakhar & Krishna, 2020).

Općenito, žene se kasnije udaju, ali više od četvrtine žena u dobi od 15 do 19 godina udato je u regijama u razvoju. Iako stope rađanja i dalje padaju u svim regijama svijeta, one su i dalje visoke u mnogim siromašnim zemljama, dok je rađanje neudanih žena se dramatično povećao u regijama s visokim dohotkom. Očekivalo bi se da će prisutnost više djece smanjiti sposobnost žena da uđu u radnu snagu, bilo kroz ovisan rad ili kroz samozapošljavanje kao poduzetnice. Iznenađujuće, GEM rezultati pokazuju da je veća vjerojatnost da će se žene i muškarci uključiti u poduzetničke aktivnosti tijekom razdoblja u kojem je veća vjerojatnost da će žene podizati djecu. To je u oštroj suprotnosti s tradicionalnim modelom specijalizacije rodnih uloga unutar kućanstva. Na primjer, podaci Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj pokazuju da utjecaj roditeljstva na stope zaposlenosti djeluje u suprotnim smjerovima za žene i muškarce: dok se stope rada žena općenito smanjuju s povećanjem broja djece, stope rada muškaraca rastu. Dakle, čini se da se obrasci ženskog samozapošljavanja i ovisnog rada u zemljama s niskim dohotkom značajno razlikuju jedni od drugih, pri čemu je samozapošljavanje često put u radnu snagu i izlazak iz siromaštva (Brush, Bruin, & Welter, 2009).

Zakon i običaji braka također utječu na to hoće li žene postati poduzetnice. Neformalne zajednice uobičajene su u razvijenim regijama i u nekim zemljama regija u razvoju. Više ljudi živi samo u razvijenim regijama, a većina su žene. U mnogim zemljama s visokim dohotkom više od polovice majki s djecom mlađom od tri godine je zaposleno. Baš kao što se poduzetnici i poduzetnice često suočavaju s vrlo različitim poslovnim preprekama, tako se suočavaju i s različitim domaćim zahtjevima. Žene sve češće ulaze u radnu snagu i pokreću nove poslove, ali je još uvijek vjerojatnije da će one biti primarni roditelj, emocionalna negovateljica i domaćica. Veće roditeljske odgovornosti žena mogu pomoći u objašnjenju relativno visoke razine ženskog poduzetništva u zemljama s niskim prihodima (Maheshwari, Sodani, & Sodani, 2015).

Manje je vjerojatno da će poslodavci u siromašnijim zemljama osigurati brigu o djeci. Općenitije rečeno, manje je vjerojatno da će osigurati radno mjesto i skup radnih praksi koji ženi omogućuju da na odgovarajući način obavlja posao i da se na odgovarajući način brine za svoju djecu. Kao rezultat toga, žene u zemljama s niskim dohotkom imaju snažan poticaj za stvaranje vlastitog radnog okruženja koje je kompatibilno s odgojem djece. Ovu tendenciju pojačava tipično niži stupanj uključenosti očeva u brigu o djeci u siromašnijim zemljama. Konačno, osim najuže obitelji, i

poduzetnici i poduzetnice oslanjaju se na društvene mreže za pristup resursima unutar zajednice ili industrije (Maheshwari, Sodani, & Sodani, 2015).

Međutim, u mnogim zemljama s niskim dohotkom te mreže funkcioniraju sasvim drugačije s obzirom na spol. Žene u zemljama s niskim dohotkom često imaju znatno manje mreže i manju geografsku mobilnost od muškaraca. Kao rezultat toga, oni grade relativno osobne, ali snažne mreže koje im omogućuju da službene ugovore djelomično zamijene osobnim mrežnim odnosima (Hughes, 2012).

Lokacija poduzetnice unutar šire zajednice važna je jer utječe na njezinu sposobnost stjecanja resursa. Slično tome, snaga odnosa s kontaktima je važna jer određuje sposobnost poduzetnice da zaposli resurse dostupne u svojoj zajednici. Ova razmatranja pokazuju da, iako su društvene mreže univerzalni fenomen u proučavanju poduzetništva, te mreže djeluju različito u različitim društvenim kontekstima za muškarce i žene te za žene u različitim kulturama (Maheshwari, Sodani, & Sodani, 2015).

Razvoj složenih organizacija, kao i uvođenje sofisticirane tehnologije, znači da gospodarski rast i poboljšanje blagostanja ovise o stupnju pismenosti i obrazovnom postignuću stanovništva zemlje. U svim su zemljama stope zaposlenosti mnogo više, a rodni jaz niži među ženama s nekim fakultetskim iskustvom nego među manje obrazovanim ženama. Visoko obrazovanje vjerojatno će ženama omogućiti pristup zanimljivijim i bolje plaćenim zanimanjima (Maheshwari, Sodani, & Sodani, 2015).

Vjerojatno postoji i učinak samoselekcije pri čemu će žene koje su najviše zainteresirane za rad potrošiti više vremena i truda kako bi stekle više kvalifikacije od žena koje su manje zainteresirane. Općenito, rodni jaz u osnovnom i srednjem obrazovanju se smanjuje, iako žene još uvijek zaostaju za muškarcima u nekim zemljama Afrike i južne Azije. Žene su također postigle značajan napredak u upisu u visoko obrazovanje u većini regija svijeta. U većini zemalja s visokim dohotkom ženska radna snaga ima veću tendenciju stjecanja tercijarnog obrazovanja od muške radne snage. Također u zemljama s visokim dohotkom, više žena nego muškaraca nema osnovnu pismenost i računalne vještine potrebne za ulazak u profesije "novih medija", ali žene predstavljaju sve veći udio korisnika Interneta (Maria, Minniti, Bullet, & Arenius, 2003).

Na donjem kraju obrazovnog spektra, podaci potvrđuju da je vjerojatnije da će žene imati manje od jedne godine obrazovanja nego muškarci vjerojatnije u odnosu na radnu snagu i stanovništvo. Dvije trećine od 876 milijuna nepismenih u svijetu su žene, a broj ne očekuje se da će se broj nepismenih

značajno smanjiti u sljedećih 20 godina. Iako sama po sebi nije pokazatelj tržišta rada, stopa nepismenosti stanovništva može biti korisna zamjena za razinu osnovnog obrazovanja potencijalne radne snage. Ograničen pristup žena obrazovnim mogućnostima odražava se u višim stopama nepismenosti žena diljem svijeta. Srećom, čak i u gospodarstvima u kojima su jazovi najveći, oni se smanjuju u posljednjih desetak ili više godina, uglavnom zbog povećane pismenosti žena (Maheshwari, Sodani, & Sodani, 2015).

### 2. 3. Društveno-ekonomsko okruženje

Općenito govoreći, povoljni gospodarski uvjeti pogoduju sudjelovanju žena na tržištu rada i trebali bi biti u pozitivnoj korelaciji s razinom ženskog poduzetništva. Podaci GEM 2002. pokazuju, kako za muškarce tako i za žene, da nema statistički značajne veze između udjela neslužbene ekonomske aktivnosti i poduzetničke aktivnosti za zemlje s visokim ili niskim dohotkom. Dvije korelacije mogu biti lažne kao što je naznačeno nedostatkom statističke značajnosti. Zanimljivo je, međutim, primijetiti da imaju suprotne predznake. U zemljama s visokim dohotkom korelacija je negativna. Ovi dokazi su u skladu s prethodnim nalazima GEM-a da su transparentnost i pravo među najvažnijim varijablama koje potiču poduzetničko ponašanje, bez obzira na spol i zemlju, identificirani (Maheshwari, Sodani, & Sodani, 2015).

U zemljama s niskim dohotkom, s druge strane, odnos između veličine neslužbenog gospodarstva i poduzetničke aktivnosti je pozitivna. Možda je, kao i u slučaju rasta stanovništva, samozapošljavanje put u radnu snagu i izlazak iz siromaštva. Osim toga, udio socijalnih davanja, kao postotak bruto domaćeg proizvoda (BDP), ima negativnu korelaciju za zemlje s visokim i niskim dohotkom i muškarce i žene. Drugim riječima, veća ekonomska sigurnost povezana je s manje mogućnosti i nužnosti poduzetništva. Učinak ove varijable je jači na muškarce nego na žene, posebno u zemljama s visokim dohotkom. Doista, razlike u stopama zaposlenosti žena i muškaraca ovdje su djelomično posljedica varijacija u opsegu integracije majki na tržište rada. U tim je zemljama roditeljstvo također povezano s većom učestalošću rada s nepunim radnim vremenom među majkama. Dostupnost i kvaliteta porodiljske potpore, primjerice, potiče žene da se klone poduzetničke aktivnosti (Jakhar & Krishna, 2020).

Shodno tome, važna varijabla za razinu ženskog poduzetništva je dostupnost financiranja. Profili poduzetnica i poduzetnika razlikuju se na nekoliko načina. Među ostalim, spolne razlike povezane su s razinama obrazovanja, godinama prethodnog iskustva, sektorima i vrstama djelatnosti u kojima se



osnivaju poslovi te ulogama u obitelji. Čak i nakon korekcije ovih razlika, veličina i sastav početnog kapitala pokazuju da poduzetnice imaju manji iznos početnog kapitala, manji udio vlasničkog kapitala i veći udio bankovnih zajmova (Jakhar & Krishna, 2020)..

Manji iznos financijskog kapitala može se pripisati nedostatku povjerenja u vlastite poduzetničke sposobnosti, što obeshrabruje poduzetnice da započnu s velikom količinom financijskog kapitala. Također može biti i znak da žene manje sklone riziku i konzervativnije u procjeni rizika u odnosu na muškarce. Manji udio kapitala može se pripisati poduzetnicama koje imaju manje osobnih resursa koje mogu koristiti za financiranje svog poslovanja. Veći udio bankovnih kredita, s druge strane, može biti posljedica činjenice da su vlasnice poduzeća sklone pažljivijem poslovanju, uzimajući u obzir osobne i poslovne rizike, dok se muškarci planiraju brže širiti. Pitanje vanjskog financiranja posebno je važno za zemlje s visokim dohotkom, gdje sve veći broj žena počinje pokretati više tehnoloških i stoga kapitalno intenzivnijih poslova (Jakhar & Krishna, 2020).

Ulagачi rizičnog kapitala očekuju da će financirani pothvat brzo rasti u pogledu prodaje i dobiti tako da tvrtka rizičnog kapitala može izaći u roku od pet godina i imati koristi od preuzetog rizika. Takva se strategija očito ne uklapa u ženski konzervativniji pristup rastu. Međutim, počinju se pojavljivati neki dokazi koji sugeriraju da poduzeća u vlasništvu žena počinju privlačiti rizični kapital u nekim odabranim industrijama. To se događa unatoč činjenici da same žene mogu odlučiti ne tražiti rizični kapital jer uvjeti brzog rasta i širenja mogu biti u suprotnosti s njihovim strateškim planiranjem (Fazalbhoy, 2014).

Bez obzira na stopu nezaposlenosti, omjer žena i muškaraca koji sudjeluju u radnoj snazi mjera je rodne ravnopravnosti s obzirom na ovisan rad. Ova mjera kreće se od oko 1,0 u zemljama u kojima radi isti udio žena i muškaraca, kao što su skandinavske zemlje, do oko 0,5 u mnogim zemljama u razvoju kao što su Brazil, Indija i Meksiko. U zemljama s niskim dohotkom korelacije između omjera žena i muškaraca u radnoj snazi i svih mjera poduzetničke aktivnosti su negativne. Drugim riječima, poduzetnička aktivnost žena opada kada imaju veći pristup plaćenom zaposlenju. Nije iznenađujuće da je korelacija puno jača i statistički značajna za poduzetništvo iz nužde (Jakhar & Krishna, 2020).

U zemljama s visokim dohotkom, korelacije između mogućnosti i nužnosti poduzetništva i stope sudjelovanja između žena i muškaraca u radnoj snazi imaju suprotne predznake i za muškarce i za žene. Ovdje je stopa sudjelovanja žena u odnosu na muškarce u tradicionalnoj radnoj snazi pozitivno povezana s poduzetničkim prilikama. Isti je omjer negativno povezan s poduzetništvom iz nužde. Ove

korelacije sugeriraju da, u zemljama s visokim dohotkom, različiti procesi dovode do poduzetništva koje stvara prilike i nužnost, te da ove dvije vrste poduzetništva odražavaju različite uzročne mehanizme (Jakhar & Krishna, 2020).

#### 2. 4. Spolovi i organizacija

Uz pitanja koja se odnose na sposobnost i volju žena da stvaraju nove tvrtke, postoji zabrinutost oko opstanka i stopa rasta tvrtki u vlasništvu žena. Pitanje rasta posebno je važno u zemljama s visokim dohotkom u kojima žene sve više pokreću poduzeća temeljena na tehnologiji. Studije koje uspoređuju uspješnost tvrtki u muškom i ženskom vlasništvu pokazuju da su poduzeća kojima su na čelu žene obično manja i rastu sporije od onih kojima su na čelu muškarci. Obično se manja veličina i sporije stope rasta doživljavaju kao problemi. Pretpostavlja se da bi žene željele proširiti svoje poslovanje kad bi mogle. Ova percepcija ima važne posljedice za žensko poduzetništvo, jer žene mogu imati teže vrijeme u dobivanju vanjskog financiranja i kredibiliteta kao vlasnice i menadžerice poduzeća. Doista, samozaposlene žene još uvijek se suočavaju s nedostacima u odnosu na samozaposlene muškarce zbog rodno specifičnih prepreka povezanih s obrazovanjem, odgojem djece i radnim mjestom. Dodatne prepreke uključuju prakse socijalizacije, obiteljske uloge i mogući nedostatak poslovnih kontakata. Općenito se vjeruje da nedostaci s kojima se susreću žene u svim tim područjima rezultiraju višim stopama neuspjeha i nižim stopama rasta ženskih poduzeća (Poljak, 2021).

Nedavna otkrića, međutim, dovode u pitanje uvriježeno mišljenje o ženskoj "inferiornosti" u poduzetništvu i pokazuju da poduzeća u vlasništvu žena nemaju veću vjerojatnost da će propasti nego pothvati u vlasništvu muškaraca. Štoviše, studije su otkrile da determinante opstanka i uspjeha djeluju u gotovo na isti način za muškarce i žene, što sugerira da su procesi na kojima se temelji izvedba malih poduzeća slični bez obzira na spol. Sve veći broj znanstvenika vjeruje da je rast poduzeća, barem djelomično, određen motivacijom poduzetnika. Iako se čini da poduzetnici i poduzetnice podjednako žele poslovni rast, čini se da postoje važne razlike u pogledu željenih metoda širenja (Jakhar & Krishna, 2020).

Konkretno, veća je vjerojatnost da će poduzetnice uspostaviti maksimalne pragove za rast poslovanja, koji su obično niži od onih koje postavljaju njihove muške kolege. Prikupljeni dokazi također sugeriraju da rodne razlike u pogledu rasta ovise o različitim stilovima upravljanja. Žene

stvaraju dugoročne veze temeljene na učinkovitim vezama. Muškarci, nasuprot tome, imaju tendenciju stvarati kratkoročne veze temeljene na obostranom interesu. Također, žene stvaraju relativno egalitarne koalicije, dok muškarci stvaraju relativno hijerarhijske koalicije (Poljak, 2021).

Te razlike mogu biti proizvod socijalizacije. Bez obzira na razlog, razlike između organizacija koje su stvorili muškarci i žene stvaraju odgovarajuću razliku između optimalnih veličina njihovih organizacija. Muška hijerarhijska struktura omogućuje organizacijama koje učinkovito nadziru velike brojeve i dopušta brzo širenje informacija s vrha na niže razine hijerarhije. Ova prednost je suprotstavljena poteškoćama u prijenosu informacija od dna prema vrhu. Relativno slabe veze muških organizacija sprječavaju sudionike da se usredotoče na organizacijske ciljeve. Jače veze ženskih organizacija smanjuju potrebu za praćenjem i sustavima eksplicitnih poticaja. S druge strane, slabe veze muških organizacija omogućuju im da crpe veći broj izvora informacija i tako odgovore na veći broj promjena u okruženju organizacije (Jakhar & Krishna, 2020).

Postoje značajne razlike među ženama i muškarcima koji su poduzetnici. Muškarci često započinju vlastite poslove zbog nezadovoljstva trenutnim radnim mjestom ili pozicijom, što ih može potaknuti na otkaz i potragu za novim prilikama. S druge strane, žene su motivirane promjenom vlastitih okolnosti i zanimanjem za određeno područje, što ih potiče na ulazak u poduzetništvo. Financiranje poslovnih poduhvata kod muškaraca uključuje korištenje imovine, uštedevine, kreditiranja i pozajmica od obitelji ili bližnjih, te uključivanje partnera. Žene poduzetnice također se oslanjaju na imovinu, uštedevinu i zajmove, iako rjeđe koriste podršku partnera. Obje skupine poduzetnika imaju iskustvo u svojoj djelatnosti, a muškarci se dodatno oslanjaju na stručnjake koji su dosegli visoku razinu znanja u određenom području. Žene poduzetnice često imaju profesionalno podrijetlo vezano uz specifično područje poduzetničkog djelovanja. Muški poduzetnici karakterizirani su usredotočenošću na ciljeve, inovativnošću, uvjerljivošću, potrebom da budu svoji šefovi te visokim samopouzdanjem. Žene poduzetnice pokazuju usredotočenost na ciljeve, kreativnost, srednje razine samopouzdanja, realističnost i energičnost, uz toleranciju. Muški poduzetnici obično su u dobi između 25 i 35 godina, imaju fakultetsko obrazovanje, a često imaju oca koji je samozaposlen. Žene poduzetnice uglavnom su starije, između 35 i 45 godina, također s fakultetskim obrazovanjem i očevima koji su samozaposleni. Muškarci poduzetnici najčešće dobivaju podršku od supruga, prijatelja i suradnika. Nasuprot tome, žene poduzetnice oslanjaju se na obitelj, suprugu, prijatelje, trgovačka udruženja i ženske profesionalne grupe. Muški poduzetnici uglavnom se bave proizvodnjom, građevinom i uslužnim djelatnostima kao što su savjetovanje i odnosi s javnošću. Žene

poduzetnice također su prisutne u uslužnim djelatnostima, uz naglasak na kreativne i savjetodavne sektore (Jakhar & Krishna, 2020).

Poduzetnici i poduzetnice dijele motivaciju u postizanju ciljeva i neovisnosti koju im poduzetništvo donosi. Međutim, njihovi početni poticaji se razlikuju: muškarci često započinju poduzetnički put zbog nezadovoljstva na trenutnom poslu ili otpuštanja, dok žene motivaciju pronalaze u promjenama vlastitih okolnosti i interesima za specifična područja. U pogledu financiranja, oba spola koriste imovinu, uštedevinu i privatne zajmove, iako muškarci dodatno traže podršku obitelji, prijatelja te potencijalne poslovne partnere (Fazalbhoy, 2014).

Iskustvo je glavni izvor znanja za oba spola, no uočljive su razlike u njihovim karakteristikama. Muški poduzetnici su često uvjerljivi, inovativni, energični, samopouzdana i žele biti svoji šefovi. S druge strane, poduzetnice su tolerantnije, kreativnije i realističnije. Također, značajna razlika je u dobi kada započinju poduzetnički put – muškarci obično između 25. i 35. godine, a žene oko deset godina kasnije (Jakhar & Krishna, 2020).

Potporne skupine također pokazuju razlike: dok muškarci podršku pronalaze kod supruga, prijatelja i suradnika, žene dodatno dobivaju potporu od trgovačkih udruženja i ženskih profesionalnih grupa. Posljednja značajna razlika je u odabiru djelatnosti; muškarci se češće bave proizvodnjom i građevinom, dok su žene uglavnom prisutne u uslužnim djelatnostima poput savjetovanja i knjigovodstvenih usluga (Jakhar & Krishna, 2020).

## 2. 5. Zapošljavanje po sektorima i gospodarski rast

Muškarci imaju veći udio u industriji nego žene. Općenito, gospodarstva s visokim dohotkom i gospodarstva u tranziciji imaju veći postotak muškaraca nego žena u poljoprivrednoj proizvodnji. Muškarci također brojčano nadmašuju žene u proizvodnji u većini gospodarstava. Nasuprot tome, vjerojatnije je da će broj žena premašiti broj muškaraca u uslužnom sektoru, što uključuje obrazovanje, socijalne usluge i usluge kućanstva kao što je kućanski rad.

Žene i muškarci razlikuju se s obzirom na motivaciju za pokretanje poduzeća. Kao rezultat toga, mogu pokrenuti različite vrste poslovanja u različitim industrijama. Na primjer, poduzeća u vlasništvu žena obično se koncentriraju na sektore s niskim stopama rasta (maloprodaja, usluge, itd.) (Petrangolo & Ronchi, 2020).

Osim udjela žena u radne snage, i distribucija zaposlenosti žena po sektorima i sudjelovanje žena na rukovodećim pozicijama povezani su s razinom ženskog poduzetništva. Međutim, njihovi se učinci razlikuju između zemalja s visokim i s niskim dohotkom. U zemljama s visokim dohotkom, postotak žena na javnim i privatnim rukovodećim pozicijama u pozitivnoj je korelaciji s poduzetničkim prilikama. To je vjerojatno zato što žene na rukovodećim pozicijama stječu različite vještine i stvaraju potencijalne poduzetnice. Žensko poduzetništvo u zemljama s visokim dohotkom također je negativno povezano s brojem žena koje rade u industriji, ali je pozitivno povezano s brojem žena koje rade u uslužnom sektoru. Negativna korelacija između ženskog poduzetništva i žena u industriji sugerira da rad u industriji odvraća žene od iskorištavanja prilika (Wang, Kis-Katos, & Zhou, 2020).

Snažna pozitivna korelacija između ženskog poduzetništva i žena u uslugama, s druge strane, sugerira da bi uslužni sektor mogao biti izvor poduzetničkih prilika za žene. S druge strane, postotak žena na javnim i privatnim rukovodećim pozicijama u zemljama s niskim dohotkom negativno je povezan s oportunitetnim poduzetništvom, iako korelacija nije statistički značajna. Iako je ovo otkriće dvosmisleno, ono ukazuje na mogućnost da bi menadžerski poslovi mogli biti privlačniji visokokvalificiranim ženama od poduzetničkih prilika. Također, žensko poduzetništvo, posebno žensko poduzetništvo koje nudi prilike, pozitivno je povezano s udjelom žena koje sudjeluju u poljoprivredi. To sugerira da bi poljoprivredni sektor mogao biti izvor poduzetničkih prilika za žene u tim zemljama. Osim toga, postoji vrlo jaka negativna korelacija između ženskog nužnog poduzetništva i žena u industriji. To sugerira da je rad u industriji bolji od poduzetništva iz nužde, kao što se moglo i očekivati (Petrongolo & Ronchi, 2020).

Zanimljiva karakteristika žena je njihova vještina u upravljanju financijama, što je dovelo do razvoja specijaliziranih aplikacija prilagođenih njihovom načinu poslovanja. Primjer takve aplikacije je Salonize, koja se koristi za upravljanje poslovanjem u uslužnim djelatnostima. Aplikacija je dostupna putem interneta s neograničenog broja uređaja, pružajući potpuni uvid u poslovanje, uključujući vrste usluga, potrošnju materijala i zaradu, te omogućuje analizu podataka o klijentima u bilo koje doba dana (Fazalbhoy, 2014).

## 2. 6. Vjerojatnost pokretanja ženskog poduzetništva i učinkovitost

Prema većini mjera, čini se da su žene poduzetnice, u cjelini, prilično dobre. Međutim, postoji nekoliko razloga zbog kojih je manja vjerojatnost da će žene postati poduzetnici nego muškarci. Prvo,

manje je vjerojatno da će žene koje se žele baviti poduzetništvom dobiti sredstva potrebna za pokretanje tvrtke, što ih prirodno sprječava u jurnjavi za svojim snovima (Jakhar & Krishna, 2020).

Još jedan razlog zbog kojeg žene osnivaju manje tvrtki od muškaraca je taj što im često nedostaje "pretjerano samopouzdanje" kao većina muških osnivača startupa. Iako pretjerano samopouzdanje nije pokazatelj poslovnog uspjeha, ono je snažan pokazatelj želje da postanete poduzetnik; to jest, ljudi koji odluče osnovati tvrtku imaju tendenciju biti previše uvjereni u svoje sposobnosti da uspiju. Ponekad je potreban visok stupanj samopouzdanja da bi netko želio dati otkaz na poslu i pokrenuti tvrtku (Maria, Minniti, Bullet, & Arenius, 2003).

Psihološki, muškarci imaju više oholosti, što ih potiče na pokretanje posla. S druge strane, žene općenito imaju više poniznosti, što ih sprječava da pokrenu posao, ali kada to učine, obično su uspješnije od svojih muških kolega. Budući da je manja vjerojatnost da će se žene financirati rizičnim kapitalom, kad god osnivačica pruži priliku, letvica je često postavljena više, a ideja, tim ili izgledi moraju biti bolji od prosječnog poslovnog plana da bi se financiran. Ovakva poduzeća prirodno imaju veću vjerojatnost da će uspjeti. Također, budući da osnivačice općenito prikupljaju manje novca od svojih muških kolega, one se više fokusiraju na ekonomičnost i učinkovitost jedinice, što ih dovodi do toga da postanu bolji poslovni menadžeri (Yadav & Unni, 2016).

Drugi razlozi koji se temelje na spolu također pokazuju zašto će žene poduzetnice biti bolje od muških osnivača. Na primjer, žene su bolje rangirane od muškaraca u zajedničkim tendencijama, koje uključuju otvorenost i suradnju, što su bitne osobine uspješnih poduzetnika.

I dok se sklonosti poduzetnika i poduzetnica prema preuzimanju rizika ne razlikuju, istraživanje pokazuje da žene imaju višu razinu averzije prema gubitku. To znači da su osnivačice rado riskirale kada je to potrebno, ali su osjetljivije na bol gubitaka od muškaraca. Ova averzija prema gubitku pomaže im da postanu bolji menadžeri rizika i, stoga, imaju veću vjerojatnost da će svoje tvrtke dovesti do uspjeha (Yadav & Unni, 2016).

Još jedan razlog zbog kojeg su žene sklone nadmašiti muškarce kao poduzetnici je taj što su sklone stavljati manji naglasak na vanjske motive, poput isključivo zarađivanja novca, od svojih muških kolega. Većina osnivačica motivirana je intrinzičnim čimbenicima kao što su autonomija i stvaranje razlike, a čini se da imaju jaču želju za doprinosom društvu od muškaraca. Iako su vanjske nagrade

važne, one nisu jedini motivator za učinak. I kao što smo vidjeli, najuspješnije tvrtke su one koje čine razliku (Yadav & Unni, 2016).

Poduzetništvo žena obuhvaća proces u kojem žene prepoznaju prilike, razvijaju vlastite ideje, osiguravaju financijska sredstva i prihvaćaju rizike povezane s poslovnim poduhvatima. Mnoge poduzetnice suočavaju se s ograničenjima zbog obiteljskih i kućanskih obveza. Međutim, upravo zbog balansiranja privatnog i poslovnog života, uključujući majčinske i obiteljske dužnosti, žene su razvile organizacijske vještine koje su visoko cijenjene u poslovnom svijetu (Brush, Bruin, & Welter, 2009).

Žene su sve više svjesne svojih sposobnosti i znanja koje mogu doprinijeti razvoju poduzetništva, a njihova prednost leži u dobroj organizaciji, empatiji i intuiciji. Iako se čini da je poduzetništvo žena postalo značajnije u suvremenom dobu, žene su se s poduzetništvom suočavale i ranije. Povijesno gledano, žene su često bile odgovorne za organizaciju vremena i resursa unutar obitelji, što im je omogućilo razvoj vještina koje danas primjenjuju u vođenju poduzeća. Ove vještine čine ih sklonijima timskom radu i usmjerenima na uspješan razvoj početnih ideja (Yadav & Unni, 2016). Žene preferiraju suvremena rješenja i uključivanje zaposlenika u proces donošenja odluka. Pri donošenju odluka, sklonije su detaljnoj analizi i sagledavanju svih činjenica. Njihova visoka osjetljivost omogućuje im bolje razumijevanje okoline, uključujući zaposlenike, potrošače i suradnike. Ulažu značajne napore u zadovoljstvo zaposlenika, kvalitetu rada i izgradnju dobrih odnosa. Njihova otvorenost i komunikativnost često ih vode prema uslužnim djelatnostima, posebno u sektorima obrazovanja, socijalne skrbi i zdravstva, gdje mogu iskoristiti svoje vještine za izgradnju boljih odnosa i veću učinkovitost (Fazalbhoy, 2014).

## 2. 7. Prepreke u pokretanju ženskog poduzetništva

Postoje problemi s kojima se žene susreću u različitim fazama počevši od svog početnog pokretanja poduzeća, u vođenju svog poduzeća. Njihovi različiti problemi su sljedeći (Jakhar & Krishna, 2020):

- Nedostatak usredotočenosti na karijeru: žene ne usredotočuju se na svoju karijeru na isti način kao na svoju obitelj i osobni život. Unatoč izvrsnim poduzetničkim sposobnostima, ne fokusiraju se na svoje ciljeve u karijeri. Njihov nedostatak fokusa na svoju karijeru stvara problem u promicanju ženskog poduzetništva.

- **Ekonomska nestabilnost žena:** Ekonomska stabilnost žena je u velikom broju država u vrlo lošem stanju jer nemaju odgovarajuće obrazovanje koje je ključno da postanu samoovisne. Žene u ruralnim područjima teško se mogu baviti poduzetništvom.
- **Nedostatak sposobnosti preuzimanja rizika:** obrazovni sustav je u velikom dijelu svijeta vrlo primitivan i stvara svijest o ženskim kapacitetima i njihovim skrivenim moćima da upravljaju ekonomskim aktivnostima. Ali većina žena ne obavlja poduzetničke aktivnosti jer nemaju odgovarajuću sposobnost i sposobnost preuzimanja rizika.
- **Organizacija financija i sirovina:** Pravilna organizacija financija veliki je problem s kojim se žene poduzetnice suočavaju. Njihov pristup vanjskim izvorima financiranja vrlo je ograničen zbog njihovog lošeg ekonomskog stanja u društvu. Smatraju da je teško biti poduzetnik kao i njihova sposobnost preuzimanja rizika zbog slabe financijske pomoći. Drugi problem s kojim se susreću je nedostatak sirovina i poteškoće s kojima se susreću žene poduzetnice u nabavi kvalitetnih sirovina po konkurentnim cijenama.
- **Oštro natjecanje:** Žene poduzetnice moraju se suočiti s teškom konkurencijom ne samo iz industrije, već i od svojih muških kolega. Preživjeti ovu žestoku konkurenciju i postići cilj proizvodnje kvalitetnog proizvoda po konkurentnoj cijeni nije lak zadatak za žene poduzetnice.
- **Problemi u dobivanju financijske pomoći od strane banaka i financijskih institucija:** Banke i financijske institucije pomažu financirati operatere malih i srednjih tvrtki kako bi dobili financijsku pomoć. Ali te banke i financijske institucije ne daju spremno kredite ženama poduzetnicama jer sumnjaju u kreditnu sposobnost žena poduzetnica.
- **Marketinški problemi:** Žene poduzetnice suočavaju se s problemima u marketingu svojih proizvoda budući da ovim područjem uglavnom dominiraju muškarci, a žene mogu ostaviti traga u ovom području. Ženama poduzetnicama također je teško osvojiti tržište i učiniti svoje proizvode popularnima te često traže pomoć posrednika u marketingu svojih proizvoda koji od njih često naplaćuju visoke provizije.
- **Manja podrška obitelji:** U poslovnim ženama moraju se posvetiti dugo vremena i kao rezultat toga, teško im je zadovoljiti zahtjeve članova obitelji i društva. Kao takve postaju nesposobne



za obavljanje kućanskih poslova, za potrebe svoje djece što dovodi do sukoba u njihovim osobnim životima i teško im je raditi kao žene poduzetnice.

- Visoki troškovi proizvodnje: visoki troškovi proizvodnje nepovoljno utječu na razvoj žena poduzetnica. Visoka cijena čimbenika proizvodnje i sirovina otežava ženama poduzetnicama rad u industriji. Državna pomoć u obliku bespovratnih sredstava i subvencija im donekle omogućuje prevladavanje teških situacija. Osim visokih troškova proizvodnje, poduzetnice se suočavaju i s problemima radne snage, ljudskih resursa, infrastrukture, pravnih formalnosti, preopterećenosti poslom, nepovjerenja itd. koji su povezani sa svakim poslovnim poduzećem.
- Nedostatak samopouzdanja i samopoštovanja: jak mentalni pogled i optimističan stav među ženama potrebni su ženama da bi bile poduzetnice. No, primijećeno je da ženama nedostaju te kvalitete potrebne za osnivanje vlastitog poduzeća. Stoga nedostatak potrebnog samopouzdanja koje je potrebno današnjim ženama da napreduju stvara otpor u tome da budu dobre poduzetnice.

Prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj, osim gore spomenutih prepreka i izazova, ključni problemi uključuju značajnu podzastupljenost žena u poduzetničkim aktivnostima, vlasničkoj strukturi poduzeća i zaposlenosti. Niske plaće za obavljanje istih ili sličnih poslova predstavljaju veliki problem. Također, nedostatak evaluacije i vrednovanja učinaka provedenih mjera za razvoj poduzetništva, kao i slaba povezanost aktivnosti za njegovo jačanje, negativno utječu na situaciju. Dominacija žena u nezaposlenosti i njihova podzastupljenost na upravljačkim pozicijama dodatni su problemi. Potrebno je poboljšati koordinaciju i suradnju s nositeljima javnih politika i programa za razvoj ženskog poduzetništva (Fazalbhoy, 2014).

Analizom prepreka i problema s kojima se žene suočavaju prilikom ulaska u poslovni svijet, može se zaključiti da njihovi uzroci leže u statističkim podacima o nezaposlenosti žena, zanemarivanju činjenice da su zaposlene žene obrazovanije od zaposlenih muškaraca, te raznim oblicima diskriminacije, uključujući niže plaće za isti posao. Društveno i obiteljsko gledište također pridonosi tim problemima. Manjak samopouzdanja i nesigurnosti kod žena često je posljedica nedostatka podrške vlastite obitelji. Ženska poduzeća razvijaju se sporije od muških, a samo 15% nekretnina u Hrvatskoj je u vlasništvu žena, što otežava dobivanje kredita. To je dodatni faktor koji doprinosi nedostatku financijskih sredstava s kojima se žene suočavaju (Poljak, 2021).

Za unaprjeđenje situacije, nužna je potpora državnih i lokalnih institucija koje, provedbom potrebnih mjera, mogu poboljšati poduzetničku klimu. To bi značajno doprinijelo povećanju samozapošljavanja i otvaranju većeg broja radnih mjesta. Razvoj ženskog poduzetništva omogućio bi budućim generacijama stjecanje znanja, vještina i iskustava koje bi im prenijele poduzetnice.

## 2. 8. Hrvatska udruga poslovnih žena

Od svog osnutka 1992. godine, Hrvatska udruga poslovnih žena, poznata pod nazivom Krug, simbolizira jedinstvo i suradnju. S podrškom brojnih javnih osoba, poslovnih ljudi i institucija, uključujući Predsjednika Republike Hrvatske, Sabor Republike Hrvatske, Ured za ravnopravnost spolova pri Vladi Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva te Hrvatsku gospodarsku komoru, Krug igra ključnu ulogu u poboljšanju položaja žena u poslovnom okruženju (Krug.hr, 2024).

Vladine politike, brojne institucije i organizacije pružaju potporu poduzetnicama kroz savjetodavne usluge, edukacijske programe i financijsku pomoć. Jedan primjer takve organizacije je HBOR (Hrvatska banka za obnovu i razvitak), čiji je osnovni cilj poticanje razvoja hrvatskog gospodarstva. Kroz kreditiranje, izdavanje garancija i poslovna savjetovanja, HBOR povezuje poduzetničke ideje s njihovom realizacijom. Za poduzetnice su dostupni krediti do 700.000,00 kuna s rokom otplate do 12 godina i kamatnom stopom od 2%. Za veće investicije dostupni su i drugi krediti, poput onoga od 2 milijuna kuna namijenjenog za pokretanje poslovanja, modernizaciju, poticanje novog zapošljavanja i uvođenje novih tehnologija (Krug.hr, 2024).

Hrvatska udruga poslovnih žena odabrala je krug kao svoj simbol, predstavljajući jedinstvo i suradnju. Misija udruge je povećanje suradnje unutar i između tvrtki te povezivanje žena kako bi se poboljšao njihov položaj u poslovnom okruženju. Udruga promiče sposobne, vrijedne i odlučne poslovne žene čiji potencijal nije prepoznat ili cijenjen u današnjem svijetu. Od osnutka, rad udruge podržavaju mnoge javne osobe i institucije, uključujući Predsjednika Republike Hrvatske, Sabor i Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (Krug.hr, 2024).

Krug nije politička organizacija niti zastupa isključivo žene. Cilj mu je zajednički rad s muškim kolegama na povećanju suradnje unutar i između tvrtki, pridržavajući se etičkog kodeksa ponašanja u društvenoj i gospodarskoj sferi. Fokus je na promociji sposobnih, vrijednih, odlučnih i etičnih

poslovnih ljudi, posebno žena čiji potencijal često nije prepoznat ili cijenjen u postojećem okruženju (Krug.hr, 2024).

S više od 150 članica raspoređenih u Zagrebu, Splitu, Rijeci, Puli, Šibeniku, Virovitici i Dubrovniku, Krug se zalaže za unapređenje položaja žena kako u poslovnom, tako i u obiteljskom okruženju. Cilj je pomoći poslovnim ženama da ostvare svoj puni potencijal, doprinesu razvoju hrvatskog gospodarstva i promoviraju primjerenu poslovnu kulturu, moral i suradnju. Krugova misija uključuje djelatno povezivanje i zajednička nastojanja za poboljšanje položaja žena. Svojim djelovanjem Krug potiče ravnopravnost spolova, ne samo kroz institucionalne podrške već i kroz konkretne aktivnosti i inicijative koje ženama pružaju potrebne resurse i podršku za uspjeh u poslovnom svijetu. Ovaj pristup ne samo da jača individualne karijere žena već i doprinosi širem ekonomskom i društvenom razvoju Hrvatske (Krug.hr, 2024).

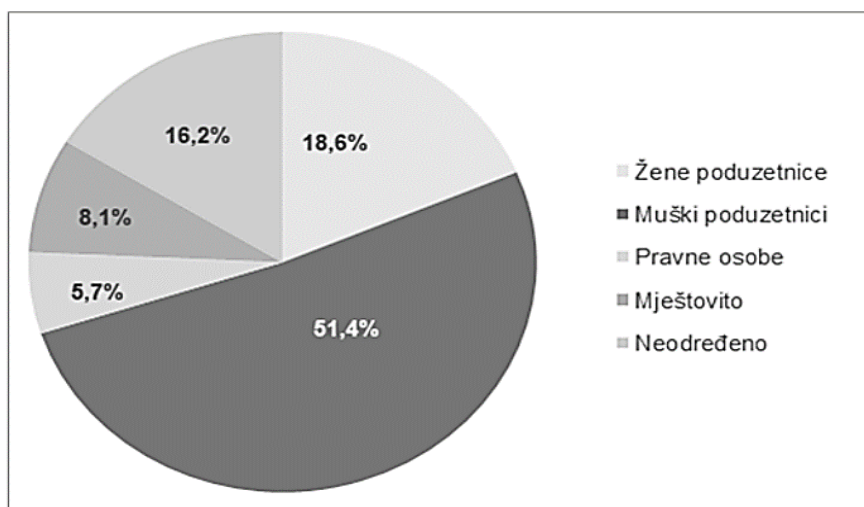
Podrška koju Krug dobiva od različitih institucija i javnih osoba dodatno osnažuje njegovu misiju. Partnerstvo s ključnim institucijama omogućava Krugu da utječe na politiku i stvara povoljne uvjete za žene u poduzetništvu. Kroz edukacijske programe, savjetodavne usluge i financijsku pomoć, Krug pomaže ženama da prevladaju prepreke i ostvare svoje poslovne ciljeve (Krug.hr, 2024).

Prema tome, Krug nije samo organizacija; on je pokret za promjenu i napredak. Svojim simbolom savršenog jedinstva i suradnje, Krug inspirira poslovne žene da se povežu, surađuju i zajednički rade na stvaranju boljeg i ravnopravnijeg poslovnog okruženja. Njegova vizija je društvo u kojem su poslovne žene prepoznate i cijenjene za svoj doprinos, a njihov uspjeh postaje kamen temeljac za buduće generacije.

2. 9. Analiza vlasničke strukture trgovačkih društava u Hrvatskoj prema rodnom kriteriju (2012. – 2021.)

Istraživanje vlasničke strukture trgovačkih društava u Hrvatskoj s naglaskom na spol vlasnika pokazuje dinamičan trend u razdoblju od 2012. do 2021. godine. Udio žena kao vlasnica ili osnivačica trgovačkih društava postepeno je rastao tijekom većeg dijela analiziranog razdoblja. Primijećen je pad udjela 2015. godine (18,3%) u usporedbi s prethodnom godinom (20,4%), kao i smanjenje udjela 2021. godine (18,6%) u odnosu na 2020. godinu (22%) (Fina.hr, 2023).

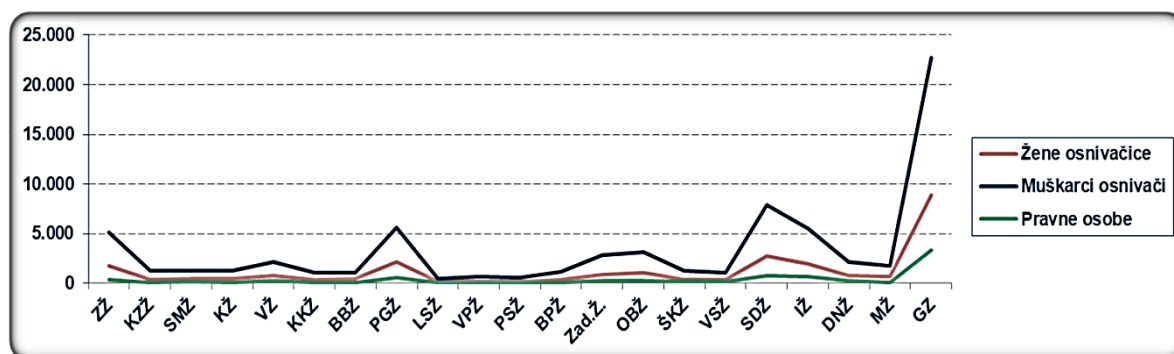
**Graf 2: Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2021. godini u RH, prema rodnom kriteriju**



Izvor: (Fina.hr, 2023)

Kada se uzmu u obzir i trgovačka društva u kojima su žene suvlasnice s muškarcima ili pravnim osobama, udio ženskog poduzetništva značajno se povećava. U 2021. godini, žene su bile vlasnice 25.198 društava (18,6%), dok su u dodatnih 11.053 društava bile suvlasnice. To rezultira ukupnim udjelom ženskog poduzetništva od 26,7% među svim trgovačkim društvima (Fina.hr, 2023).

**Graf 3: Vlasnička struktura trgovačkih društava u RH po županijama – prema rodnom kriteriju, u 2021. g.**



Izvor: (Fina.hr, 2023)

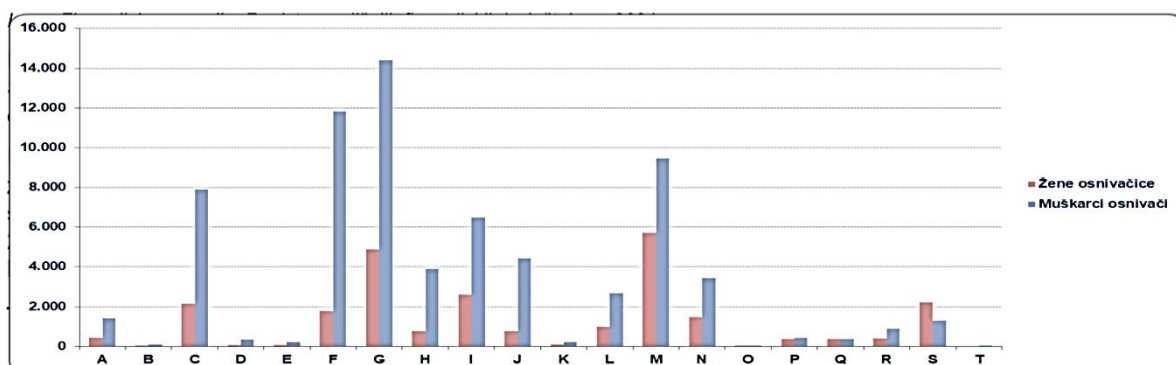
Prema popisu stanovništva iz 2021. godine, u Hrvatskoj su žene činile 51,8% ukupnog stanovništva, dok su muškarci činili 48,2% (Državni zavod za statistiku, 2022).

Analiza vlasničke strukture pokazuje da su 51,4% trgovačkih društava bila isključivo u vlasništvu muškaraca, dok su 5,7% pripadala pravnim osobama. Mješovito vlasništvo obuhvaćalo je 8,1% društava, dok je za 16,2% društava (21.991) bilo nedostupnih podataka o vlasničkoj strukturi. Promatranjem po županijama, najveći udio društava isključivo u vlasništvu žena zabilježen je u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji (21,2%). Od ukupno 2.150 društava u toj županiji, 456 društava bila su isključivo u vlasništvu žena, dok su 1.093 društava (50,8%) pripadala muškarcima (Fina.hr, 2023).

Istraživanje vlasničke strukture trgovačkih društava u Hrvatskoj za razdoblje od 2012. do 2021. godine otkriva značajne trendove u pogledu uključenosti žena kao vlasnica ili osnivačica društava. Prema podacima Financijske agencije za 2021. godinu, najveći broj trgovačkih društava u potpunom vlasništvu žena evidentiran je u županiji Grad Zagreb, ukupno 8.904 društava. Udio ovih društava u ukupnom broju trgovačkih društava sa sjedištem u Gradu Zagrebu iznosi 19,4%. U nacionalnom kontekstu, udio ženskih poduzetnika u Gradu Zagrebu iznosi 35,3% (Fina.hr, 2023).

Prema vlasničkom udjelu prema područjima djelatnosti, žene dominiraju u području ostalih uslužnih djelatnosti (S), gdje čine 49,6% ukupnog broja poduzetnika u tom sektoru. Uspoređujući s muškarcima koji su vlasnici, udio muškaraca u ovom sektoru iznosi 28,7%. Konkretno, od 4.494 poduzetnika u području ostalih uslužnih djelatnosti koji zapošljavaju 11.961 radnika, 2.230 društava u vlasništvu žena zapošljava 3.943 radnika, dok 1.292 društava u vlasništvu muškaraca zapošljava 3.036 radnika (Fina.hr, 2023).

**Graf 4: Vlasnička struktura trgovačkih društava u RH prema području djelatnosti – prema rodnom kriteriju u 2021. g.**



Izvor: (Fina.hr, 2023)

Analiza također pokazuje da su stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (M) privukle značajan broj ženskih poduzetnika. Od ukupno 5.720 društava u tom sektoru, 26,5% njih su u vlasništvu žena. Ova društva ostvarila su ukupne prihode od 3,4 milijarde kuna, što čini 9,3% od ukupnih prihoda od 36,5 milijardi kuna ostvarenih u 2021. godini u tom sektoru (Fina.hr, 2023).

Ovo istraživanje vlasničke strukture trgovačkih društava u Hrvatskoj prema rodnom kriteriju pruža dublji uvid u dinamiku ženskog poduzetništva u protekloj dekadi. Povećanje udjela žena kao osnivačica i vlasnica društava tijekom razdoblja od 2012. do 2021. godine, iako s manjim oscilacijama, pokazuje pozitivan trend rasta njihove prisutnosti u poduzetništvu. Posebno je značajno promatrati kako žene dominiraju u određenim sektorima kao što su uslužne djelatnosti, ali također zapažamo njihov značajan doprinos i u visokotehnološkim sektorima poput stručnih i znanstvenih djelatnosti. Ovi podaci ukazuju na potrebu daljnjeg poticanja ženskog poduzetništva putem politika podrške koje bi mogle dodatno unaprijediti njihovu ulogu i utjecaj u gospodarstvu, čime bi se stvorili povoljniji uvjeti za daljnji rast i razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj.

### 3. RAVNOTEŽA PRIVATNOG I POSLOVNOG ŽIVOTA ŽENA PODUZETNICA

Od pamtivijeka su žene opisane kao bolja polovica muškaraca. Ali u stvarnosti, žene u zemljama u razvoju ne odgovaraju ovom opisu. Dobro je poznata činjenica da su žene imale i nastavljaju igrati ključnu ulogu u očuvanju osnovnih sustava za održavanje života kao što su zemlja, voda, flora i fauna. Žene moraju igrati dvostruku ulogu, kao domaćice i kao osobe koje zarađuju. Žene imaju teret pripremanja hrane za obitelj, osim što ispunjavaju svoju temeljnu ulogu njegovanja i brige o djeci i brige o starijim članovima kućanstva. Čak i tada pate od toga što su ekonomski i društveno nevidljivi. Postoji stalna nejednakost i ranjivost žena na svim poljima kao što su socio-ekonomsko, političko, obrazovanje, zdravstvena skrb, prehrana itd.

Ravnoteža između privatnog i poslovnog života predstavlja jedan od najvećih izazova za žene poduzetnice. Uloga žene kao poduzetnice donosi sa sobom zahtjeve koji često nadmašuju radno vrijeme, dok obiteljske obaveze zahtijevaju jednako intenzivnu pažnju i posvećenost. Ova dvostruka odgovornost često dovodi do osjećaja preopterećenosti i stresa, jer žene poduzetnice balansiraju između profesionalnih ambicija i osobnih obveza. Jedan od ključnih faktora koji utječe na postizanje ravnoteže između privatnog i poslovnog života je podrška iz okoline. Obitelj, prijatelji i poslovni partneri igraju važnu ulogu u pružanju emocionalne i logističke podrške. Pomoć u kućanskim obavezama, fleksibilno radno vrijeme i razumijevanje obiteljskih potreba mogu značajno smanjiti pritisak na žene poduzetnice, omogućujući im da se posvete i poslovnim ciljevima i obiteljskim obavezama (Brush, Bruin, & Welter, 2009).

Izraz „ravnoteža između poslovnog i privatnog života žena“ postao je popularan posljednjih godina, sugerirajući da se javnim politikama zaista radi na postizanju ravnopravnosti žena u privatnoj i poslovnoj sferi. Ova sintagma je dobila zakonsko priznanje u novoj direktivi Europske unije koja uvodi minimalne standarde za obiteljski dopust i fleksibilne radne uvjete za radnice i radnike, te promiče ravnomjernu raspodjelu obveza skrbi među roditeljima. Države članice su obvezane prenijeti i provesti ovu direktivu u svoje zakonodavstvo i politike. Namjera direktive je postići jednake šanse za osobni i profesionalni napredak muškaraca i žena (Poljak, 2021).

Danas obrazovane žene ne žele ograničiti svoj život u četiri zida kuće. Od partnera traže jednako poštovanje. Međutim, žene moraju prijeći dug put kako bi postigle jednaka prava i položaj jer su tradicije duboko ukorijenjene u društvu u kojemu sociološkim postavom dominiraju muškarci. Žene se smatraju slabijim spolom i uvijek ovise o muškarcima u svojoj obitelji i izvan nje, tijekom cijelog

života. U mnogim zemljama kultura učinila ih je samo podređenima i izvršiteljima odluka drugih muških članova, u osnovnoj strukturi obitelji. Iako barem polovica umne snage na svijetu pripada ženama, žene ostaju možda najslabije iskorišten svjetski resurs (Poljak, 2021). Unatoč svim društvenim preprekama, Suvremeni poslovni svijet je prepun uspješnih priča žena. Stoje uspravno ispred ostatka publike i plješću im za njihova postignuća u svom polju. Transformacija društvenog tkiva društva, u smislu povećanog obrazovnog statusa žena i raznolikih težnji za boljim životom, uvjetovala je promjenu stila života žena. Natjecala se s muškarcem i uspješno mu se suprotstavljala u svim segmentima života, a ni posao u tome nije iznimka. Ove žene vođe su asertivne, uvjerljive i spremne riskirati. Svojim radom, marljivošću i upornošću uspjeli su opstati i uspjeti u ovoj oštroj konkurenciji. Sposobnost brzog učenja iz njezinih sposobnosti, njezina uvjerljivost, otvoren stil rješavanja problema, spremnost na preuzimanje rizika i prilika, sposobnost motiviranja ljudi, znanje kako elegantno pobjeđivati i gubiti jake su strane žena poduzetnica (Jakhar & Krishna, 2020).

Također, važan aspekt ravnoteže između privatnog i poslovnog života je i briga o vlastitom zdravlju i dobrobiti. Fizičko i mentalno zdravlje često su zanemareni u napornom rasporedu poduzetničkog života. Redovita tjelesna aktivnost, zdrava prehrana, dovoljna količina sna i tehnike opuštanja, kao što su meditacija i mindfulness, mogu značajno doprinijeti smanjenju stresa i poboljšanju ukupne kvalitete života.

### 3. 1. Problem neravnopravnosti žena

Teško je pronaći nekoga tko bi osporio tvrdnju da žene i dalje nisu ravnopravne u podjeli obiteljskih obaveza, plaćama i pristupu pozicijama moći i odlučivanja. Bez razumijevanja specifičnog položaja žena u društvu, nemoguće je identificirati strukturalne uzroke zbog kojih žene svakodnevno rade više, teže dolaze do bogatstva, ugleda i moći. Sociološke i feminističke teorije pomažu u razumijevanju ovih strukturalnih uzroka, ističući sustavnu i postojanu diskriminaciju te nejednake šanse žena za pristup pozicijama moći i odlučivanja. Društvene norme i prakse utvrđuju raspodjelu poslova između žena i muškaraca, uključujući i djecu. Rodna podjela rada najjasnije se očituje kroz nepoštenu raspodjelu neplaćenog rada u obitelji. Kućanski poslovi se često dijele na stereotipno ženske, svakodnevne i repetitivne zadatke koji oduzimaju puno vremena (poput kuhanja, čišćenja i pranja) i stereotipno muške, povremene zadatke (poput manjih popravaka i održavanja automobila) (Fazalbhoy, 2014).



Istraživanje "Utjecaj rodne podjele obiteljskih obveza i kućanskih poslova na profesionalni život zaposlenih žena" pokazuje da žene u Hrvatskoj obično provode 15 sati tjedno obavljajući rutinske kućanske poslove, dok njihovi partneri provode oko 4,5 sati tjedno. Žene procjenjuju da njihovi partneri provode više od tri puta manje vremena na ove poslove nego one. Pri tome je vidljivo da za žene rad u kućanstvu produžetak radne sfere u obiteljsku sferu, dok je za muškarce prijelaz iz radne sfere u sferu dokolice. Da bi se ove norme i prakse promijenile, potrebno je rješavati njihove duboko ukorijenjene uzroke u društvenoj strukturi (Zrinščak, i dr., 2021).

U svijetu, žene čine 41% ukupne radne snage, ali su izložene neproporcionalno većem opterećenju obavljanja svih poslova, čime obuhvaćaju 75% tih aktivnosti. S druge strane, žene čine 67% nepismenih osoba, što ukazuje na značajnu rodnu razliku u pristupu obrazovanju. U vlasništvu nekretnina, žene su znatno podzastupljene s udjelom od samo 10%. Na menadžerskim pozicijama, žene čine 15%, dok su na pozicijama direktorica u europskim poduzećima i predsjednica kompanija u SAD-u gotovo neprimjetne, s udjelima od 1% odnosno 2% (Holjevac, 2024).

U Republici Hrvatskoj, žene čine većinu ukupnog stanovništva s udjelom od 52%, dok su u radnoj snazi zastupljene sa 48%. Zaposlenost žena u državnom sektoru iznosi 52%, dok je u privatnom sektoru taj udio niži, 39%. Među zaposlenima do 50 godina života, žene čine 47%, dok u ukupnom broju nezaposlenih one čine većinu s 58%. Stopa ženske nezaposlenosti iznosi 25%. Žene su podzastupljene u političkom životu i na rukovodećim pozicijama. U Vladi RH, žene čine 30% članova, dok je u Hrvatskom saboru taj udio 25%. Na lokalnoj razini, žene čine 5% županica, 11% gradonačelnica, te 13% u županijskoj i gradskoj vlasti. U općinskim vijećima, žene su zastupljene sa 7%. Mnoge žene nemaju osigurano puno radno vrijeme, posebice u državnoj upravi (89%) i prosvjeti (60%). Među onima koje prvi puta traže posao i imaju visoku stručnu spremu, žene čine 63%. U radu na crno, žene čine 65%, što ukazuje na visoku nesigurnost zaposlenja među ženskom populacijom. U trgovačkim društvima, žene čine 19% članova nadzornih odbora i 25% osnivača trgovačkih društava. U kreditnom poduzetništvu, žene čine 20%, dok na rukovodećim mjestima svih razina menadžmenta one čine 27%. U top menadžmentu, žene su izrazito podzastupljene s udjelom od samo 6% (Holjevac, 2024).

Navedeni podaci jasno pokazuju problematiku rodne nejednakosti u različitim sektorima i aspektima života, kako globalno tako i u Republici Hrvatskoj. Unatoč postignutom napretku, potrebne su daljnje mjere za poboljšanje rodne ravnopravnosti u svim sferama društva.

Rodna nejednakost uvelike proizlazi iz kulturnih normi i običaja koji određuju podjelu poslova na muške i ženske. Obitelj, kao osnovna društvena jedinica, igra ključnu ulogu u generiranju i perpetuiranju tih nejednakosti. Ljudsko ponašanje je pretežno oblikovano kulturom, koja se sastoji od normi i vjerovanja specifičnih za društvo. Ključni mehanizam u oblikovanju rodnih uloga je socijalizacija, proces tijekom kojeg pojedinci usvajaju društvene vrijednosti kao vlastita pravila ponašanja. Socijalizacija osigurava prijenos kulturnih obrazaca, uključujući rodne stereotipe i uloge, s generacije na generaciju. Socijalizacija ostvaruje putem internalizacije, odnosno prihvaćanja normi, vrijednosti i uloga kao vlastitih. Kultura kojoj pojedinac pripada postaje njegov integralni dio kroz usvajanje mnogih društvenih normi i vrijednosti tijekom života. Taj proces uključuje prihvaćanje znanja, stavova, predrasuda i normi koje oblikuju ponašanje i životne odluke (Poljak, 2021).

Različita socijalizacija djevojčica i dječaka rezultira različitim socijalnim očekivanjima od muškaraca i žena, uključujući podjelu radnih uloga. Rodne uloge su kulturni proizvod, a ne biološki. Podjelu rada po spolu podržava i opravdava sustav vjerovanja i vrijednosti koji tvrdi da su rodne uloge normalne, prirodne, ispravne i dolične. Ovaj sustav vrijednosti održava rodne nejednakosti i perpetuira rodne stereotipe kroz generacije.

### 3. 2. Feminističke teorije i ravnoteža privatnog i poslovnog života žena

Različite feminističke teorije mijenjaju duboko ukorijenjenu nejednakost među spolovima, analizirajući položaj žena u obitelji, njihov nevidljivi i neplaćeni rad te obiteljsko nasilje. Do 1960-ih godina te teme nisu bile predmet socioloških istraživanja niti općedruštvenih rasprava. Feminizam je naglasio da su te teme važne društvene problematike jer ono što se događa unutar obitelji nije samo privatno, već ima šire društvene implikacije, posebno u kontekstu psihičkog, fizičkog i seksualnog nasilja (Poljak, 2021).

U tom kontekstu je vidljivo kako su feminističke teorije usmjerile pažnju istraživača i društva na obiteljske odnose, posebno između muškaraca i žena, kao i između roditelja i djece. Ključna značajka feminističkog kritičkog pristupa je shvaćanje obitelji ne samo kao funkcionalne jedinice koja ispunjava važne društvene funkcije, već i kao mjesta neravnopravnosti, sukoba i nasilja.

Radikalne feministkinje vide obitelj kao ključno mjesto tlačenja žena, gdje one obavljaju većinu kućanskih poslova i moraju biti poslušne muževima, ispunjavajući društvena očekivanja koja nadziru muževi, članovi proširene obitelji te društvene institucije poput religije, medija i obrazovnog sustava.

Bez obzira na to koliko se ta dominacija pripisuje biologiji ili kulturi, ključna je kategorija moć muškaraca nad ženama, a jedini put oslobađanja je potpuno odbacivanje patrijarhalnog modela kao sustavne represije nad ženama (Zrinščak, i dr., 2021).

Marksistički i socijalistički feminizam identificiraju kapitalizam kao glavni uzrok podčinjavanja žena. Žene su eksploatirane kao radnice i dodatno potiču održavanje kapitalizma kroz neplaćeni i nepriznati rad u kućanstvu. Tako su dvostruko eksploatirane: prvo od strane vlastitih muževa ili očeva, a potom i od kapitalističkog ekonomskog sustava kojeg predstavlja poslodavac. Time dijele sudbinu muške radničke klase, pa je njihov interes zajednički. Prema ovom pristupu, jedino rušenje kapitalističkog sustava može dovesti do oslobođenja i jednakosti žena (Zrinščak, i dr., 2021).

S druge strane, liberalni feminizam, koji se čini uvjerljivim u analizi strukturalnih razloga koji ometaju postizanje ravnoteže između poslovnog i privatnog života žena, pronalazi uzroke neravnopravnog položaja žena prvenstveno u socijalizaciji i dominantnim kulturološkim stavovima. Tradicionalni kulturološki stavovi oblikuju različite uloge žena i muškaraca kroz proces socijalizacije. Zbog toga, niz zakonodavnih inicijativa, poput pravila jednakih plaća i kvota za žene u političkim i ekonomskim institucijama, može poboljšati položaj žena i donijeti višestruke koristi društvu (Poljak, 2021).

Liberalna škola feminizma vjeruje da promjena zakonodavnih inicijativa, kao što su dodatne nagrade za očeve koji odluče uzeti rodiljni dopust, otvaranje jaslica i vrtića te reforma obrazovnog sustava koja promiče obiteljsku ravnopravnost muškaraca i žena, može mijenjati patrijarhalnu kulturnu matricu (Poljak, 2021).

### 3. 3. Suvremena žena i tradicionalni društveni obrazac uloge žene

Tradicionalni društveni obrazac prema kojem se žene smatraju odgovornima za brigu o djeci i obitelji, dok se od muškaraca očekuje da zarađuju, mijenja se već više od stoljeća. Ovaj obrazac se počeo mijenjati kada su žene počele ulaziti na tržište rada i postale su partneri svojim muževima i partnerima u ekonomskom smislu. Međutim, i dalje su dvostruko opterećene - obavljanjem kućanskih obveza i poslovnim obvezama. Čak i nakon formalne jednakosti na tržištu rada, obiteljske obveze, osobito za majke koje dijele odgovornost s očevima u odgoju djece, nisu se ravnomjerno rasporedile. Žene su zbog prevelike obiteljske brige često zaposlene u manje obimu u odnosu na muškarce, često u slabije plaćenim sektorima. Osim toga, česta briga o članovima obitelji - djeci, bolesnima ili starijima - često rezultira prekidima u karijeri, manjim brojem promocija i sporijim

napretkom u karijeri. Manje plaća, rad u nepunom radnom vremenu i prekidi u karijeri doprinose znatnoj razlici u mirovinama između spolova (Brush, Bruin, & Welter, 2009).

Iako je tradicionalni društveni stav donekle dekonstruiran omogućavanjem ženama sudjelovanje na tržištu rada, i dalje prevladava mišljenje da je briga o obitelji i kućanstvu primarno ženski posao. Ostvarivanje politike rodne ravnopravnosti zahtijeva ne samo usvajanje i provedbu zakonskih mjera te identifikaciju relevantnih aktera, već i promjenu kulture i dominantnih vrijednosti u društvu. Stoga, uvođenje mjera koje potiču muškarce na preuzimanje jednakog dijela obveza skrbi o djeci i drugim članovima obitelji je tek prvi korak prema postizanju ravnopravnosti (Poljak, 2021).

Unatoč činjenici kako je Direktiva Europske unije koja uvodi minimalne standarde za obiteljski dopust i fleksibilne radne uvjete za radnice i radnike te promiče ravnomjernu raspodjelu obveza skrbi između roditelja pohvalan korak u postizanju ravnopravnosti spolova, neće u potpunosti riješiti nepravednu raspodjelu kućanskih poslova. Rutinski kućanski poslovi i dalje se uglavnom obavljaju ženama, kao i briga za djecu, jer su dosadašnji liberalno feministički pokušaji promjene zakonodavnih inicijativa pokazali se nedovoljnim za dekonstrukciju patrijarhata. Stoga, jedan od načina borbe protiv strukturalnih nepravdi, posebno dvostrukog opterećenja žena u obiteljskom i poslovnom okruženju, je osiguravanje mogućnosti za aktivno uključivanje žena na tržištu rada, što trebaju osigurati javna vlast i službe, uz uspostavljanje i provođenje zakonodavnog okvira koji će ukloniti prepreke za razvoj ženskih karijera. Samo kada oba roditelja preuzmu podijeljenu odgovornost za podizanje djece, koristeći jednake obiteljske dopuste, uz osiguravanje dostupne i financijski pristupačne skrbi za djecu i dugotrajnu skrb za ostale članove obitelji, mnogim će se ženama omogućiti ulazak, ostanak ili povratak na tržište rada (Poljak, 2021).

## 4. METODOLOŠKI ASPEKTI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

### 4.1. Metodologija istraživanja

Glavni cilj empirijskog istraživanja je definirati probleme koji su vezani za ravnotežu poslovnog i privatnog života poduzetnica u tradicionalnom okruženju. Općenitim pitanjima će se doznati koje su dobne skupine poduzetnica, djelatnosti kojima se bave, veličina poduzeća itd. Istraživanjem se želi prikazati kako poduzetnice podnose stres vezan za posao ali i privatni život. Ravnoteža poslovnog i privatnog života poduzetnica glavni je problem empirijskog istraživanja.

### 4.2. Opis anketnog upitnika

Istraživanje je provedeno online, a kao tehnička platforma za anketu je korišten Google obrazac. Anketni upitnik se sastoji od 29 pitanja.

Anketni upitnik sastoji se od nekoliko dijelova koji adresiraju različite aspekte poduzetničke aktivnosti žena.

Prvi dio uključuje pitanja koja adresiraju opće karakteristike poduzetnica, kao što su:

- Dobna skupina
- Stupanj obrazovanja
- Bračni status
- Broj djece i uzdržanih članova obitelji
- Regija poslovanja
- Veličina i trajanje poslovanja poduzeća
- Sektor poduzeća
- Udio žena zaposlenih i njihovih upravljačkih pozicija
- Način osnivanja poduzeća
- Motivacija za pokretanje vlastitog posla

Drugi dio upitnika ispituje količinu obaveza koje poduzetnica preuzima na sebe, s posebnim naglaskom na kućanske obaveze i stres:

- Podjela kućanskih obaveza s partnerom
- Utjecaj pandemije COVID-19 na poslovanje i obiteljske obaveze
- Glavne prepreke u vođenju poslovanja
- Prosječan broj radnih dana i sati dnevno
- Prosječan broj sati dnevno utrošenih na kućanske obaveze

Posljednji dio upitnika uključuje ocjenjivanje određenih tvrdnji i rangiranje po važnosti:

- Ocjenjivanje stupnja slaganja s tvrdnjama (od "izrazito se ne slažem" do "u potpunosti se slažem")
- Ocjenjivanje učestalosti određenih situacija (od "nikad" do "vrlo često")
- Rangiranje tvrdnji o ravnoteži između privatnog i poslovnog života prema važnosti

Za ocjenu stupnja slaganja korištena je Likertova skala s pet stupnjeva intenziteta.

#### 4.3. Prostorni i vremenski obuhvat

Istraživanje je provedeno tijekom mjeseca lipnja 2024. godine. Do ispitanica se dolazilo putem društvenih mreža, e-maila, te kontaktima kako na fakultetu, tako i prijateljskim. Većina je prihvatila sudjelovati u ovom istraživanju. Prikupljeno je 29 odgovora na anketni upitnik.

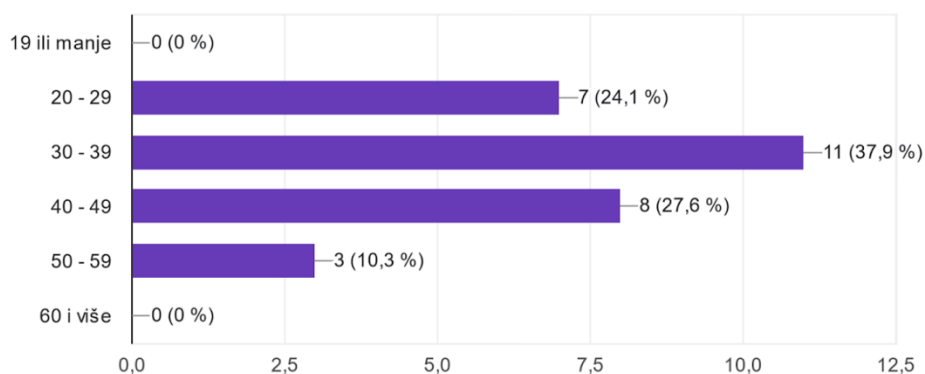
## 5. ANALIZA RAVNOTEŽE POSLOVNOG I PRIVATNOG ŽIVOTA ŽENA PODUZETNICA U REPUBLICI HRVATSKOJ

### 5.1. Rezultati istraživanja

#### Graf 5: Dobna skupina poduzetnica

1. Kojoj dobnoj skupini pripadate?

29 odgovora



Izvor: rezultati istraživanja

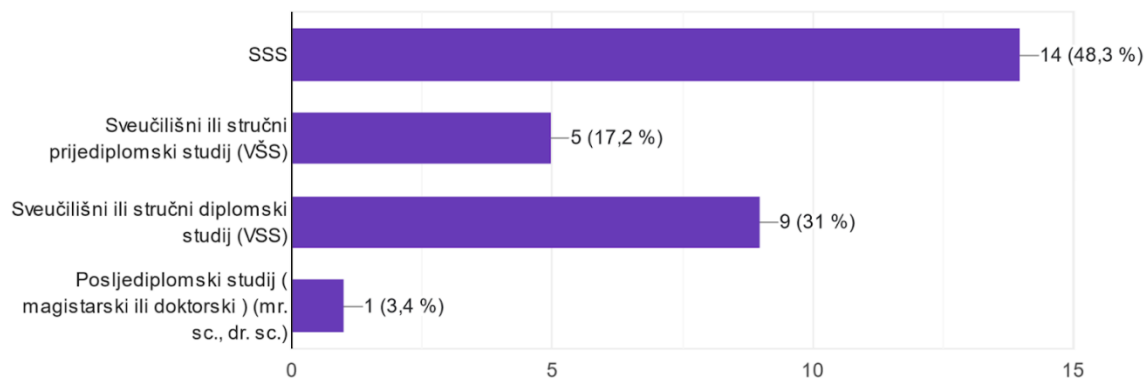
U grafu 5 se može primijetiti da dobne skupine 19 ili manje i 60 i više nisu obuhvaćene ovim istraživanjem. Dobna skupina 30 – 39 je najzastupljenija s 37,9 % (11 odgovora), zatim 40 – 49 s 27,6 % (8 odgovora). Može se primijetiti da 24,1% (7 odgovora) pripada mlađoj dobnoj skupini 20 - 29, što može ukazati na pokretanje trendova ulaska u poduzetništvo sve mlađih poduzetnica. S 3 odgovora (10,3%) najmanje su zastupljene poduzetnice dobne skupine 50 – 59.

Prema grafu 6, može se uočiti da 48,3% (14 odgovora) ispitanica ima završeno srednjoškolsko obrazovanje. Može se zaključiti da iako su žene zastupljenije u visokoobrazovanim ustanovama, ipak one koje se odlučuju na otvaranje su one s nižom razinom obrazovanja. One sa sveučilišnim ili stručnim diplomskim studijem (VSS) su druge najzastupljenije s 31% (9 odgovora). Poduzetnice sa sveučilišnim ili stručnim prijediplomskim studijem (VŠS) su zastupljene s 17,2% (5 odgovora), dok za poslijediplomski studij (magistarski ili doktorski) (mr. sc. dr. sc.) se izjasnila samo jedna ispitanica što iznosi 3,4%.

## Graf 6: Stupanj obrazovanja poduzetnica

### 2. Stupanj obrazovanja

29 odgovora

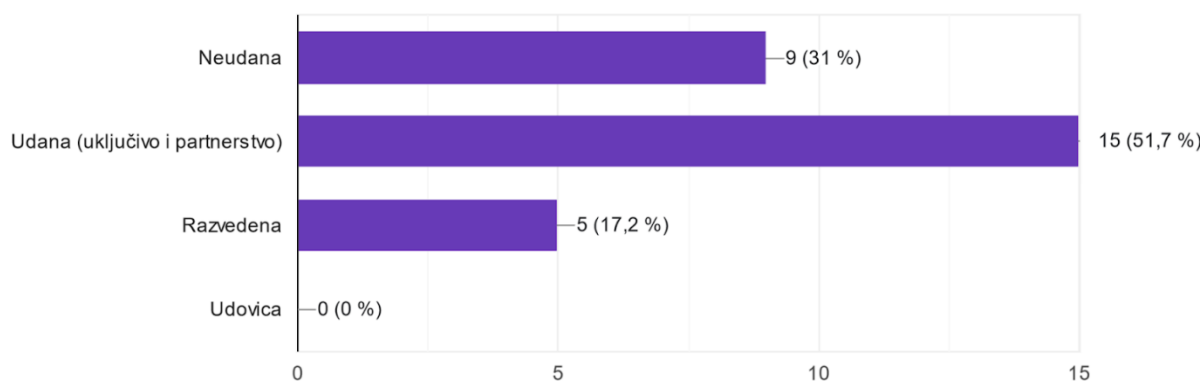


Izvor: rezultati istraživanja

## Graf 7: Bračni status poduzetnica

### 3. Bračni status

29 odgovora



Izvor: rezultati istraživanja

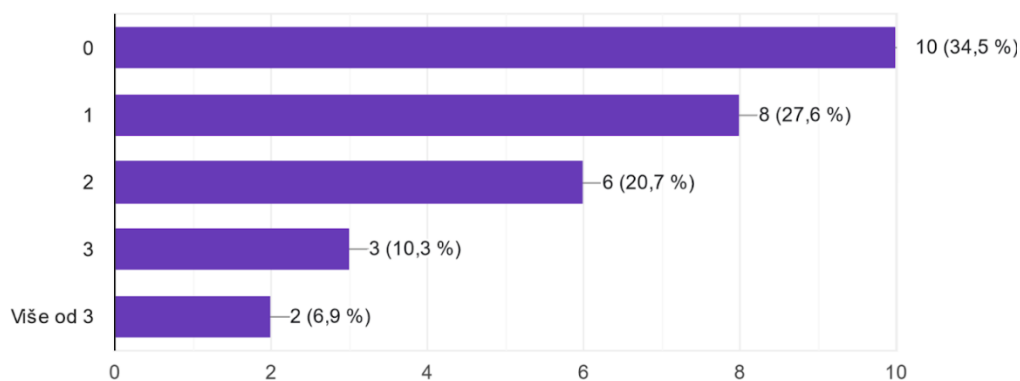
Prema grafu 7 se može zaključiti da je veliki udio poduzetnica ili udano (15 odgovora) 51,7% ili razvedeno (5 odgovora) 17,2%. Te 31% je neudato, što se poklapa s dobnim skupinama u kojima se pokazuje mlada dob ispitanica.



## Graf 8: Broj djece poduzetnica

### 4. Broj djece

29 odgovora



Izvor: rezultati istraživanja

Iako neočekivano prema grafu 8 čak 34,5 % (10 ispitanica) nema djecu. 27,6 % (8 odgovora) ima jedno dijete, 20,7% (6 odgovora) ima 2 djece, 10,3% (3 odgovora) ima 3 djece, dok su samo dvije ispitanice odgovorile da imaju više od 3 djece. Može se zaključiti da su u uzorku ispitanica više zastupljena mlađa skupina.

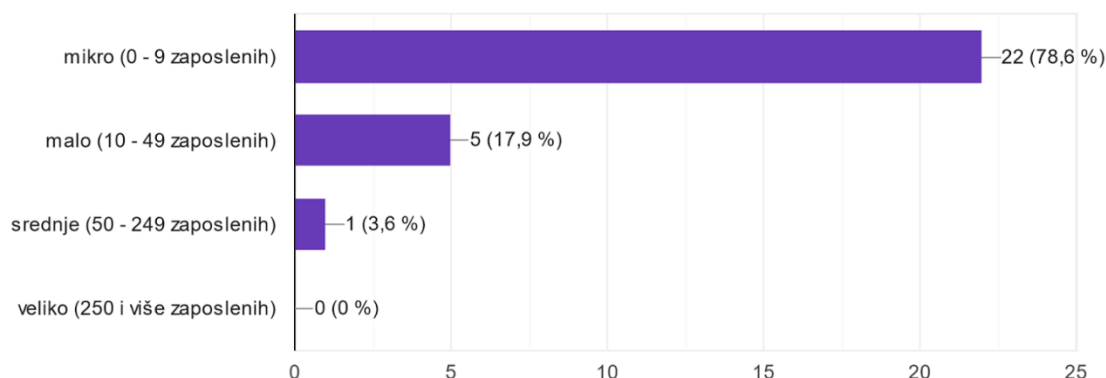
Prema rezultatima istraživanja čak 46,4% (13 odgovora) nema uzdržanih članova obitelji. 14,4% (4 odgovora) imaju 3 različita odgovora (1 uzdržavani član, 3 uzdržavana člana, više od 3), dok 2 uzdržavana člana imaju 10,7% (3 odgovora). Može se uočiti da polovina poduzetnica nema djecu i ne uzdržavaju ostale članove obitelji. Što predstavlja mogućnost ili da su mlade i samostalne ili da unatoč tome što su poduzetnice njihov partner donosi veći dohodak, pa uzdržava cijelu obitelj.

Prema anketi sve poduzetnice su odgovorile da posluju u Dalmaciji. Jedna je poduzetnica odgovorila da posluje u Dalmaciji i Središnjoj Hrvatskoj. Kako je kontaktirano s poduzetnicama u Splitu i široj okolini ovakva struktura odgovora je očekivana.

## Graf 9: Veličina poduzeća poduzetnica

7. Koja je veličina Vašeg poduzeća?

28 odgovora



Izvor: rezultati istraživanja

Iz grafa 9 se može zaključiti kako je većina poduzeća mikro (0 – 9 zaposlenih) s 78,6% (22 odgovora), mala (10 – 49 zaposlenih) imaju 17,9% (5 odgovora), srednje (50 – 249 zaposlenih) je samo jedan odgovor zabilježen što iznosi 3,6%. Nijedna poduzetnica ne posjeduje veliko (250 i više zaposlenih) poduzeće, što može značiti da postoji prostor za napredak i u proširenje poslovanja poduzetnica.

Iz ankete se može zaključiti kako poduzetnice razvijaju svoja uglavnom mlada poduzeća. Naime 67,9% (19 odgovora) odgovora se odnosi na poduzeća koja posluju od 1 do 10 godina, 17,9% (5 odgovora) su mlada poduzeća koja su osnovana u zadnjih godinu dana. Jedna poduzetnica posjeduje poduzeće koje je staro od 11 do 20 godina (3,6%), dok tri poduzetnice posjeduju poduzeće koje je staro od 21 do 30 godina (10,7%). Ni jedna poduzetnica ne posjeduje poduzeće koje posluje više od 30 godina, što ne iznenađuje s obzirom na državni poredak i promjenu države.

Podijela prema djelatnostima se može proučiti iz grafa 10. Najviše (5 odgovora) (17,9%) su zastupljena djelatnost smještaja te pripreme i usluživanja hrane, te ostali sektori. Poduzetnice koje su na pitanje odgovorile ostale djelatnosti u sljedećem pitanju su odgovorile koje su to ostale djelatnosti: staklo, željezarija, boje i lakovi, alati; trgovina, usluge kemijskog čišćenja i održavanja, računovodstvo i nautički turizam. S 14,3% (4 odgovora) financijske djelatnosti i djelatnost osiguranja te djelatnost umjetnosti, zabave i rekreacije su djelatnosti koje su sljedeće najzastupljenije. Trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala je sljedeća najzastupljenija djelatnost 10,7% (3 odgovora), a poslovanje nekretninama ima dva odgovora (7,1%). Djelatnosti koje su zastupljene s po jednim odgovorom (3,6%) su: prerađivačka industrija; građevinarstvo; poljoprivreda, šumarstvo,

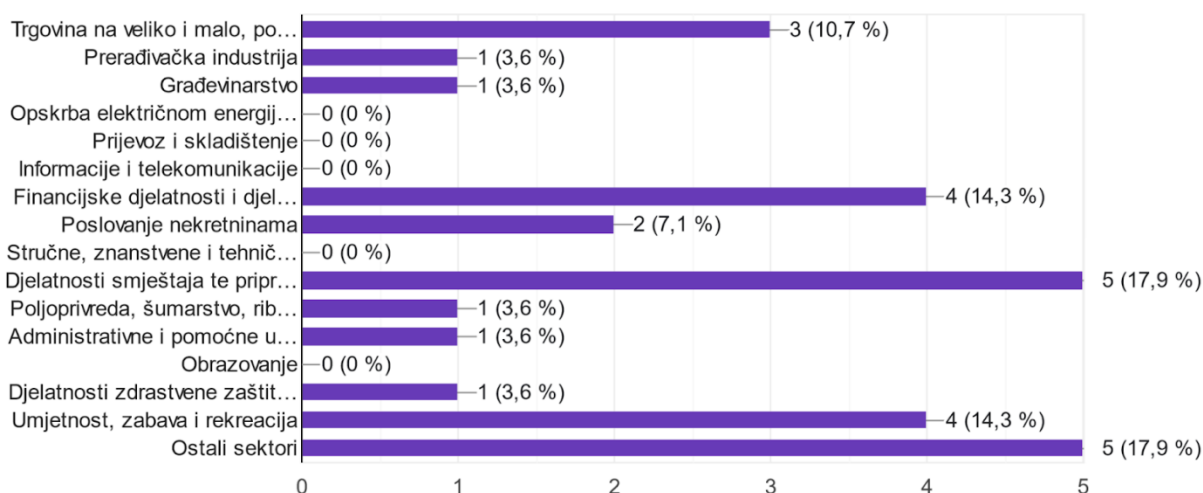
ribarstvo; administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti; djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi. Djelatnosti koje nisu obuhvaćene ovom anketom su: opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija; prijevoz i skladištenje; informacije i telekomunikacije; stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti; obrazovanje.

Iz svih ovih navedenih podataka može se zaključiti da poduzetnice šire klasični raspon „ženskih poduzeća“ uključujući se u različite djelatnosti koje nisu tipične za žene poduzetnice (administrativni poslovi i komunikacije). Također može se povezati s mlađom populacijom koja ima nove ideje, te više hrabrosti za nove poduzetničke ideje.

### Graf 10: Podjela prema sektorima

9. Kojem sektoru Vaše poduzeće pripada?

28 odgovora



Izvor: rezultati istraživanja

Većina poduzetnica je odgovorilo (25 odgovora) da je njihovo sadašnje poduzeće prvo koje su posjedovale (92,6%). Jedna poduzetnica je morala zatvoriti prethodno poduzeće (3,7%), dok jedna poduzetnica posjeduje drugo poduzeće koje je još uspješno. Ni jedna poduzetnica nije prodala svoje prethodno poduzeće, te odgovor ostalo nitko nije ispunio.

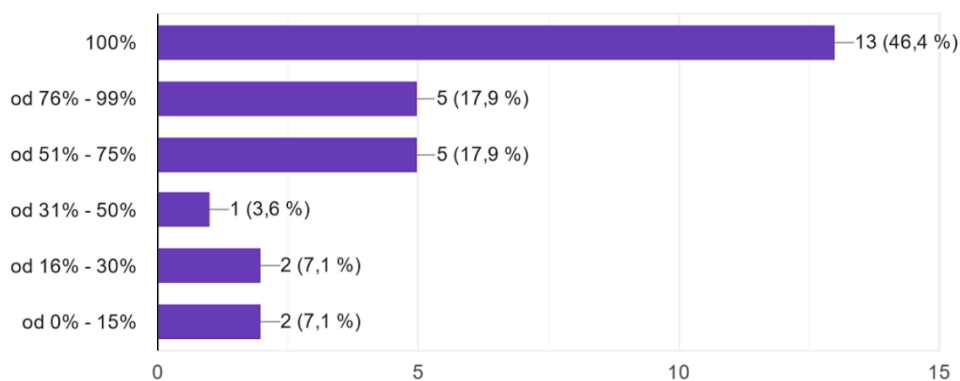
U manje od polovice poduzeća (46,4%) (13 odgovora) je zaposleno 100% žena. Iz grafa 11 se može uočiti da s 17,9% (5 odgovora) ima zaposleno od 76% - 99% i od 51%-75% žena. Od 31% - 50% (3,6%)

ima samo jedno poduzeće, dok od 16% - 30% i od 0% - 15% imaju po dva poduzeća (7,1%). Iz navedenog se može naslutiti da se radi o poduzećima u kojima dominira ženska radna snaga.

### Graf 11: Udio zaposlenih žena u poduzeću

13. Koliki je udio žena zaposlenih u Vašem poduzeću?

28 odgovora



Izvor: rezultati istraživanja

Na upravljačkim pozicijama se u polovici poduzeća (46,4%) (13 odgovora) nalazi 100% žena. Od 76% do 99% upravljačkih pozicija žena ima 3,6% (jedan odgovor), od 51% do 75% upravljačkih pozicija žena ima 17,9% (5 odgovora), od 31% do 50% i od 16% do 30% imaju 3,6% (jedan odgovor). Od 0% do 15% upravljačkih pozicija ima 25% (7 odgovora) žena na upravljačkim pozicijama.

S obzirom na veličinu poduzeća i strukturu zaposlenosti, jako je neobično da je u 25% poduzeća 0% - 15% žena na upravljačkim pozicijama.

Čak 71,4% (20 odgovora) poduzeća su poduzetnice same stvorile, dok je 28,6% (8 odgovora) žena naslijedilo obiteljski posao. Ni jedna poduzetnica nije kupila posao ni odgovorila ostalo.

Iz grafa 12 se može vidjeti da poduzetnice imaju više različitih razloga za osnivanje vlastitog poduzeća. Pola poduzetnica (50%) (14 odgovora) je odgovorilo da nije željela raditi za druge, htjele su biti sama svoj šef. 42,9% (12 odgovora) poduzetnica je odgovorilo želja za slobodom, da donosi samostalno odluke je drugi najčešći odgovor. Veća plaća i veći profit s 39,3% (11 odgovora) se nalazi na trećem mjestu, a da se radi o muškim ispitanicima vjerojatno bi bio na prvom mjestu po važnosti. Samopostignuće/implementacija vlastitih ideja s 25% (7 odgovora), zatim bolje upravljanje

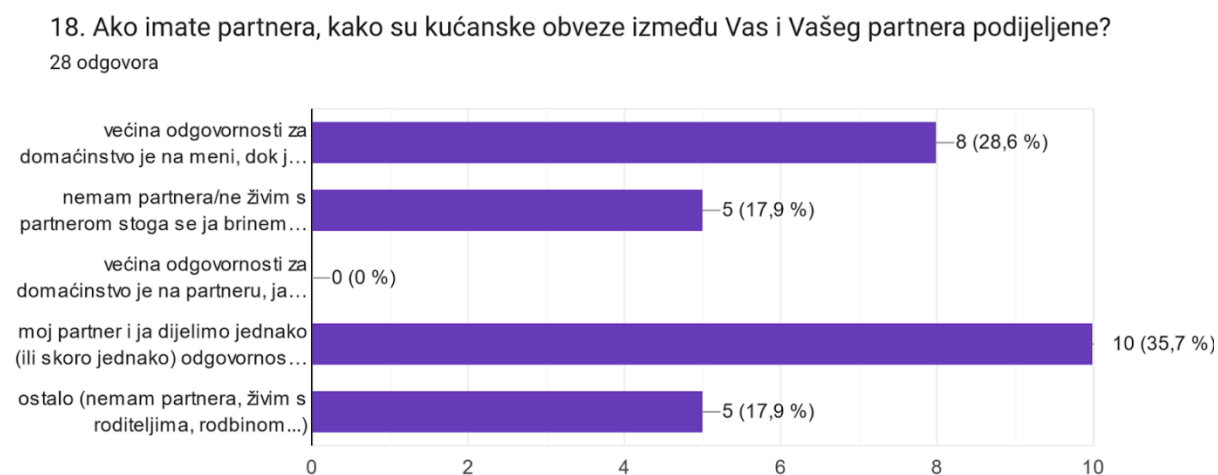
slobodnim vremenom s 21.4% (6 odgovora), obitelj/poslovna tradicija s 14,3% (4 odgovora), društveni status s 7,1% (2 odgovora) su razlozi za osnivanje poduzeća poduzetnica po važnosti. Zanimljivo je da ni jedna poduzetnica nije odgovorila samouvjerenost povezana s ponuđenim proizvodom/uslugom.

**Graf 12: Razlozi za osnivanje poduzeća**



Izvor: rezultati istraživanja

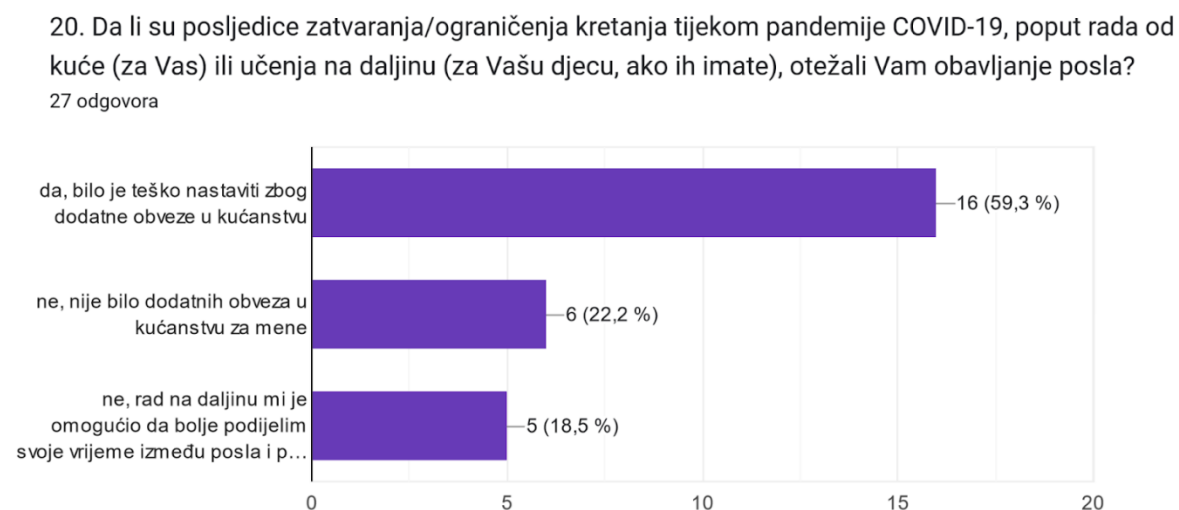
**Graf 13: Podjela kućanskih obaveza između poduzetnice i njenog partnera**



Izvor: rezultati istraživanja

Čak 35,7% (10 odgovora) žena poduzetnica dijeli jednako (ili skoro jednako) odgovornosti oko domaćinstva sa svojim partnerom, dok 28,6% (8 odgovora) preuzima većinu odgovornosti za domaćinstvo, dok je njihov partner minimalno uključen. Ostatak poduzetnica je podjednako s 17,9% (5 odgovora) odgovorilo da nema partnera/ne živi s partnerom, stoga se ona brine oko svih kućanskih poslova i ostalo (nemam partnera, živim s roditeljima, rodbinom...).. Zanimljivo je istaknuti da ni jedna poduzetnica nije odgovorila da je većina odgovornosti na partneru, da je ona minimalno uključena.

**Graf 14: Posljedice zatvaranja tijekom pandemije COVID-19 na obavljanje posla poduzetnica**



*Izvor: rezultati istraživanja*

Pandemija COVID-19 je negativno utjecala na 59,3% (16 odgovora) poduzetnica, bilo im je teško nastaviti zbog dodatne obveze u kućanstvu. Za 22,2% (6 odgovora) poduzetnica nije bilo dodatnih obveza u kućanstvu, dok 18,5% (5 odgovora) poduzetnica rad na daljinu im je omogućio da bolje podijele svoje vrijeme između posla i privatnog života što se vidi u grafu 14.

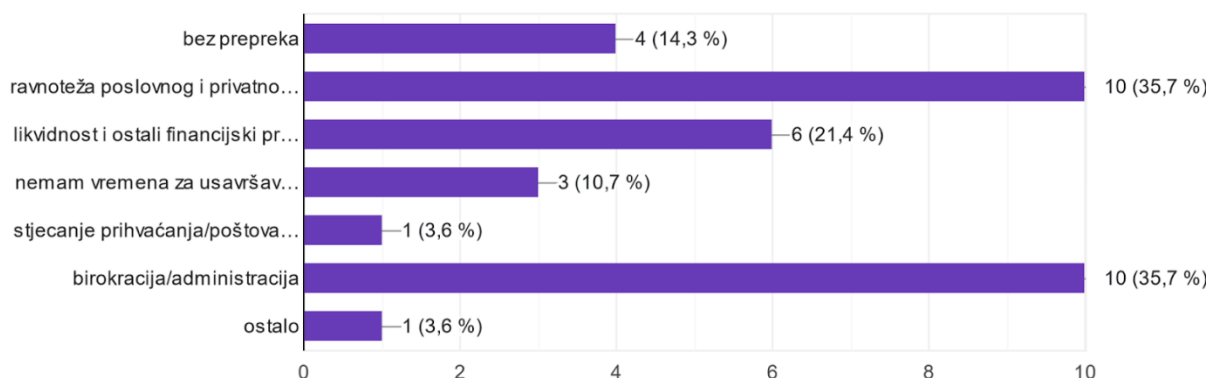
Iz grafa 15 je vidljivo kako poduzetnicama najveću prepreku predstavlja s 35,7% (10 odgovora) ravnoteža poslovnog i privatnog života i birokracija/administracija. 21,4% (6 odgovora) poduzetnica smatra da likvidnost i ostali financijski problemi sljedeća prepreka s kojom se susreću u vođenju poslovanja. 14,3% (4 odgovora) poduzetnica smatra da nema prepreka u svom poslovanju trenutno. 10,7% (3 odgovora) poduzetnica nema vremena za usavršavanje. Jedna poduzetnica (3,6%) kao prepreku prepoznaje stjecanje prihvaćanja/poštovanja kolega. Jedna poduzetnica (3,6%) je

odgovorila ostale prepreke, te odgovorila na sljedeće pitanje s pronalazak radne snage. Može se zaključiti da poduzetnice najviše zahtijeva imaju u balansu privatnog i poslovnog života, te birokraciji/administraciji što zapravo nije iznenađenje uzimajući u obzir okruženje u kojem posluju.

### Graf 15: Glavne prepreke s kojima se susreću poduzetnice u poslovanju

21. Koje su glavne prepreke s kojima se trenutno susrećete u vođenju svog poslovanja?

28 odgovora



Izvor: rezultati istraživanja

Prema anketi većina poduzetnica, 58,7 (17 odgovora) radi 5 dana u tjednu. 20,7% (6 odgovora) poduzetnica radi 6 dana u tjednu. Čak 13,8% (4 odgovora) poduzetnica radi 7 dana u tjednu. Po jedan odgovor (3,4%) imaju dva i četiri radna dana u tjednu.

Sukladno prethodnim, većina poduzetnica 51,8% (15 odgovora) radi prosječno 8 sati. Čak 20,8% poduzetnica radi 10(6 odgovora) sati dnevno. 10,4% (3 odgovora) radi 7 sati dnevno. Dok po jedan odgovor (3,4 %) imaju 3, 4, 5, 6 i 9 sati.

Zanimljivo je uočiti da poduzetnice u prosjeku potroše 4 ili 3 sata u kućanske obveze (održavanje domaćinstva, kuhanje, rad i učenje s djecom i sl.) njih po 20,7% (6 odgovora). 17,3% (5 odgovora) poduzetnica potroši dnevno 5 sati u kućanske obaveze. Po četiri odgovora (13,8%) imaju 2 i 6 sati utrošenih na kućanske obaveze. Jedan sat dnevno (6,9%) ima 2 odgovora, dok po jedan odgovor (3,4%) imaju 7 i 8 sati utrošenih na kućanske poslove.

Sljedeći set pitanja odnosi se na razinu zadovoljstva određenim tvrdnjama.

Zadovoljstvo s postignutom ravnotežom između udovoljavanja zahtjevima posla i privatnog života većina je poduzetnica ocijenilo ocjenom 3 (58,6%) (17 odgovora) i 4 (27,6%) (8 odgovora). Po 2 odgovora (6,9%) su ocijenjena s 2 i 5, dok ni jedna poduzetnica nije potpuno nezadovoljna ravnotežom poslovnog i privatnog života.

Samo 3 (10,3%) poduzetnice su potpuno zadovoljne raspodjelom vremena između posla i privatnog života. Većina (55,2%) (16 odgovora) poduzetnica je ocijenilo raspodjelu vremena ocjenom 3. 20,7% (6 odgovora) je ocijenilo s 4 svoju raspodjelu vremena, dok 13,8% (4 odgovora) poduzetnica nije zadovoljno raspodjelom vremena između posla i privatnog života ocjenjujući raspodjelu vremena s 2. Ni jedna poduzetnica nije potpuno nezadovoljna svojom raspodjelom vremena između poslovnog i privatnog vremena.

Kao i kod prethodnih tvrdnji većina 55,2% (16 odgovora) poduzetnica je ocijenilo zadovoljstvo s mogućnošću ostvarenja visoke razine performansi na poslu i istovremenog doprinosa kućanskim obvezama s ocjenom 3. 34, 5% (10 odgovora) je ocijenilo s 4 svoje mogućnosti ostvarenja visokih performansi na poslu i istovremenog doprinosa kućanskim obvezama. 2 (6,9%) poduzetnice su potpuno zadovoljne (ocjena 5) visokim performansama na poslu i kod kuće. Ocjenom 2 (3,4%) ocijenila je jedna poduzetnica, a potpuno nezadovoljstvo nije izrazila ni jedna poduzetnica.

Iz svega navedenog može se zaključiti da poduzetnice nisu potpuno zadovoljne svojom raspodjelom vremena između posla i privatnog života. Najčešća ocjena je 3 što pokazuje da nisu zadovoljne kako mogu raspolagati svojim vremenom između posla i privatnog života.

Sljedeće pitanje su poduzetnice rangirale ocjenama određene tvrdnje.

Ponekad (3) (41,4%) (12 odgovora) je najčešće odgovoreno na pitanje koliko često ste bili uzrujani zbog iznenadnog događaja na poslu?. 31% (9 odgovora) je odgovorilo često (4), 13,8% (4 odgovora) poduzetnica je vrlo često (5) ili gotovo nikad (2) bilo uzrujano zbog iznenadnog događaja na poslu. Ni jedna poduzetnica nije odgovorila da nikad (1) nije bila uzrujana zbog iznenadnog događaja na poslu. Većina poduzetnica ponekad (3) (58,6%) (17 odgovora) se osjećala nemoćnom kontrolirati važne događaje u svom životu. 17,2% (5 odgovora) poduzetnica gotovo nikad (2) se osjećalo nemoćno kontrolirati važne događaje u svom životu. 13,8% (4 odgovora) je odgovorilo često (4), 6,9% (2 odgovora) odgovorilo vrlo često, te jedna poduzetnica (3,4%) je odgovorila da se nikad (1) nije osjećala nemoćnom kontrolirati važne događaje u svom životu.



Pod stresom i nervoznom se ponekad (3) osjećalo 41,4% (12 odgovora), često (4) 37,9% (11 odgovora), vrlo često (5) 13, 8% (4 odgovora), gotovo nikad(2) 6,9% (2 odgovora), a nikad (1) nije odgovorila ni jedna poduzetnica. Obzirom na količinu obaveza koje poduzetnice preuzimaju na sebe, ne čudi da su ponekad i često pod stresom da obave sve preuzete obaveze.

Pokazalo se da je 48,3% (14 odgovora) se često(4) osjećalo samouvjerenom u rješavanju osobnih problema, 31% (9 odgovora) se osjećalo samouvjerenom ponekad(3), te ili vrlo često(5) ili gotovo nikad(2) (10,3%) (3 odgovora) se osjećalo samouvjerenom u rješavanju osobnih problema. Nikad(1) nije odgovorila ni jedna poduzetnica.

Nadalje, 58,6% (17 odgovora) poduzetnica se često(4) osjećalo da se stvari razvijaju kako one žele. 37,9% (11 odgovora) se ponekad osjećalo kao da se stvari razvijaju kako one žele, a 3,4% je odgovorilo vrlo često(5). Ni jedan odgovor nije zabilježen s nikad(1) i gotovo nikad(2).

S druge strane 48,3% (14 odgovora) poduzetnica je ponekad(3) imalo osjećaj da ne može izići na kraj sa svim što treba uraditi. 27,6% (8 odgovora) je osjećalo često(4), gotovo nikad(2) 17,2% poduzetnica, te vrlo često(5) ili nikad(1) 3,4% (1 odgovor) poduzetnica.

Ponekad(3) je 55,2% (16 odgovora) poduzetnica bilo sposobno kontrolirati nelagode u svom životu, dok 44,8% (13 odgovora) je često(4) bilo sposobno kontrolirati nelagode u svom životu. Ostali odgovori su imali 0%.

Također je 58,6% (17 odgovora) poduzetnica često(4) imalo osjećaj da kontrolira situaciju, 37,9% (11 odgovora) je odgovorilo ponekad, te jedna poduzetnica (3,4%) je odgovorila da vrlo često (5) ima osjećaj da kontrolira situaciju. Nikad(1) i gotovo nikad(2) su imali 0%, bez odgovora.

Čak 58,6% (17 odgovora) poduzetnica je ponekad(3) bila ljuta zbog poslovnih situacija koje su se dogodile van njene kontrole, često(4) je bilo ljuto 20,7% (6 odgovora) poduzetnica, te 6,9% (2 odgovora) nikad(1), gotovo nikad(2) i vrlo često(5) je bilo ljuto zbog poslovnih situacija koje su se dogodile van njene kontrole.

Istraživanje nadalje pokazuje da 48,3% (14 odgovora) poduzetnica je ponekad (3) osjećalo da poteškoće vezane uz posao prelaze njene mogućnosti savladavanja, 24,1% (7 odgovora) poduzetnica osjećalo često(4), 20,7% (6 odgovora) poduzetnica osjećalo gotovo nikad(2), 6,9% (2 odgovora) nije

nikad (1) osjećalo da poteškoće vezane uz posao prelaze njene mogućnosti savladavanja. Vrlo često(5) nije odgovorila ni jedna poduzetnica.

Iz navedenih odgovora zaključujem da su ispitane poduzetnice mnogo otpornije na stres nego što se može pretpostaviti u društvu.

U sljedećem pitanju poduzetnice se zamolilo da sljedećih 6 tvrdnji poredaju po važnosti:

Mogu poprilično dobro raspolagati i organizirati svoje vrijeme za posao i obitelj;

Mogu u trenucima kad su „oni dani“ ostati doma ili se uopće ne pojaviti na poslu

Ne moram se nikome pravdati kada vodim negdje dijete ili se želim naći s prijateljicom na kavi i u radno vrijeme

Mogu uplaćivati i ići na sve edukacije koje želim i koje su mi financijski dostupne

Mogu stvarati svoje prioritete, kako za firmu, tako i za sebe

Većim radom i angažmanom mogu stvarati više novca.

Poduzetnice su svim tvrdnjama većinom dale najviše ocjene, što može značiti da su im svi prioriteti bitni, te da su im svi ciljevi jednako važni u daljnjem poslovanju.

Zadnje pitanje od poduzetnice zahtijeva da ocjenjujući ravnotežu privatnog i poslovnog života procijeni što joj je najteže kao poduzetnici.

44,8% (13 odgovora) poduzetnica često(4) nema zamjenu, te radi dane i noći kada je u rokovima. 20,7% (6 odgovora) poduzetnica vrlo često(5) nema zamjenu, 13,8%(4 odgovora) imaju odgovori ponekad(3) i nikad(1), te 6,9% (2 odgovora) rijetko(2) nemaju zamjenu, te rade dane i noći u rokovima.

34,5%(10 odgovora) često(4) radi kad je bolesna, 24,1% (7 odgovora) radi ponekad(3) kad je bolesna, rijetko(2) (5 odgovora) i vrlo često(5) imaju 17,2% (5 odgovora), a nikad(1) ne radi 6,9% (2 odgovora) poduzetnica kad je bolesna.

31% (9 odgovora) rijetko(2) zbog rokova se ne može posvetiti djetetu/partneru kada su bolesni, 27,6% (8 odgovora) poduzetnica ponekad(3) se ne može posvetiti djetetu/partneru kada su bolesni. 20,7% (6 odgovora) je odgovorilo često(5), 13,8% (4 odgovora) je odgovorilo nikad(1), te 6,9% (2 odgovora) je odgovorilo da vrlo često(5) se ne mogu posvetiti djetetu/partneru kada su bolesni.

34,5% (10 odgovora) poduzetnica je odgovorilo da vrlo često(5) kada si poduzetnica svi misle da im trebaš biti dostupan 24 sata pa pozive imaju u svako doba dana. 27,6% (8 odgovora) ima pozive često(4), 24,1% (7odgovora) ima pozive ponekad(3), 10,3% (3 odgovora) nema pozive nikada(1), te 3,4% (1 odgovor) vrlo rijetko(2) ima pozive u bilo koje doba dana.

37,9% (11 odgovora) poduzetnica smatra da ponekad(3) se ne može opustiti na putovanjima jer stalno ima neke hitne stvari za odraditi. 24,1% (7 odgovora) često(4) i nikad(1), te jako rijetko 13,8 (4 odgovora). Ni jedna poduzetnica ne smatra da vrlo često(5) ne može se opustiti jer stalno ima neke hitne stvari za odraditi.

37,9% (11 odgovora) poduzetnica ponekad(3) teško pronalazi vrijeme za sebe, za vježbanje i zdravu prehranu. 34,5% (10 odgovora) poduzetnica često(4), 10,3% (3 odgovora) nikad(1) i vrlo rijetko(2), a vrlo često(5) 6,9% (2 odgovora) poduzetnica teško pronalazi vrijeme za sebe.

39,3% (11 odgovora) poduzetnica često(4) zbog obaveza u svako doba dana ne stiže se zdravo hraniti. 28,6% (8 odgovora) poduzetnica ponekad(3), 14,3% (4 odgovora) nikad(1) i vrlo rijetko(2), te vrlo često(5) 3,6%(1 odgovor) poduzetnica zbog obaveza ne stigne se zdravo hraniti.

## 5.2. Analiza dobivenih rezultata

Iz dosad navedenih rezultata ankete mogu se donijeti određeni zaključci koji se možda ne odnose na sve poduzetnice s obzirom na veličinu uzorka – 29 odgovora. Ova skupina poduzetnica iskazuje dobnu skupinu od 30 - 39 godina kao najveću, što prati trenove kasnijeg ulaska u poduzetništvo. Međutim postotak od oko 25% mladih poduzetnica (20 - 29 godina), može pokazati nove trendove ulaska sve mlađih žena u poduzetništvo. Najzastupljeniji stupanj obrazovanja je SSS što je neobično jer žene prevladavaju u visokom obrazovanju. Polovica ih je udano, a ostale su ili razvedene ili nisu udane, što i nije čudno s obzirom da je dio ispitanica mlađe populacije, te čak 35 % poduzetnica nema djecu. 100% poduzeća posluje u Dalmaciji, te jedno poduzeće posluje i u Središnjoj Hrvatskoj.

78,6% poduzeća su mikro (0 – 9 zaposlenih), mala (10-49 zaposlenih) su 17,9%, a srednje (50 – 249 zaposlenih) su zastupljena 3,6%. Ova struktura se može povezati s općenitom slikom poduzetništva, jer su mikro i mala poduzeća dominantna u RH. Također većinom su mlada poduzeća stara do 10 godina. Što se tiče sektora, ne prevladavaju tipično „ženske“ djelatnosti. Neke od zastupljenih djelatnosti su: djelatnost smještaja te pripreme i usluživanja hrane; trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila, motocikala; umjetnost, zabava i rekreacija; financijske djelatnosti i djelatnost osiguranja; usluge kemijskog čišćenja i održavanja itd. Velikoj većini poduzetnica ovo poduzeće je prvo koje posjeduju. U više od polovice poduzeća dominira ženska radna snaga, te je u barem pola poduzeća na upravljačkim pozicijama žena. Poduzetnice su većinom stvorile same poduzeće, a dio ih je naslijedio obiteljski posao. Glavni motiv za otvaranje vlastitog poduzeća je da poduzetnice ne žele raditi za druge, žele biti same svoj šef. Druga dva vodeća motiva za otvaranje vlastitog poduzeća su želja za slobodom, da se donose samostalne odluke i veća plaća i veći profit.

Ovi motivi su klasični motivi za otvaranje poduzeća, te se mogu odnositi na poduzetnike i poduzetnice, neovisno o spolu.

Iako neočekivano 35,7% poduzetnica dijele jednako (ili skoro jednako) kućanske obaveze između njih i njihova partnera. 28,6% poduzetnica preuzima većinu odgovornosti na sebe, dok je njihov partner minimalno uključen. Očekivanja su bila da u Dalmaciji, tradicionalno patrijarhalnoj okolini većina kućanskih obaveza ipak na ženi, bila ona poduzetnica ili kućanica. Ostatak odgovora je bilo da nema partnera, ne živi s partnerom stoga poduzetnica se brine oko svih kućanskih poslova ili da nema partnera, živi s roditeljima, rodbinom. Zanimljivo je primijetiti da odgovor, većina odgovornosti je na partneru, ona je minimalno uključena, nema ni jedan odgovor. Pokazuje nam da i dalje muškarci ne preuzimaju brigu za domaćinstvo. Pandemija COVID-19 je utjecala na ispitanice jer im je u 59,3% bilo teško nastaviti zbog dodatne obveze u kućanstvu. 22,2% poduzetnica nije bilo dodatnih obveza u kućanstvu za njih, a 18,5% poduzetnica rad na daljinu im je omogućio da bolje podijele svoje vrijeme između posla i privatnog života. Glavne prepreke s kojima se poduzetnice trenutno susreću su ravnoteža poslovnog i privatnog života i birokracija/administracija. Birokracija/administracija je problem svih poduzetnika, pa ne iznenađuje što poduzetnice prepoznaju ovaj problem kao jedan od vodećih. Ravnoteža poslovnog i privatnog života također ne iznenađuje, jer su poduzetnice dvostruko opterećene obvezama.

Prosječan radni tjedan je 5 dana, a poduzetnice u prosjeku rade po 8 sati po danu. Vrijeme koje utroše u kućanske poslove dnevno je prosječno 3 do 4 sata. Kada se zbroji koliko sati prosječno rade i koliko vremena utroše na kućanske obveze, nije ni čudno da nisu potpuno zadovoljne ravnotežom poslovnog i privatnog života. To pokazuje i set od sljedeća 3 pitanja: Zadovoljstvo s postignutom ravnotežom između udovoljavanja zahtjevima posla i privatnog života; Zadovoljstvo s raspodjelom vremena između posla i privatnog života; Zadovoljstvo s mogućnošću ostvarenja visoke razine performansi na poslu i istovremenog doprinosa kućanskim obvezama. Većina je odgovorila s nekom sredinom, što znači da nisu zadovoljne ravnotežom poslovnog i privatnog života.

Sljedeći set pitanja odnosi se na to kako poduzetnice podnose stres na poslu i kod kuće. Većinom su pitanja vezana za količinu stresa, koji mogu podnijeti, odgovorena srednjim odgovorima. Pitanja koja se odnose na samopouzdanje, te kako se nose sa stresom odgovorili većinski s višim ocjenama. Poduzetnice su jako otporne, te se dobro nose sa stresom.

Sljedeće su trebale poredati po važnosti određene tvrdnje, te je rezultat takav da je poduzetnicama sve bitno što je navedeno.

Zadnji set pitanja pokazuje neke određene probleme koje imaju specifično žene poduzetnice. Često nemaju zamjenu kada su u rokovima, te rade dane i noći. Često rade i kad su bolesne. Vrlo često moraju biti dostupne 24 sata pa pozive imaju u svako doba dana. Teško im se opustiti na putovanjima jer stalno imaju neke hitne stvari za odraditi. Zbog obaveza u svako doba dana ne stignu se zdravo hraniti.

## 6. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo žena veoma je značajno u gospodarskom razvoju i društvenom napretku. Iako žene poduzetnice značajno doprinose nacionalnim gospodarstvima kroz inovativne pristupe, otvaranje radnih mjesta i stvaranje novih tržišta, još uvijek se suočavaju s brojnim izazovima i preprekama koje ograničavaju njihov puni potencijal. Ove prepreke uključuju nedostatak usmjerenosti na karijeru, ekonomsku nestabilnost, ograničene sposobnosti preuzimanja rizika, teškoće u organizaciji financija i sirovina, oštro natjecanje, poteškoće u dobivanju financijske pomoći, marketinške izazove, nedovoljnu podršku obitelji, visoke troškove proizvodnje te nedostatak samopouzdanja i samopoštovanja.

Unatoč ovim izazovima, žene pokazuju izvanrednu sposobnost prilagodbe i inovacije, posebno u ravnoteži između privatnog i poslovnog života. Podrška obitelji i zajednice, kao i primjena fleksibilnih radnih uvjeta, mogu značajno olakšati postizanje ravnoteže i omogućiti ženama da se uspješno nose s dvostrukim odgovornostima. Ključ za daljnji razvoj ženskog poduzetništva leži u jačanju institucionalne podrške, unapređenju obrazovanja, osiguravanju jednakih prilika te promicanju svijesti o važnosti rodne ravnopravnosti.

Rodna nejednakost, koja je duboko ukorijenjena u kulturnim normama i društvenim strukturama, i dalje predstavlja ozbiljan problem. Potrebne su sustavne promjene i koordinirani naponi kako bi se uklonile barijere i omogućilo ženama da ostvaruju svoj puni potencijal kao poduzetnice i liderice. Samo kroz kontinuirano poboljšanje rodne ravnopravnosti u svim aspektima društva možemo očekivati istinski održiv gospodarski i društveni razvoj.

Za prevladavanje ovih izazova nužan je višestruki pristup. Inicijative koje pružaju ciljanu financijsku potporu i prilike za mentorstvo mogu poboljšati pristup kapitalu i umrežavanju žena poduzetnica. Zagovaranje i provedba rodno inkluzivnih zakonskih okvira ključni su za uklanjanje pravnih prepreka. Promjena društvenih normi zahtijeva zajedničke napore i javnog i privatnog sektora kako bi se preispitali stereotipi i stvorilo okruženje koje potiče i slavi žene u poduzetništvu.

Empirijskim istraživanjem u ovoj grupi poduzetnica uzorak je bio 29 odgovora. Ispitanice su većim dijelom u dobnoj skupini između 30 i 39 godina, prosječna razina obrazovanja je SSS, većim dijelom riječ je o mikro poduzećima u različitim djelatnostima, dio ih je udan i ima djecu.

Glavni motiv za otvaranje vlastitog poduzeća je da poduzetnica ne žele raditi za druge, želi biti sama svoj šef. Druga dva vodeća motiva za otvaranje vlastitog poduzeća su želja za slobodom, da se donose samostalne odluke i veća plaća i veći profit. Glavne prepreke s kojima se poduzetnice trenutno susreću su ravnoteža poslovnog i privatnog života i birokracija/administracija.

Veći dio poduzetnica dijele jednako kućanske obaveze između njih i njihova partnera . Ipak dio poduzetnica preuzima većinu odgovornosti na sebe, dok je njihov partner minimalno uključen. Očekivanja su bila da u Dalmaciji, tradicionalno patrijarhalnoj okolini većina kućanskih obaveza ipak na ženi.

Određeni problemi koje imaju specifično žene poduzetnice: često nemaju zamjenu kada su u rokovima, često rade i kad su bolesne, vrlo često moraju biti dostupne 24 sata , teško im se opustiti na putovanjima jer stalno imaju neke hitne stvari za odraditi, zbog obaveza u svako doba dana ne stignu se zdravo hraniti.

Analizirajući razinu stresa koji mogu podnijeti poduzetnice su se pokazale iznimno otporne, te spremne na sve prepreke.

## LITERATURA:

1. Agarwal, S., & Lenka, U. (2018). Why research is needed in women entrepreneurship in India: a viewpoint. *International Journal of Social Economics*, 1042-1057.
2. Brush, C. G., Bruin, A. D., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and entrepreneurship*, 8-24.
3. Buble, M. (2010). *Menadžerske vještine*. Zagreb: Sinergija nakladništvo.
4. Buble, M., & Kružić, D. (2006). *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRiF - plus.
5. Državni zavod za statistiku. (22. 09 2022). *Objavljeni konačni rezultati Popisa 2021*. Preuzeto 26. 06 2024 iz Državni zavod za statistiku: <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270>
6. Fazalbhoy, S. (2014). Women entrepreneurship as the way for economic development. *Annual Research Journal of Symbiosis Centre for Management Studies*, 117-127.
7. Fina.hr. (17. 11 2023). *Udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava od 2012. do 2021. godine*. Preuzeto 26. 06 2024 iz FINA: <https://www.fina.hr/novosti/udio-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-od-2012.-do-2021.-godine>
8. Holjevac, I. A. (2024). *Žene u poduzetništvu*. Preuzeto 10. 05 2024 iz Krug: <https://www.krug.com.hr/%C5%BDene-u-poduzetni%C5%A0tvu>
9. Hughes, K. D. (2012). Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 429-442.
10. Jakhar, R., & Krishna, C. (2020). Women Entrepreneurship: Opportunities and challenges (a literature review). *Anwesh* .
11. Krug.hr. (2024). *O nama*. Preuzeto 23. 06 2024 iz <https://www.krug.com.hr/o-nama>
12. Maheshwari, M., Sodani, P., & Sodani, P. (2015). Women Entrepreneurship-A Literature Review. *IOSR Journal of Business and management*, 6-13.
13. Maria, I. P., Minniti, M., Bullet, P., & Arenius, M. (2003). *Women in Entrepreneurship*. London: Babson College, London Business School.
14. Martin, R. L., & Osberg, S. (2009). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation*, 28-39.



15. Mehta, K. (13. 03 2023). *Why Women Entrepreneurs Outperform Men*. Preuzeto 23. 06 2024 iz Forbes: <https://www.forbes.com/sites/kmehta/2023/11/13/why-women-entrepreneurs-outperform-men/>
16. Petrongolo, B., & Ronchi, M. (2020). Gender gaps and the structure of local labor markets. *Labour Economics*.
17. Poljak, N. (2021). *Žensko poduzetništvo – put u ravnopravnost*. Zagreb: DKolektiv – organizacija za društveni razvoj.
18. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014 - 2020. (n.d.). Ministarstvo poduzetništva i obrta.
19. Vujić, V. (2010). *Poduzetništvo i menadžment u uslužnim djelatnostima*. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.
20. Wang, F., Kis-Katos, K., & Zhou, M. (2020). Trade liberalization and the gender employment gap in China. *SSRN 3667557*.
21. Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-18.
22. Zrinščak, S., Kregar, J., Sekulić, D., Ravlić, S., Grubišić, K., Čepo, D., . . . Čehulić, M. (2021). *Opća sociologija – s uvodom u sociologiju prava*. Zagreb: Pravni fakultet u Zagrebu.

## PRIKAZ GRAFIKONA

Graf 1: Udio žena u poduzetništvu po državama.....	6
Graf 2: Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2021. godini u RH, prema rodnom kriteriju .....	23
Graf 3: Vlasnička struktura trgovačkih društava u RH po županijama – prema rodnom kriteriju, u 2021. g.....	23
Graf 4: Vlasnička struktura trgovačkih društava u RH prema području djelatnosti – prema rodnom kriteriju u 2021. g.....	24
Graf 5: Dobna skupina poduzetnica.....	34
Graf 6: Stupanj obrazovanja poduzetnica.....	35
Graf 7: Bračni status poduzetnica .....	35
Graf 8: Broj djece poduzetnica.....	36
Graf 9: Veličina poduzeća poduzetnica.....	37
Graf 10: Podjela prema sektorima .....	38
Graf 11: Udio zaposlenih žena u poduzeću.....	39
Graf 12: Razlozi za osnivanje poduzeća .....	40
Graf 13: Podjela kućanskih obaveza između poduzetnice i njenog partnera.....	40
Graf 14: Posljedice zatvaranja tijekom pandemije COVID-19 na obavljanje posla poduzetnica .....	41
Graf 15: Glavne prepreke s kojima se susreću poduzetnice u poslovanju .....	42

## SAŽETAK

Tradicionalni društveni stav da se žena treba brinuti za djecu i obitelj dok muškarac treba privređivati mijenja se već više od stoljeća. Kroz povijest razvoja poduzetništva ono je bilo aktivnost kojoj su bili skloniji muškarci. Glavni cilj ovog rada je dublje definirati probleme i izazove s kojima se suočavaju žene poduzetnice u uspostavljanju ravnoteže između privatnog i poslovnog života. Može se zaključiti da poduzetnice šire klasični raspon „ženskih poduzeća“ uključujući se u različite djelatnosti koje nisu tipične za žene poduzetnice (administrativni poslovi i komunikacije). Mlađa populacija koja ima nove ideje, te više hrabrosti za nove poduzetničke ideje obuhvaćena je ovim istraživanjem. Iako neočekivano skoro 40% poduzetnica dijele jednako (ili skoro jednako) kućanske obaveze između njih i njihova partnera. Dio poduzetnica preuzima većinu odgovornosti na sebe, dok je njihov partner minimalno uključen. Očekivanja su bila da u Dalmaciji, tradicionalno patrijarhalnoj okolini većina kućanskih obaveza ipak na ženi, bila ona poduzetnica ili kućanica.

## SUMMARY

The traditional social attitude that a woman should take care of children and the family while a man should earn money has been changing for more than a century. Throughout the history of the development of entrepreneurship, it was an activity to which men were more inclined. The main goal of this paper is to define more deeply the problems and challenges faced by women entrepreneurs in establishing a balance between private and business life. It can be concluded that female entrepreneurs expand the classic range of "women's companies" by including in various activities that are not typical for female entrepreneurs (administrative jobs and communications). The younger population that has new ideas and more courage for new entrepreneurial ideas is included in this research. Although unexpectedly, almost 40% of female entrepreneurs share household responsibilities equally (or almost equally) between them and their partner. Part of the entrepreneurs takes most of the responsibility on themselves, while their partner is minimally involved. Expectations were that in Dalmatia, a traditionally patriarchal environment, most of the household duties still fell on the woman, whether she was an entrepreneur or a housewife.

## **PRILOZI:**

### 1. Anketa o ravnoteži poslovnog i privatnog života žena poduzetnica u RH

ANKETA ZA POTREBE IZRADE ZAVRŠNOG RADA NA DIPLOMSKOM SPECIJALISTIČKOM STUDIJU  
EKONOMSKOG FAKULTETA U SPLITU

Poštovana,

Studentica sam završne godine specijalističkog diplomskog studija Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Splitu. Za potrebe izrade svojeg Završnog rada odabrala sam temu koja je ujedno vječna i aktualna: ravnoteža privatnog i poslovnog života žena poduzetnica. Željela bih ovu temu istražiti na uzorku poduzetnica koje djeluju na području Republike Hrvatske pa će mi Vaš doprinos biti od izuzetne važnosti. Sudjelovanje u anketnom istraživanju u potpunosti je anonimno, a ispunjavanje anketnog upitnika oduzeti će vam 5-10 minuta. Ukoliko biste željeli dobiti uvid u rezultate istraživanja, molim da me kontaktirate putem elektroničke pošte: ebozic01@student.efst.hr.

Zahvaljujem na suradnji i trudu.

Srdačan pozdrav,

Ema Božić

#### 1. Kojoj dobnoj skupini pripadate?

19 ili manje

20 – 29

30 – 39

40 – 49

50 – 59

60 i više

#### 2. Stupanj obrazovanja

SSS

Sveučilišni ili stručni prijediplomski studij (VŠS)

Sveučilišni ili stručni diplomski studij (VSS)

Poslijediplomski studij (magistarski ili doktorski) (mr. sc., dr. sc.)

#### 3. Bračni status

Neudana

Udana (uključivo i partnerstvo)

Razvedena

Udovica

4. Broj djece

0

1

2

3

Više od 3

5. Broj uzdržavanih članova obitelji

0

1

2

3

Više od 3

6. U kojoj regiji RH poslujete?

Središnja Hrvatska

Dalmacija

Slavonija

Istra

7. Koja je veličina Vašeg poduzeća?

mikro (0 – 9 zaposlenih)

malo (10 – 49 zaposlenih)

srednje (50 – 249 zaposlenih)

veliko (250 i više zaposlenih)

8. Koliko dugo posluje Vaše poduzeće?

do 1 godine

od 1 do 10 godina

od 11 do 20 godina

od 21 do 30 godina

više od 30 godina

9. Kojem sektoru Vaše poduzeće pripada?

Trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala

Prerađivačka industrija

Građevinarstvo

Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija

Prijevoz i skladištenje

Informacije i telekomunikacije

Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja

Poslovanje nekretninama

Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti

Djelatnosti smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Poljoprivreda, šumarstvo, ribarstvo

Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti

Obrazovanje

Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi

Umjetnost, zabava i rekreacija

Ostali sektori

10. Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili odabirom opcije „Ostali sektori“ molimo navedite sektor:

11. Da li je Vaše sadašnje poduzeće prvo koje ste posjedovali?

da

ne, morala sam zatvoriti prethodno poduzeće

ne, imam drugo poduzeće koje je još uspješno

ne, moje prethodno poduzeće je prodano

ostalo

12. Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili odabirom opcije „ostalo“ molimo navedite:

13. Koliki je udio žena zaposlenih u Vašem poduzeću?

100%

od 76% - 99%

od 51% - 75%

od 31% - 50%

od 16% - 30%

od 0% - 15%

14. Od žena zaposlenih u Vašem poduzeću, koliki je udio žena na upravljačkim pozicijama?

100%

od 76% do 99%

od 51% do 75%

od 31% do 50%

od 16% do 30%

od 0% do 15%

15. Kako je osnovano Vaše poduzeće?

stvorila sam ga sama

naslijedila sam obiteljski posao

kupila sam posao

ostalo

16. Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili odabirom opcije „ostalo“ molimo navedite:

17. Što Vas je potaklo da pokrenete vlastiti posao?

nisam željela raditi za druge, htjela sam biti sama svoj šef

želja za slobodom, da donosim samostalno odluke

samopostignuće/implementacija vlastitih ideja

bolje upravljanje slobodnim vremenom

veća plaća i veći profit

društveni status

obitelj/ poslovna tradicija

samouvjerenost povezana s ponuđenim proizvodom/uslugom

18. Ako imate partnera, kako su kućanske obaveze između Vas i vašeg partnera podijeljene?  
većina odgovornosti za domaćinstvo je na meni, dok je moj partner minimalno uključen  
nemam partnera/ne živim s partnerom stoga se ja brinem oko svih kućanskih poslova  
većina odgovornosti za domaćinstvo je na partneru, ja sam minimalno uključena  
moj partner i ja dijelimo jednako (ili skoro jednako) odgovornosti oko domaćinstva  
ostalo (nemam partnera, živim s roditeljima, rodbinom...)

19. Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili odabirom opcije „ostalo“ molimo navedite:

20. Da li su posljedice zatvaranja/ograničenja kretanja tijekom pandemije COVID-19, poput domaće  
zadace (za Vas) ili učenja na daljinu (za Vašu djecu, ako ih imate), otežali Vam obavljanje posla?  
da, bilo je teško nastaviti zbog dodatne obveze u kućanstvu  
ne, nije bilo dodatnih obveza u kućanstvu za mene  
ne, rad na daljinu mi je omogućio da bolje podijelim svoje vrijeme između posla i privatnog života

21. Koje su glavne prepreke s kojima se trenutno susrećete u vođenju svog poslovanja?

bez prepreka

ravnoteža poslovnog i privatnog života

likvidnost i ostali financijski problemi

nemam vremena za usavršavanje

stjecanje prihvaćanja/poštovanja kolega

birokracija/administracija

ostalo

22. Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili opcijom „ostale prepreke“ molimo navedite  
prepreke:

23. Prosječan broj radnih dana u tjednu (upisati)

24 Prosječan broj radnih sati dnevno (upisati)



25. Prosječan broj radnih sati utrošenih u kućanske obveze dnevno (održavanje domaćinstva, kuhanje, rad i učenje s djecom i sl.) (upisati)

26. Molimo ocijenite stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama:

Zadovoljna sam s postignutom ravnotežom između udovoljavanja zahtjevima mojeg posla i mojeg privatnog života

Zadovoljna sam s raspodjelom vremena između posla i privatnog života

Zadovoljna sam s mogućnošću ostvarenja visoke razine performansi na poslu i istovremenog doprinosa kućanskim obvezama

Ocjene od (1)-izrazito se ne slažem do (5)-u potpunosti se slažem

27. Molimo ocijenite sljedeće tvrdnje ocjenama: (1)-nikad, (2)-gotovo nikad, (3)-ponekad, (4)-često, (5)-vrlo često

Koliko često bili uzrujani zbog iznenadnog događaja na poslu?

Koliko često ste se osjećali nemoćnim kontrolirati važne događaje u Vašem životu?

Koliko često ste se osjećali nervoznim i pod stresom?

Koliko često ste se osjećali samouvjereni u rješavanju osobnih problema?

Koliko često ste osjećali da se stvari razvijaju onako kako Vi želite?

Koliko često ste imali osjećaj da ne možete izaći na kraj sa svim što trebate uraditi?

Koliko često ste bili sposobni kontrolirati nelagode u Vašem životu?

Koliko često ste osjećali da imate kontrolu nad situacijom?

Koliko često ste bili ljuti zbog poslovnih situacija koje su se dogodile van Vaše kontrole?

Koliko često ste osjećali da poteškoće vezane uz posao prelaze Vaše mogućnosti savladavanja?

28. Ocjenjujući ravnotežu između privatnog i poslovnog, ono što najviše cijenim kao poduzetnica je:

Rangirajte sljedeće tvrdnje ocjenama 1- 6 po važnosti

Mogu prilično dobro raspolagati i organizirati svoje vrijeme za posao, obitelj i zadovoljstvo

Mogu u trenucima kada su „oni dani“ ostati doma ili se uopće ne pojaviti na poslu

Ne moram se nikome pravdati kada vodim negdje dijete ili se želim naći s prijateljicom na kavi i u radno vrijeme

Mogu uplaćivati i ići na sve edukacije koje želim i koje su mi financijski dostupne

Mogu stvarati svoje prioritete, kako za firmu, tako i za sebe

Većim radom i angažmanom mogu stvarati više novca

29. Ocjenjujući ravnotežu između privatnog i poslovnog, ono što mi je najteže kao poduzetnica je

Molimo ocijenite stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama:

Ocjene od (1)-izrazito se ne slažem do (5)-u potpunosti se slažem

Vrlo često nemam zamjenu, radim dane i noći kad sam u rokovima

Vrlo često radim kada sam bolesna

Često zbog rokova ne mogu se posvetiti djetetu/ partneru kada su bolesni

Kada si poduzetnica svi misle da im trebaš biti dostupan 24 sata pa pozive imam u svako doba dana

Ne mogu se opustiti na putovanjima jer stalno imaju neke hitne stvari za odraditi

Teško mi je pronaći vrijeme za sebe, za vježbanje i zdravu prehranu

Zbog obaveza u svako doba dana ne stižem se zdravo hraniti