

ŽENE U PODUZETNIŠTVU U REPUBLICI HRVATSKOJ

Batošić, Sandra

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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:124:990870>

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

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

Repository / Repozitorij:

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



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**ŽENE U PODUZETNIŠTVU U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

Mentor:

Izv.prof.dr.sc.Vlatka Škokić

Student:

Sandra Batošić

Split, rujan, 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD	2
1.1. Definiranje problema	2
1.2. Cilj rada.....	3
1.3. Metode rada	3
1.4. Struktura rada	4
2. RAZVOJ I ODLIKE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA.....	5
2.1. Pojam ženskog poduzetništva	5
2.2. Odluke ženskog poduzetništva	6
2.3. Faktori ženskog poduzetništva	8
2.4. Prepreke ženama u poduzetničkom svijetu.....	12
2.4.1. Obrazovanje žena poduzetnica	14
2.5. Usporedba muških i ženskih poduzetnika.....	16
2.6. Doprinos institucija i zakonodavstva ženskom poduzetništvu.....	20
3. STATISTIKE PODUZETNIČKE ANGAŽIRANOSTI I POLOŽAJA ŽENA U POSLOVNOM SVIJETU.....	24
3.1. Osnovni pokazatelji položaja žena u Hrvatskoj na tržištu rada	24
3.2. Poduzetnička aktivnost žena u Hrvatskoj	27
3.3. Pristup žena izvorima financiranja i poticaji ženskom poduzetništvu.....	30
3.4. Sustav potpore i razvoj podrške ženama u poduzetništvu	31
3.5. Kritički osvrt i pozicija žena poduzetnica u RH u odnosu na druge članice EU ...	32
4. PRIMJERI ŽENA PODUZETNICA U HRVATSKOJ.....	38
5. ZAKLJUČAK.....	41
LITERATURA	44
Popis slika, tablica i grafikona	46
SAŽETAK – Žene u poduzetništvu	47
SUMMARY - Women in Entrepreneurship.....	48

1. UVOD

1.1. Definiranje problema

Poduzetništvo je kreacija nečega iz ničega, a poduzetnik je inicijator koji prepoznaje priliku, snosi rizik te provodi realizaciju pothvata.¹ U prirodi svakog čovjeka je da se bavi poduzetništvom i poduzetničkim aktivnostima kako bi osigurali svoju egzistenciju. Poduzetništvo zahtijeva inicijativu i spremnost na rizik. Kroz povijest razvoja poduzetništva ono je bilo aktivnost kojoj su bili skloniji muškarci. Usprkos tome, zadnjih godina poduzetništvo žena dobiva sve veći značaj i zamah.

Mnogo je istraživanja napravljeno na temu poduzetnika i poduzetništva te da li se poduzetnik rađa ili se poduzetnik postaje učenjem i iskustvima. Svakako je jasno da osim iskustva i naučenog za uspješnost poduzetnika potrebna inicijativa, inovativnost i petlja te spremnost na izazove kao i osjećaj za biznis.

U novije vrijeme sve je više u fokusu istraživanja žena poduzetnica. Mada se o ženskom poduzetništvu u medijima i svijetu biznisa, te istraživačkim krugovima priča intenzivnije tek nekoliko posljednjih godina. Usprkos podređenog položaja žena u svijetu biznisa valja istaći da preteča ženskog poduzetništva ima daleke korijene. Naime poznato je da su tijekom čitave povijesti žene bile poduzetnice jer su obnavljale narod i zemlju nakon ratova, kada se njihovi očevi, muževi, sinovi i braća nisu vratili ili bi se vratili u stanju da nisu mogli pomoći. Žene nakon Drugog svjetskog rata morale raditi da bi isplatile ratnu odštetu. Prvo žensko poduzetničko udruženje osnovala je Yvonne Foinant 1945. godine u Francuskoj.² Iako je žensko poduzetništvo prisutno odavno, o istome u suvremenom smislu pojma poduzetništva ne možemo govoriti. Posljedica je to još uvijek prisutnih stereotipa o ženama u poslovnom svijetu te diskriminacije. Koje je posljedice podređenost žena ostavila na društvo i same žene te s kojim se problemima žene u svijetu biznisa, posebno kod samostalnih pothvata susreću problematika je rada.

¹ Škrtić, M. (2006.), Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo, Zagreb, str. 17.

² <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf>, [.02.07.2017.]

1.2. Cilj rada

Glavni cilj rada je definirati odrednice poduzetništva te žensko poduzetništvo prezentacijom stručne literature kao i odlika istoga, koje se vezuju upravo za žene. Nakon definiranja poduzetništva žena te glavnih odrednica istoga ukazat će se na izazove koji su pred njima determiniranjem problema s kojima se suočavaju žene u poslovnom svijetu općenito, posebno poduzetnice. Pregledom trendova i pokazatelja poduzetništva žena u nas prikazat će se dosezi i efekti napora u povećanju ravnopravnosti žena u svijetu biznisa te će se ukazati na potrebna područja unapređenja kako bi se doprinijelo otklanjanju diskriminacije žena.

1.3. Metode rada

U prezentiranju problematike rada koristit će stručna literatura poput knjiga, članaka i web stranica. Ona će biti izvor sekundarnih podataka i dostignuća struke u razumijevanju problema s kojima se susreću žene poduzetnice. U praktičnom dijelu izvori podataka bit će stručni članci te različita istraživanja i statističke baze različitih institucija.

U skladu s time koristit će se različite metode kao što su: deduktivna metoda; u cilju definiranja i pojašnjenja pojmova poduzetništva i žena u poduzetništvu. Problematika će se s teorijskog aspekta obrati i primjenom induktivne metode; koja omogućuje primjenu zaključaka da će pojedinačne pojave i druge njima slične pojave biti jednake, te metode kauzalne indukcije; koja ukazuje na razlike između uzroka i posljedica. To će osigurati razumijevanje prezentirane problematike te shvaćanje prepreka razvoja ali i determiniranje ključnih područja čijim se unapređenjem može doprinijeti povećanju ravnopravnosti žena te razvoju ženskog poduzetništva.

U praktičnom dijelu koristit će se metoda promatranja, analize trenda i komparativna metoda. Za izradu praktičnog dijela rada koristit će se sekundarni podaci koji će se prikupiti iz statističkih baza i istraživanja.

1.4. Struktura rada

Definirana problematika rada će se istražiti s teorijskog i praktičnog aspekta. U teorijskom dijelu rada će se iznijeti osnovne definicije poduzetništva i koncept poduzetničkog djelovanja, kao i odrednice ženskog poduzetništva kako bi se razumjela problematika rada i problemi s kojima se susreću i nose poduzetnice. U praktičnom će se dijelu prezentirati statistički pokazatelji trendova poduzetničke aktivnosti žena kako bi se ukazalo na razvoj ženskog poduzetništva jačanje istoga smanjenjem stereotipa i napora društva u promociji ženskog poduzetništva. Rad završava zaključkom koji daje osvrt na iznesene teorijske spoznaje i rezultate istraživanja o aktivnostima žena poduzetništva.

2. RAZVOJ I ODLIKE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

2.1. Pojam ženskog poduzetništva

Pojam „žene poduzetnice“ je noviji termin koji je sve više prihvaćen i uvažen u svijetu biznisa. Žene poduzetnice su one koje pokreću vlastiti ili vode udi biznis. Do sada su žene bile „zakinute“ po pitanju ravnopravnosti u svijetu biznisa što se sve više smanjuje zahvaljujući strategijama, politikama te naporima različitih udruženja koja se zalažu za ravnopravnost žena u poslovnom svijetu. Žensko poduzetništvo, je dakle, poduzeće koje je u minimalno 51% vlasništvu žene koja ga istovremeno vodi i kontrolira.³

Žensko poduzetništvo noviji je oblik poduzetništva koji se javlja pred kraj 20. stoljeća. Najzastupljeniji je kao vid poduzetničke aktivnosti u tranzicijskim zemljama i zemljama srednje i istočne Europe.⁴ Posljedica je to prelaska s netržišnog gospodarstva u tržišno. Tijekom krize žene su više ostajale bez posla pa je val samozapošljavanja uslijed gospodarske tranzicije došao do izražaja u žena.

Zbog ukorijenjenosti stereotipa, ali i veće privrženosti određenih poslovima žene se uglavnom pronalaze u djelatnostima vezanim uz hranu, trgovinu, kozmetiku i modu. U poduzetničkim aktivnostima im pomažu udruge i centri za izobrazbu žena. Usprkos dugogodišnjem zanemarivanju i slabijem položaju žena te neravnopravnosti u poslovnom svijetu još uvijek nisu jednake muškarcima, ali je svakako određeni napredak ostvaren te se žene sve više prihvaća i cijeni njihov trud, ideja i inicijativa što potvrđuju trendovi i statistički podaci o zastupljenosti žena u poduzetništvu.⁵

Kako je prethodno navedeno, o ženskom poduzetništvu više se govori tek posljednjih godina, no važno je napomenuti kako su žene na neki način oduvijek poduzetnice. To je ponajprije vidljivo kroz povijest kada su žene obnavljale narod i zemlju nakon ratova, kada su morale uzdržavati obitelji nakon što su se muževi, očevi, sinovi i braća vratili iz rata najčešće s nekom teškom psihičkom ili fizičkom ozljedom. Tako su žene nakon Drugog svjetskog rata morale raditi kako bi zaradile dovoljno novaca da otplate ratnu odštetu. U to vrijeme,

³ <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf>, [02.07.2017.]

⁴ <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf>, [02.07.2017.]

⁵ Galić, B., (2011.) Žene i rad u suvremenom društvu-značaj orodnjenog rada, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/106713>, [01.08.2018.]

razvijeno je i prvo žensko poduzetničko udruženje od strane Yvonne Foinant 1945. godine u Francuskoj.⁶

2.2. Odlike ženskog poduzetništva

Poduzetništvo se definira kao kreacija iz ničega, a shodno tome, poduzetnica je osoba koja u tom procesu mora prepoznati priliku, prikupiti sredstva za realizaciju, osigurati stvaranje i raspodjelu nove vrijednosti, preuzeti rizik novca, vremena i ugleda za ostvarenje cilja.

Psiholozi ističu da žene djeluju drugačije, kao posljedica drugačije funkcije lijeve i desne moždane polutke, dok sociolozi pak ističu kako je utjecaj žena u poslovnom okruženju i radnim odnosima takav kao posljedica više socijalne orijentiranosti žena. Ipak, ne postoji jasna znanstvena i egzaktna veza koja bi objasnila manji udio i utjecaj žena u poslovnom svijetu. To je zato što su razlozi za to mnogobrojni od stereotipa preko stavova i vrijednosti društva, do kulturoloških odlika i stvorenih prilika u poslovnom svijetu koje odgovaraju muškarcima više nego ženama, koje uz posao obavljaju i majčinsku zadaću.⁷

Sve to stvorilo je kod žena iskrivljenu sliku o njima samima iako će žene u mnogim slučajevima pronaći praktično rješenje ali ga, zbog nedostatka samopouzdanja, neće realizirati.⁸

„Žensko poduzetništvo“ odlikuju mnoge prepreke i ograničenja, ali i specifičnosti koji su posljedica još uvijek prisutnih stereotipa s jedne strane, ali i uloge žena kao majki s druge strane. Valja istaći da dominira i dalje stav, čak i u Hrvatskoj, da je najvažnija društvena uloga žena upravo biti majka.⁹ Možda su žene postale sve više izjednačene s muškarcima po pitanju poslova, ali ne i muškarci s njima. Stoga je na većini žena i dalje glavna poslova u obitelji oko kuće i djece uz ulogu majke. Posljedica toga, ali i prirodnih predispozicija koje odlikuju žene i čine ih drugačije orijentiranima u poslu, osjetljivijima za određene probleme i sl. Žene ne prihvaćaju surovu formu biznisa i u ekonomiju profita unose orijentaciju ka emociji, zadovoljstvu i doprinosu širim okvirima van samog biznisa. Iz vlastitih iskustava u

⁶ <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf>, [02.07.2017.]

⁷ Lončarić, A. (2015.), Poduzetništvo žena u Istarskoj županiji, raspoloživo na <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A146/datastream/PDF/view>, [22.08.2018.]

⁸ Ibidem, [22.08.2018.]

⁹ Galić, B. i Nikodem, K. (2007). Identifikacija standarda diskriminacije žena pri zapošljavanju. Pregledano 13. Srpnja 2011. (<http://www.ured-ravnopravnost.hr/page.php?id=392>), [22.08.2018.]

probijanju u svijetu biznisa brinu za obrazovanje, očuvanje radnih mjesta, kvalitetu odnosa i poštovanje, zajedničko djelovanje, doprinos društvu i zajednici, potiču na majčinstvo i njeguju fer odnose prema ženskim zaposlenicama.¹⁰

Iako je mnogo odlika ženskog poduzetništva, kao neke tipične se ističu:¹¹

- radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije pošto su ženska poduzeća manja i zatvaraju manje radnih mjesta,
- veća je briga za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose jer su to aspekti do kojih žene poduzetnice drže,
- žene više podupiru zaposlene u njihovim ambicijama,
- školovanje zaposlenih je na prvom mjestu,
- uspjeh se ne mjeri samo profitom, već i zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međusobnim odnosima,
- uspjeh organizacije i ideja je ispred profita i ega,
- naglašavanju timski rad i međusobno podupiranje,
- imaju više razumijevanja s aspekta naknade troškova, udjele u profitu, fleksibilnije radno vrijeme, realizaciju porodiljnog dopusta,
- pri realizaciji kredita su opreznije,
- nedostatak pristupa izvorima financiranja i tržištu kapitala pretežno se bave uslužnim djelatnostima te su socijalno osjetljivije.

Žene poduzetnice su u mnogim aspektima drugačije prije svega jer dozvoljavaju i razmišljaju o emocionalnim aspektima i posljedicama poslovnih odnosa, te teže ostvarenju više ciljeva izuzev profita. One ipak bolje razumiju ljude oko sebe u odnosu na muškarce i trude se da shvate svijet i odnose oko sebe van okova profita. Drugačije gledaju na kupce, suradnike i zaposlene ,te stvari više rješavaju kompromisom i komunikacijom.¹² Zbog svoje otvorenosti i naklonjenosti novinama brže i spremnije prihvaćaju nova rješenja i spremne su na prihvaćanje savjeta decentraliziran pristup poslovanju i participaciji

¹⁰ <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf>, [02.07.2017.]

¹¹ Turk, M. (1999), Poduzetništvo za 21. stoljeće - priručnik za učitelje/trenere, savjetnike i promotore poduzetništva, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, Zagreb, str. 28.

¹² Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2008.), Poduzetništvo, Mate d.o.o., Zagreb, str. 36.

2.3. Faktori ženskog poduzetništva

Iako su mnoge stereotipe okrenule u svoje prednosti u organizaciji i vođenju posla (veća doza otvorenosti novome, širi uspjeh ispred profita, ego na drugom mjestu i sl.) mnogi su stereotipi i nejednakost s druge strane ostali prepreka te predstavljaju aspekte i faktore koje žene trebale imati ili promijeniti da bi uspjele u svom poduzetničkom pothvatu. Aspekti koje bi žene trebale unaprijediti, a posljedica su nejednakosti i pogrešnog odnosa društva, i one koje treba održati i naglasiti su: samopouzdanje, samoizražavanje, znanje, iskustvo, motiviranost, sposobnost, snalažljivost, komunikacija i timski rad. Potonje ne znači da su ti aspekti i faktori neizraženi kod muških poduzetnika, ali svakako su drugačiji i/ili izraženiji kod žena.¹³

Samopouzdanje je stav pojedinca o samom sebi i odraz je vlastite ocjene vrijednosti i procjene sposobnosti po pitanju svih aspekata djelovanja. Samopouzdanje je pod utjecajem ranijih iskustava kroz obrazovanje, radno iskustvo i ulaganje napora u oblikovanje vlastitih sposobnosti i vještina. Nadalje na samopouzdanje utječu i stavovi te odnos društva i aspiracijskih grupa prema pojedincu. Stereotipi u društvu utječu na narušavanje samopouzdanja. Jednako tako negativni stavovi o ženama u svijetu poduzetništva utjecali su naniže samopouzdanje žena. Osim utjecaja na samopouzdanje žena, stereotipi u društvu utjecali su i na predodžbe što žene rade tj. koji su poslovi „za njih“. To je mnoge dovelo do odbacivanju nekih poduzetničkih ideja.¹⁴

Sposobnost je mjera potencijalnog uspjeha u životu, a izražava se kroz mogućnost brze prilagodbe, usvajanja novina i brzine reakcije na promjene u okolini. Sve to utječe na poduzetništvo i žene jer ih se po tom kriteriju vrednuje. Sve brže tehnološke promjene utječu na sve veće zahtjeve po pitanju sposobnosti i potrebe za stalnim učenjem i ulaganjem u sebe.

Kada je sposobnost u pitanju, žene, su razvile neke vještine koje im koriste u biznisu, a koje su posljedica ženinog angažmana u obitelji na više strana jer su majke, odgajateljice, žene, radnice i sl. Žene su tako razvile fleksibilnost, praktičnost, spretnost u organizaciji i vođenju

¹³ Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2008.), Poduzetništvo, Mate d.o.o., Zagreb, str. 39.

¹⁴ Ibidem, str. 39.

te multifunkcionalnost. Istraživanja su dokazala da su žene kod multitaskinga uspješnije od muškaraca.¹⁵

Dugogodišnje umanjivanje vrijednosti i nejednak položaj žena utjecao je na oblikovanje negativnih stavova te stvaranje loših praksi poduzeća. Ne toliko davno vodeće su pozicije bile rezervirane za muškarce isključivo. Jačanjem zalaganja za ženska prava i jednakost žena u svijetu biznisa utjecali su pozitivno te se sve više žene uspinju unutar hijerarhija poduzeća te djeluju na vodećim pozicijama.¹⁶

Prilika za dokazivanje i samoizražavanje kroz potvrdu i poštivanje žena u svijetu biznisa utječe u konačnici i na njihovo samopouzdanje. Prihvatanje žena poduzetnica osigurava priliku da se izraze i dožive samopotvrdu vlastitih ideja i stavova.

Znanje je nešto što se stječe obrazovanjem i učenjem te predstavlja informacije koje pojedinac memorira, interpretira te temeljem kojih donosi zaključke, procjene i obavlja zadatke. Za obavljanje bilo kojeg posla treba određeno znanje u domeni istoga tj. o određenoj djelatnosti. Upravo se to očekuje i od poduzetnica koje temeljem obrazovanja i znanja u domeni određene struke i djelatnosti imaju sposobnost bavljenja istom.

Izobrazba i učenje te realnost u procjeni vlastitih znanja te zalaganje za kontinuitet učenja i usavršavanja doprinosi povećanju samopouzdanja žena poduzetnica, ali i stručnosti te da se odluke donose s manje rizika i budu primjer svima kojima rukovode.

Cjeloživotno obrazovanje treba postati dio poslovne kulture i šire kako bi se doprinijelo stvaranju društva znanja koje odlikuje težnja za napretkom i održivim rastom i razvojem u duhu doprinosa i zajedničkog djelovanja.

Iskustvo je dopuna znanju. Ono je bitno jer bez iskustva i učenja iz istoga u stvari nema napretka. Problemi koji se javljaju tijekom stjecanja iskustva nisu isti niti postoji jedinstvena formula za njihovo rješavanje. Iskustvo je nešto što doprinosi razvoju drugih vještina poput osjećaja za biznis, sposobnost procjene i sl. Iskustvo se stječe godinama te iz uspjeha, ali i

¹⁵ <https://net.hr/zena/karijera-novac/zene-su-ipak-bolje-u-multitaskingu-od-muskaraca-a-sve-zbog-jednog-jedinog-razloga/#>, [12.07.2018.]

¹⁶ Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2008.), Poduzetništvo, Mate d.o.o., Zagreb, str. 41.

pogrešaka. Na poduzetnicima je da novim generacijama i mladima osiguraju radna mjesta preko kojih će oni steći iskustvo i imati priliku učiti o poduzetništvu u praksi.¹⁷

Motivacija je interni poticaj na nešto te je pod utjecajem mnogo faktora. Motivacija ovisi o pojedincu, ali i okolini pojedinca. Motivirati druge je umijeće te je upravljanje motivacijom kako vlastitom tako i tuđom zadaća poduzetnica, posebno onih na vodećim pozicijama.

Zahvaljujući mnogim udruženjima i stručnim centrima žene poduzetnice imaju podršku što je ohrabrujuće i motivirajuće kada mogu razmjenjivati iskustva i tražiti potporu drugih žena koje su se dokazale. To je potencijal za novi pristup poduzetništvu i sustavu razmjene iskustava te doprinosi novom pristupu poslovanja i razvoja poduzetničke klime.

Komunikacija je način razmjene iskustava, ali i prijenosa informacija te davanja naredbi i uputa. Ona odražava stav i pristup stoga utječe na uspješnost obavljanja posla. Komunikativnost je bitan aspekt, posebno u radu s ljudima i kod upravljanja ljudima. Komuniciranjem se rješavanju dileme, ostvaruje razmjena informacija i utisak stoga je rad na komunikacijskim vještinama jedan od aspekata na kojima treba raditi.¹⁸

Da bi se postigla kvalitetna komunikacija, svi subjekti u poduzeću trebali bi znati što trebaju raditi i kako trebaju napraviti neki posao u zadovoljavajućem vremenskom razdoblju. Usred loše komunikacije djelatnici su zbunjeni po pitanju obavljanja određenog posla, pogotovo ako sam rad zahtijeva stalno komuniciranje s drugim ljudima. U takvom okruženju najčešće se događa da previše ljudi radi iste poslove, gdje dolazi do međusobnog „sabotiranja“ i loše organizacije zbog koje se neki poslovi u poduzeću uopće ne naprave, pri čemu dolazi do dakle neučinkovitosti u radu.

Efektivna komunikacija doprinosi koheziji djelovanja i međusobnoj suradnji. Komunikacijom se iznose osjećaji, rješavaju dileme, dijele ideje te priznanja stoga tim u kojem je komunikacija kvalitetna bolji i djeluje kao cjelina tj. svi djeluju jedni za druge u ostvarenju ciljeva. U takvom timu dolazi do solidariziranja pojedinaca tima.

¹⁷ Ibidem, str. 45.

¹⁸ Ibidem, str. 49.

Tim čiji pojedinci djeluju kao „jedan“ je tim koji rezultira sinergijskim efektima te doprinosi kvaliteti i uspješnosti poslovanja. Pozitivna atmosfera se u takvim situacijama nerijetko prenosi u domenu čitave organizacije i prema klijentima i kupcima koji tada stvaraju pozitivnu percepciju i razvijaju trajnu suradnju te rado surađuju s takvim partnerima.

Poduzetnice lako to ostvaruju jer su komunikativnije u odnosu na muškarce, izražavaju češće emocija što se cijeni te slušaju druge i nastoje ih razumjeti. Iako nekada u poslovnom svijetu treba zanemariti emocije, ipak, doza empatije je svakako dobro došla posebno na duge staze i za novi sustav po mjeri čovjeka i održivog razvoja.

Djelomice zbog svojih iskustava u poslovnom svijetu i marginalizacije te diskriminacije koju su prolazile i još uvijek prolaze žene, kao poduzetnice, svjesne su društvenih prilika te su stoga organiziranije i dosta dobro funkcioniraju u svim svojim ulogama od poslovne žene do majke te imaju više osjećaja i razumijevanja za različite situacije. To nekada može biti i otežavajuća okolnost koji neki mogu zlorabiti ali svakako je prednost pri upravljanju i težnji poslovanja na duge staze. Žene su u velikom broju slučajeva čak racionalnije u vođenju poslovanja od muškaraca jer vode svoja kućanstva stoga su organizirane i mnoga iskustva primjenjuju u vođenju poslovanja što je pronicljivo jer poslovanje čini grupa ljudi koji su na neki način povezani.

Muškarci su (što po prirodi što iz trendova društva i stereotipa) zatvoreniji, oštrij i hladniji te nisu skloni davanju savjeta, pretjeranoj empatiji i slušanju te iskazivanju emocija stoga su žene u upravljanju ljudima uspješnije. Iako slove za snalažljivije, možda kada je u pitanju jače konkuriranje i oštri pristup te korištenje prilika, muškarci to nisu jer žene svojim pristupom i komunikacijom su spremne nadići neke prepreke i zanemariti ego u svrhu pothvata.

Timski rad je pristup poslovanju koji se temelji na zajedničkom djelovanju pojedinaca za isti cilj. Zajedničko djelovanje doprinosi ne samo ostvarenju parcijalnih ciljeva već i potpunom poslovanju i uspjehu istoga. Za timski rad potrebna je organizacija, poticaj i primjer članovima organizacije tj. poduzeća od strane svih pa tako i rukovoditelja. Žene poduzetnice, kao one koje su manje tašte, daju priliku i teže upoznati druge što im omogućuje izražavanje i priliku da se istaknu. Jednak pristup i omogućavanje participacije, sklonost druženju i međusobnoj podršci osnova je pozitivne radne atmosfere, poslovne klime i razvoja sustava vrijednosti koji njeguju odnose unutar organizacije i zajedničko djelovanje. U takvih poduzeća razvija se veća lojalnost i predanost. Zaposlenici su povezani s poduzećem i teže ga

napuštaju. Poduzetnice njegujući timski rad i zalažući se pristupom i komunikacijom omogućuju razvoj i rast poduzeća kao cjeline zajedno sa svim zaposlenicima.¹⁹

2.4. Prepreke ženama u poduzetničkom svijetu

Usprkos sve većoj osviještenosti društva i žena o njihovim ulogama ali i mogućnostima, i dalje je malen broj žena koje pokreću vlastite pothvate. To pokazuju statistički podaci prema kojima je za trećinu više nezaposlenih žena na tržištu rada u odnosu na muškarce u 2017.²⁰ Kao glavni razlozi takvih poražavajućih podataka ističu se oni povezani s nedostupnošću novčanih sredstava, nedostupnim informacijama, ali i nedostatka izobrazbe.²¹

Uz nedostatke po pitanju osnovnih resursa te infrastrukture i preduvjeta posljedica je to i stereotipa kako su žene slabiji spol stoga su češće bez posla i diskriminirane u odnosu na muškarce.

Uz nedostatak posla žene su „zakinute“ s aspekta plaća za iste radne pozicije, ali i prilike za razvoj i napredak jer im se često samo nude tzv. ženska zanimanja poput čistačice, spremačice, blagajnice, krojačice koja su manje plaćena.²² Kakav je to propust društva i pogrešno shvaćanje potvrđuju podaci da su na hrvatskom tržištu rada upravo žene obrazovanije od muškaraca.²³

S obzirom na prepreke i izazove s kojima susreću žene u poduzetništvu u nas, ali i u svijetu, mogu se izdvojiti ključni problemi poduzetništva žena:²⁴

- značajna podzastupljenost u poduzetničkim aktivnostima,
- značajna podzastupljenost u zaposlenosti,
- niže plaće žena u obavljanju sličnih poslova kao i muškarci,
- značajna dominacija u nezaposlenosti,
- značajna upravljačka podzastupljenost,
- značajna podzastupljenost u vlasničkoj strukturi poduzeća i obrta,

¹⁹ Ibidem, str. 54.

²⁰ Prema podacima HZZ-a, dostupno na: <http://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1>, [25.07.2017.]

²¹ Kolaković, M. (2006.), Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija d.o.o., Zagreb, str. 161.

²² https://about.americanexpress.com/sites/americanexpress.newshq.businesswire.com/files/doc_library/file/2017_SWOB_Report_FINAL.pdf, str. 8., [22.07.2018.]

²³ <https://net.hr/danas/hrvatska/borba-koja-traje-vise-od-stoljeca-zene-u-hrvatskoj-su-obrazovanije-od-muskaraca-ali-unatoc-tome-su-slabije-placene/>, [25.07.2017.]

²⁴ Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

<http://www.minpo.hr/UserDocsImages/Strategije/SRP%C5%BD%20%202014%20%202020,%20FINAL,%20li panj%202014.pdf/>, [25.07.2017.]

- nedostatak statističkog praćenja s obzirom na rodnost,
- nepovezanost aktivnosti jačanja žena,
- nepostojanje mehanizma ocjene i vrednovanja učinaka primjene pojedinih mjera za razvoj poduzetništva žena,
- nedovoljno koordinacije i suradnje među nositeljima provedbe javnih politika, programa i inicijativa kojima se doprinosi razvoju poduzetništva žena, otežava ili čak i onemogućava učinkovitost primijenjenih aktivnosti i uloženih financijskih sredstava.

Uz navedene prepreke kao posljedice stereotipa i diskriminacije javljaju se i problemi u ženskom poduzetništvu koji korijene nalaze daleko dublje unutar struktura društva od obrazovnog sustava preko nedostataka podrške i potpore u svijetu biznisa. Problemi koji se javljaju u vidu prepreka ženama kod pokretanja poduzetničkih aktivnosti su:²⁵

- Nametnute percepcije i izbori koje vrše žene kod donošenja odluka o obrazovanju ograničavanju njihove mogućnosti u budućnosti po pitanju zaposlenja i djelovanja. Skroman izbor i orijentacija ka pojedinim djelatnostima i strukama vodi tome da su žene ograničene po pitanju pokretanja poslovnih pothvata u tehnološki intenzivnijim djelatnostima.
- Osim stereotipa kako se žene ne uklapaju u poslovni svijet vladaju i stereotipi o ženama u znanosti i po pitanju tehnologije,
- Žene su označene stereotipima po pitanju ostalih mogućnosti jer se smatra da su ograničene po pitanju vremena i ulaganja napora zbog ulog žena u društvu do sada,
- Nemaju podrške kao poslovne žene i majke,
- Stereotipi i ograničenja se javljaju i po pitanju pristupa financijskih izvorima,
- Nedostatak podrške po pitanju savjetovanja i mentorstva žena u poslovnom svijetu,
- Nedostatak treninga i programa obrazovanja i osposobljavanja za tehnološki intenzivne pothvate,
- Sve je to dovelo do iskrivljene percepcije samih žena o njima samima što je vodilo ka nedostatku samopouzdanja, kapaciteta za preuzimanje rizika i sl.

Kao najveće prepreke se ističu one u domeni tržišta te po pitanju osiguranja kvalitetnih, jednakih i poticajnih uvjeta na tržištu za pokretanje i realizaciju poslovnih ideja žena. Slabi

²⁵ Ibidem

pristup izvorima financiranja je druga vodeća prepreka koja ograničava ostvarenje žena u poslovnom svijetu. Na nadležnim institucijama u suradnji s lokalnim upravama da uz političke mjere Vlade doprinesu povoljnijoj poduzetničkoj klimi i razvoju poduzetničke infrastrukture koja će djelovati poticajno na samozapošljavanje i povećanje broja žena poduzetnica.

Navedene mjere nisu jedinstveno rješenje i svakako treba izvjesno vrijeme kako bi se otklonili stereotipi i predrasude o ženama u svijetu biznisa, prihvatilo žene kao poslovne suradnice i partnere te se one izjednačile s muškim poduzetnicima.

Promjene koje se moraju dogoditi u društvu uz prihvaćanje žena jesu i one po pitanju spremnosti na suradnju te jednake prilike prema ženama. Naime, žene su zakinute u različitim poljima i u različitim dimenzijama jer je, primjerice, svega 15% nekretnina u RH u vlasništvu žena što je posljedica stereotipa čak unutar obitelji. Nekretnine su jamstva za kredite što je dodatno ograničenje ženama kod pokretanja vlastitih poslovnih pothvata.

Žene i dalje obavljaju sve svoje uloge i zadaće uz posao stoga za veća ostvarenja nedostaje potpora i podrška u smislu cjelodnevnih vrtića, škola i sl.

Iako su promjene na bolje sve više izražene žene se uz njih suočavaju s općim problemima u poduzetništvu koji otežavaju razvoj poduzetništva u punom zamahu, a odnose se na administrativne procese, regulative i zakonske propise za pojedine djelatnosti i aktivnosti osnivanja i vođenja poslovanja.

Za povećanje kvalitete poduzetničke klime općenito, a posebno ženskog poduzetništva neophodno je da se promijeni svijest društva, sustav vrijednosti te politike koji će dati potporu ženama kod samozaposlenja i otvaranja radnih mjesta te vođenje poslovanja.

2.4.1. Obrazovanje žena poduzetnica

Obrazovanje općenito, a posebno u domeni poduzetništva je sve popularnije. Čak i oni koji se direktno ne bave poduzetništvom imaju potrebu opismeniti se u tim poljima jer su poduzetničke sposobnosti i vještine korisne u svakodnevnom životu. Poduzetništvo kao smjer školama te kao usmjerenje na fakultetima također dobiva sve više na popularnosti.²⁶

Poduzetništvo se uči i razvija te postoje različiti pristupi savladavanju različitih poduzetničkih vještina stoga ono predstavlja nešto uvijek novo, dinamično i suvremeno kako bi se poduzetnike pripremio za uključivanje u realni sektor. Iako se za neke stvari traži prirodni talent i osjećaj jasno je da se ipak, poduzetništvo uči te da se njime bavi sve više pojedinaca. Učenje poduzetništva mijenja pogrešne percepcije, donosi samostalnost pojedinaca i otvara mogućnosti za stvaranje više radnih mjesta.

Iako, kao usmjerenje, postoji u različitim privatnih i javnim školama i na fakultetima poduzetništvo još uvijek nije razvijeno dovoljno unutar sustava obrazovanja, a posebno ne s aspekta jačanja pojedinih poduzetničkih oblika te potpore žena u realizaciji poduzetničkih pothvata. Kako bi se to promijenilo poželjni su različiti projekti i suradnje koji će osigurati razmjenu iskustava i znanja, stipendije i poticaji za nove i mlade poduzetnike koji stvaraju nova mjesta te za žene koje kreću u poduzetničke vode.

Kako bi se osigurala veća razina obrazovanja žena poduzetnica i povećala kvalitete obrazovanja u poduzetništvu i za poduzetništvo nužno je da se provedu određene prilagodbe, usvoje novi trendovi i osigura razvoj u skladu s napretkom u domeni tehnologija koje omogućuju standarde u obavljanju poduzetničkih djelatnosti. Ta se unapređenja i prilagodbe odnose na:²⁷

- Dosljednosti i prihvaćanju razlika u metodologiji i sadržaju,
- Prihvaćanje i podrška ženama po pitanju tradicionalnih obaveza u obitelji i kućanstvu,
- Primjena suvremenih tehnologija kako bi bile u korak s prilikama na tržištu,
- Razvijanje i poduka menadžerskih vještina kod žena te jačanje pozitivnih strana osobina u žena za novi pristup poduzetništva kojeg odlikuje održivi rast i doprinos zajednici,

²⁶ Key Competences for Lifelong Learning – European Reference Framework, European Communities, 2007., http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/pdf/ll_learning/keycomp_en.pdf, [26.07.2018.]

²⁷ Miošić Lisjak, N., Čurlin, I. (2002): Žene i poduzetništvo, The STAR Network of World Learning, Zagreb, str. 16.

- Podrška ženama kroz savjete i uključivanju partnera u potporu ženi poduzetnici.

Sve masovnije okretanje žena poduzetništvu, samozapošljavanju, rukovodstvu i vodećim pozicijama posljedica je vlastite samosvijesti žena, napora u izjednačavanju položaja žena u poslovnom svijetu, ali i prilagodba svijesti društva te napuštanja pojedinih stereotipa.

Nekada je to, ne tako davno već svega prije 50-ak godina, svega 5% žena bilo među magistrima znanosti, dok je ta brojka danas i do osam, devet puta veća jer žene čine od 40% do 50% polaznika specijaliziranih poslijediplomskih poslovnih programa. Statistike EU ističu da je svaki četvrti novi posao pokrenut od strane žene.

2.5. Usporedba muških i ženskih poduzetnika

U procesima prilagodbe društva i poslovanja ka ženama u poduzetništvu i izjednačavanja žena s muškarcima u poslovnom svijetu razlike između muškaraca i žena poduzetnika ipak postoje, što zbog realnih razlika kao posljedice različitog pristupa što zbog utjecaja stereotipa na ponašanje i vlastite prosudbe žena. Upravo stoga su u fokusu mnogih istraživanja žene kao poduzetnice i same razlike između muških i ženskih poduzetnika te doprinos žena u poduzetništvu.

Istraživanje²⁸ Deloitte Hrvatska na temu Žene u poslovnom svijetu tako ukazuje na to da ispitanici uglavnom smatraju da nema velikih razlika između žena i muškaraca na upravljačkim pozicijama, što se ponajprije odnosi na aspekte po pitanju razvoja ili suočavanju s poslovnim izazovima. Ipak, i dalje postoje razlike po pitanju percepcije poduzetnica i poduzetnika. Prevladava mišljenje da su žene učinkovitije u upravljanju ljudskim resursima, da su uspješnije na području osobnog razvoja i stjecanja novih iskustava te da su uspješnije u održavanju ravnoteže između privatnog i poslovnog života, dok u slučaju muškaraca da lakše ostvaruju profesionalni napredak te da su bolji u borbi za poziciju tvrtke u uvjetima konkurentskog tržišta.

²⁸ https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_shexo_zene_u_poslovnom_svijetu.pdf, [12.07.2018.]

Prema spomenutom istraživanju, 79% sudionika smatra da spol ima utjecaja kod promaknuća na mjesto člana uprave tj. da je muškarcima lakše doći do te pozicije, a 83% sudionika dijeli stav da bi žene trebale biti zastupljenije na razini uprave.

Dominira i mišljenje da je ženama u startu teže nego muškarcima, što je posljedica nedovoljne informiranosti, neposjedovanja nekretnina i ostalog potrebnog za pokretanje posla, što zbog nužnosti usklađivanja posla s obiteljskim obavezama. Također žene, koje imaju obitelj, teže dolaze do informacija, jer vrijeme potrebno za traženje potrebnih informacija troše na obitelj i djecu. Ipak, valja istaći da mnoga istraživanja i analize ukazuju na to kako je žena poduzetnica snažnija, obrazovanija, i uspješnija od muškaraca kad se upušta u poduzetničke vode. Razloge za to treba tražiti u stereotipima također i povodnju muškaraca tim stavovima koji tada manje ulažu u sebe i oslanjaju se na stereotipe društva u ostvarenju napretka.

Uvaženo je stajalište da žene, kroz njihov psihološki profil i različite životne uloge u poslovnom i privatnom životu, pokazuju tendenciju da budu više fleksibilne i otvorene prema različitim izazovima od svojih muških kolega. Žene, koje su dugo bile podcjenjivane i označavane stereotipima se više zalažu za ostvarenje i spremne su više žrtvovati u odnosu na muškarce. Razlog tome je što su žene češće od muškaraca suočene s izazovima koji zahtijevaju prilagođavanje

I druga su istraživanja ukazala (Stilin, 2016.), još uvijek podređen položaj žena u poslovnom svijetu te su ustanovila da je u svim zemljama mnogo manji broj žena uključen u poduzetništvo u odnosu na muškarce. Jaz između poduzetničke aktivnosti žena i muškaraca se ipak smanjuje i to intenzivnije od 2015. godine.

Povećanje udjela žena u poduzetništvu i poslovnom svijetu na visokim funkcijama svakako je dio trenda promjene društvene svijesti te napora različitih organizacija koje se zalažu za ravnopravnost žena i njihovo uključivanje u poduzetničke vode.

Po pitanju samozaposlenja neka istraživanja, OECD-a iz 2013. godine, ukazuju i dalje na relativno veću sklonost muškaraca na takve poteze u odnosu na žene. 43% muškaraca i 31%

žena preferira samozapošljavanje u odnosu na zapošljavanje u poduzeću kad bi imali izbora.²⁹ Usprkos tome razlike su još veće kada su u pitanju plaće jer žene zarađuju znatno manje od muškaraca poduzetnika, što je posljedica nedostatka iskustva pri pokretanju posla te manja većim udjelom vlastitih sredstava u financiranju pokretanja posla u odnosu na muškarce.

Razlike koje su uočene nekim istraživanjima ukazuju na odstupanja u motivaciji kod žena u odnosu na muškarce. Nekoliko istraživanja pokazalo je da žene, češće od muškaraca, pokreću posao iz nefinancijskih tj. zbog zadovoljstva poslom, mogućnosti doprinosa zajednici i sl. Žene pokazuju veću sklonost malim poduzećima te ne teže isključivom i brzom rastu za razliku od muškaraca, ali su i manje orijentirane na financijske nagrade. S druge strane što je još važnije je to da nijedna studija nije ukazala na značajne razlike u uspješnosti poslovanja poduzeća koja vode žene u odnosu na ona koja vode muškarci. To znači da mala i srednja poduzeća koja vode žene nisu manje uspješna, u mjerilima stope preživljavanja, povrata na imovinu u odnosu na primjenu mjerila koja su pod utjecajem veličine poduzeća (npr. prodaja, zapošljavanje, imovina), u odnosu na ona koja vode muškarci.

Zanimljivo je istaknuti kako je uočena razlika u stilu vodstva. Žene češće primjenjuju transformacijski stil vodstva koji odlikuje interaktivnost, konsenzus, dijeljenje moći i informacija, davanje povratnih informacija, nagrađivanje pojedinačnog i grupnog doprinosa te poticanje sudjelovanja zaposlenika na svim razinama, što nije često odlika vodstva kod poduzetnika.

Izneseni rezultati istraživanja ukazuju na određene razlike između muškaraca i žena u poslovnom svijetu koje su posljedica postojanja jaza u odnosima, stereotipa i nejednakog tretmana. Te razlike se mogu grupirati prema u osam kategorija prikazanih u nastavku.³⁰

Tablica prikazuje aspekte razlikovanja poduzetnica i poduzetnika od čega su neki poželjni iako su posljedica negativnih društvenih utjecaj na žene koje su bile diskriminirane i podcjenjivane. To se odnosi na djelovanje u poslovnom svijetu kada je u pitanju davanje osobnog primjera što motivira podređene, dozi empatičnosti, naglasku na komunikaciju kod rješavanja problema te fleksibilnosti i izolaciji ega u donošenju odluka. Iz kategoriziranih aspekata razlika muškaraca i žena poduzetnika jasno je da su žene čak samostalnije jer se od njih više očekuje time su primjer i više stvari rješavaju samostalno.

²⁹ Prema istraživanju OECD, objava na:

https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf, [24.07.2018.]

³⁰ Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2011). Poduzetništvo. 7. izd. Zagreb, Mate, str. 65.

Muškarci se mlađi uključuju u poslovne vode poduzetništva i samostalnog pokretanja posla u odnosu na žene što je posljedica društvenih stereotipa i davanje prilika muškarcima prije žena, ali i činjenice da žene zbog osnivanja obitelji odlažu karijeru i poslovno ostvarenje.

Tablica 1: Razlike muškaraca i žena poduzetnika

Odlike	Poduzetnice	Poduzetnici
Motivacija	Postignuće – ostvarenje cilja Neovisnost – uradi sam	Postignuće – težnja da se stvari obave Osobna neovisnost
Točka pokrića	Frustracija poslom, Prepoznavanje prilike u tom području, Promjena osobnih okolnosti	Nezadovoljstvo trenutnim poslom, Sporedna uloga na fakultetu ili na trenutnom poslu, Odlazak ili otpuštanje
Izvor financiranja	Osobna imovina i uštedovina, privatni zajmovi	Osobna imovina i uštedovina Bankovno financiranje, Ulagači Zajmovi od obitelji i prijatelja
Podrijetlo znanja	Iskustvo u tom poslovnom području Iskustvo u srednjem managementu ili administrativnoj razini na tom području Profesionalno podrijetlo vezano uz usluge	Iskustvo u tom poslovnom području Priznati stručnjak ili osoba koja je dosegla visoku razinu postignuća u tom području Sposoban na raznim poslovnim funkcijama
Karakterne osobine	Fleksibilna i tolerantna Orijentirana prema cilju Kreativna i realistična Srednja razina samopouzdanja Entuzijastična i energična Sposobnost nošenje s društvenim i gospodarskim okruženjem	Tvrdoglav i uvjerljiv Orijentiran prema cilju Inovativan i idealističan Visoka razina samopouzdanja Entuzijastičan i energičan Mora biti svoj šef
Podrijetlo	Dob pokretanja pothvata između 35-45 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovan – diploma iz humanističkih znanosti Prvorođeno dijete	Dob pokretanja pothvata 25-35 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovan – diploma iz ekonomije ili tehničko područja (obični inženjerskog) Prvorođeno dijete
Potporne skupine	Bliski prijatelji Suprug Obitelj Ženske profesionalne grupe Trgovačka udruženja	Prijatelji, profesionalni suradnici (odvjetnici, računovođe) Poslovni suradnici Supruga
Vrsta pokrenutog posla	Uslužna – edukacija, savjetovanje ili odnosi s javnošću	Proizvodnja ili građevina

Izvor: Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2011). Poduzetništvo. 7. izd. Zagreb, Mate, str. 65.

Usprkos činjenici da su pogrešni stavovi i predrasude dovele do krivih preduvjeta za razvoj ženskog poduzetništva te zahvaljujući naporima žena koje su organizirale različite oblike podrške i koje su uspjele u svijetu biznisa dolazi do promjene svijesti društva te se povećava broj žena koje realiziraju svoje ideje i pothvate.

Žene su sve ravnopravne u sve više aspekata muškim kolegama, visoko su obrazovane, spremne na rizik, inovativne i fleksibilne. Svojim pristupom donijele su novi koncept upravljanja i vođenja poslovanja. Za sada možda manje riskiraju od muškaraca ali imaju stabilnije pothvate i radna mjesta koja traju.

2.6. Doprinos institucija i zakonodavstva ženskom poduzetništvu

Da se na izjednačavanju i ravnopravnosti žena poduzetnica s muškim kolegama radi vidljivo je iz Strategije za ravnopravnost spolova od strane Vijeća Europe, prema kojoj, ravnopravnost spolova predstavlja jednakost žena i muškaraca u svim područjima djelovanja, jednaku zastupljenost na vodećim pozicijama tvrtki i države, jednaka prava kao i jednake odgovornosti.

Ekonomije u kojima su žene podjednako zastupljene u društvu, pa i na tržištu rada, bolje su pozicionirane od država gdje u većoj postoje negativni tradicionalni spolni stereotipi. Kako bi se smanjila neravnopravnost, nužno poradi na saniranju istih, posebice zato što ženska radna snaga, zbog svojih specifičnosti, može uvelike doprinijeti nacionalnom gospodarstvu. Pozitivne promjene po pitanju ravnopravnosti muškaraca i žena vode preobrazbi društva na bolje stoga je potpora od strane institucija i s aspekta zakona osnova za zadržavanje pozitivnih efekata promjena i zaštite žena po pitanju ravnopravnosti.³¹

Vijeće Europe provedbu Strategije počelo je 2012. godine. Njen je cilj povećanje razine ravnopravnosti spolova u svim državama članicama, uvođenjem načela ravnopravnosti te provođenjem niza mjera. U skladu s tim, nova Strategija (2014.-2017.) postavila je 5 strateških ciljeva:³²

- Otklanjanje rodni stereotipa i seksizma,

³¹ Fotak, Đ. (2015.), Položaj žena na tržištu rada, raspoloživo na <https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A241/datastream/PDF/view>, [25.07.2018.]

³² Fotak, Đ. (2015.), Položaj žena na tržištu rada, raspoloživo na <https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A241/datastream/PDF/view>, [25.07.2018.]

- Borba i prevencija od nasilja nad ženama,
- Ravnopravnost žena pred pravosudnim tijelima ,
- Ravnopravnost i jednakost te ujednačena zastupljenosti žena i muškaraca pri donošenju odluka u političkom i javnom sektoru,
- Uvođenje načela ravnopravnosti spolova u cjelokupnu politiku i mjera.

Kada je u pitanju ravnopravnost muškaraca i žena u društvu, na međunarodnoj osnovi, za te se ciljeve zalažu Ujedinjeni narodi te Međunarodna organizacija rada. Konvencija se zalaže za uklanjanje svim oblika diskriminacije žena. U svojim odredbama obrađuje probleme diskriminacije žena po pitanju zapošljavanja te se zalaže za prava jednakost muškaraca i žena osobito po pitanju:³³

- Prava na rad,
- Prava na iste mogućnosti zapošljavanja, primjenu istih kriterija prilikom zapošljavanja,
- Prava na slobodan izbor zvanja i zanimanja,
- Prava na napredovanje,
- Prava na jednake uvjete i nagrade koji proizlaze iz rada,
- Prava na stručno osposobljavanje i prekvalifikaciju,
- Prava na jednaku naknadu, jednaki tretman za rad jednake vrijednosti,
- Sprječavanje diskriminacije glede braka i majčinstva,
- Zabrane davanja otkaza zbog trudnoće ili majčinstva,
- Prava na plaćeni roditeljski dopust.

Fotak u analizi doprinosa smanjenju nejednakosti žena u poslovnom svijetu ističe nekoliko najvažnijih pravnih akata Republike Hrvatske čiji je cilj ravnopravnost spolova, a to su:³⁴

- Ustav Republike Hrvatske,
- Zakon o radu,
- Zakon o ravnopravnosti spolova,
- Nacionalne politike za ravnopravnost spolova 2011.-2015. godine

³³ Fotak, Đ. (2015.), Položaj žena na tržištu rada, raspoloživo na <https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A241/datastream/PDF/view>, [25.07.2018.]

³⁴ Fotak, Đ. (2015.), Položaj žena na tržištu rada, raspoloživo na <https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A241/datastream/PDF/view>, [25.07.2018.]

Ustav štiti osnovna prava čovjeka i jednakost pred institucijama, dok Zakon o radu uređuje radne odnose u Republici Hrvatskoj. Unutar njega su integrirane odredbe Direktiva Vijeća Europe kojima se uređuje područje rada, zaštite prava radnika, zaštita žena i socijalna prava te se usklađuje uređenje tih odnosa u EU članicama.

Zakon u jednakoj mjeri obuhvaća i žene i muškarce, no posebno mjesto zauzima područje majčinstva prema kojem se zabranjuje nejednak pristup prema trudnicama, roditeljama ili ženama koje doje djecu. U praksi uvijek postoje iznimke te je na ostalim institucijama i tijelima da reagiraju u slučaju nepoštivanja zakona.

Zakon o ravnopravnosti promovira jednakost između spolova te se zalaže i ukazuje na značaj i ulogu jednakih mogućnosti za muškarce i žene utvrđivanjem, definiranjem i uređivanjem načina zaštite. Zakon se temelji na jednakosti žena i muškaraca u svim područjima javnog i privatnog života, jednakom statusu te jednakim mogućnostima za ostvarivanje svih prava kao i jednakim koristima od ostvarenih rezultata.

Nacionalna politika za ravnopravnost spolova u Republici Hrvatskoj strateški je dokument koji je kreiran od strane Ureda za ravnopravnost spolova. Zadnji dokument koji se odnosi na to je objavljen za razdoblje od 2011.-2015. godine s ciljem dodatnog suzbijanja svih vrsta rodne diskriminacije te osnaživanje žena u svim sferama života. Dokument ističe 7 područja, koja se odnose na stvaranje jednakih mogućnosti na tržištu rada, unaprjeđenje primjene rodno osjetljivog odgoja i obrazovanja, sudjelovanje žena u javnom i političkom odlučivanju, uklanjanje nasilja nad ženama, promicanje međunarodne suradnje i ravnopravnosti spolova izvan Hrvatske te osnaživanje institucija i metoda primjene. Cilj politike jest smanjiti podređenost te poboljšati položaj žena i ukloniti diskriminaciju po pitanju otežanog zapošljavanja, napredovanja, nižih plaća i sl.

Osim opisanih regulativa, Zakona i propisa organiziraju se različiti projekti podržani od strane udruga koje promoviraju razvoj ženskog poduzetništva od kojih se ističu: Poduzetništvo žena (2004.), Žene u rodno netradicionalnim zemljama, Žene u poduzetništvu, znanosti i politici u RH..

Konkurentnost Hrvatska, s aspekta poduzetničke klime za žene, je na 28. mjestu s obzirom na od ukupno 32 zemlje obuhvaćene projektom HGK.³⁵ Udio poduzetnica u ukupnom gospodarstvu Hrvatske je svega 30% (23% tvrtke, a 7% obrta). Ipak, treba istaknuti da je to napredak u odnosu na ranije godine. Još 2001. ih je bilo svega 8%. S ovim prosjekom Hrvatska se trenutno nalazi na razini prosjeka Europske unije što nije ohrabrujuće jer je prosjek varljiva mjera. Općenito niska zastupljenost žena problem je koji zahtijeva strateški pristup.

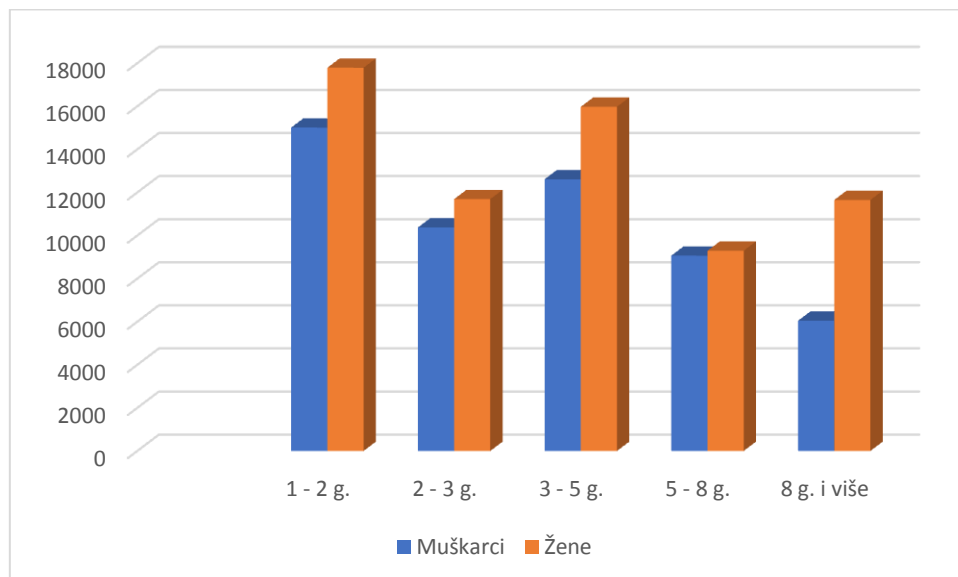
³⁵ Hrvatska gospodarska komora, dostupno na: <http://www.hgk.hr/hgk-radi-na-snaznom-umrezavanju-zenapoduzetnica>, [17.08.2018.]

3. STATISTIKE PODUZETNIČKE ANGAŽIRANOSTI I POLOŽAJA ŽENA U POSLOVNOM SVIJETU

3.1. Osnovni pokazatelji položaja žena u Hrvatskoj na tržištu rada

O položaju žena u Hrvatskoj govore i podaci tržišta rada jer žene imaju veći udio u nezaposlenosti općenito te su dulje na zavodu uslijed nezaposlenosti do novog zaposlenja. Na grafikonu 1 je vidljivo da je 2016. g. više nezaposlenih žena u svim kategorijama trajanja nezaposlenosti u odnosu na muškarce, a posebno u trajanju nezaposlenosti od tri do pet godina i od osam ili više godina. Ti poražavajući podaci ukazuju da su žene i dalje diskriminirane. Jaz između spolova u duljini nezaposlenosti se kreće od trećine do čak polovine broja nezaposlenih muškaraca.

Grafikon 1: Duljina trajanja nezaposlenosti prema spolu 2016.



Izvor: Izrada autorice temeljem podataka HZZ-a

Kada je u pitanju nezaposlenost prema stručnoj spremi također žene imaju veći udio. Promatrajući trend nezaposlenih žena prema stručnoj spremi poražavajuće je i to da se s porastom obrazovanih žena povećava i njihov udio u broju nezaposlenih. Najviše je nezaposlenih žena sa srednjom stručnom spremom koja je i dominantna razina obrazovanja.

Broj nezaposlenih bez škole ili s nezavršenim ili završenim osnovnoškolskim obrazovanjem se smanjuje, ali je to posljedica isključivanja ili izlaska s liste nezaposlenih zbog smrti, prelaska u neaktivnu radnu snagu ili brisanja s liste zbog neaktivnosti jer se radi o obveznom obrazovanju.

Tablica 2: Nezaposlenost žena po stručnoj spremi 2012.-2017.

Stručna sprema	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Bez škole i nezavršena osnovna škola	8699	8734	8429	7624	6960	6017
Završena osnovna škola	37671	38362	35978	31493	26953	21938
Srednja škola	103874	110294	104762	92856	78412	63757
Prvi stupanj fakulteta, stručni studij i viša škola	9203	10628	10895	9915	9197	8076
Fakultet, akademija, magisterij, doktorat	12797	14025	14639	13321	12391	11035

Izvor: Izrada autorice temeljem podataka HZZ-a

Stopa aktivnosti žena je 2016. bila oko 45% spram 57% muškaraca. Kada su u pitanju plaće muškarci prednjače u svim djelatnostima i to za čak do 28% u slučaju djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi koja je više „ženska“ nego muška struka. Žene imaju prosjek plaća veći od muškaraca u 2016. samo u djelatnosti rudarenja i građevinarstva. To je posljedica to u tim djelatnostima žene imaju veći udio na uredskim poslovima koji su više plaćeni od onih koji zahtijevaju fizičku snagu i na kojima dominiraju muškarci.

Slika 1: Odnos plaća muškaraca i žena po djelatnostima 2016.

	Ukupno	Žene	Muškarci	Udio plaća žena u plaćama muškaraca, % <i>Women's salaries as percentage of men's</i>
	<i>Total</i>	<i>Women</i>	<i>Men</i>	
	u kunama <i>Kuna</i>			
Ukupno <i>Total</i>	8 037	7 444	8 575	86,8
Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo <i>Agriculture, forestry and fishing</i>	7 024	6 256	7 300	85,7
Rudarstvo i vađenje <i>Mining and quarrying</i>	9 800	10 507	9 702	108,3
Prerađivačka industrija <i>Manufacturing</i>	6 479	6 311	7 900	79,9
Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija <i>Electricity, gas, steam and air conditioning supply</i>	10 507	10 312	10 548	97,8
Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša <i>Water supply; sewerage, waste management and remediation activities</i>	7 462	7 416	7 474	99,2
Građevinarstvo <i>Construction</i>	6 644	7 387	6 553	112,7
Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla <i>Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles</i>	7 043	6 148	8 226	74,7
Prijevoz i skladištenje <i>Transportation and storage</i>	8 214	7 684	8 419	91,3
Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane <i>Accommodation and food service activities</i>	7 078	6 483	7 779	83,3
Informacije i komunikacije <i>Information and communication</i>	11 597	10 429	12 285	84,9
Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja <i>Financial and insurance activities</i>	12 332	11 124	14 898	74,7
Poslovanje nekretninama <i>Real estate activities</i>	8 099	7 321	8 715	84,0
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti <i>Professional, scientific and technical activities</i>	10 069	9 295	10 703	86,8
Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti <i>Administrative and support service activities</i>	5 290	5 234	5 318	98,4
Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	8 805	8 101	9 396	86,2
Obrazovanje <i>Education</i>	7 775	7 417	8 970	82,7
Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi <i>Human health and social work activities</i>	8 857	8 157	11 328	72,0
Umjetnost, zabava i rekreacija <i>Arts, entertainment and recreation</i>	7 719	7 090	8 517	83,2
Ostale uslužne djelatnosti <i>Other service activities</i>	7 586	6 954	8 348	83,3

Izvor: DZS, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2017.pdf,
[26.07.2018.]

3.2. Poduzetnička aktivnost žena u Hrvatskoj

Mogućnost longitudinalnog praćenja trendova u ženskom poduzetništvu moguća je zahvaljujući uključenosti centra za razvoj malih i srednjih poduzeća u praćenje aktivnosti žena u poduzetništvu. Promatrajući statističke podatke za 2016., ukazuje na to da je udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi poduzeća u Hrvatskoj u 2014. godini iznosio je 18,3%, od čega su u 18.115 poduzeća žene bile većinske vlasnice, u 7.525 poduzeća su bile suvlasnice s muškarcima ili pravnim osobama. Trend vlasničke strukture poduzeća u Hrvatskoj od 2011. do 2015. bilježi lagani rast udjela žena vlasnica s 18% na 20,3%. U 2015. je zabilježena korekcija od dva postotna boda u odnosu na raniju godinu, ali ipak zadržavanje udjela na relativno višoj razini.³⁶

Kada se promatra zastupljenost žena vlasnica u hrvatskim županijama vidljivo je da je u 2015. godini najviše žena svoju poduzetničku aktivnost pokrenulo u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji i to čak njih 21,4%. Grad Zagreb je na drugom mjestu s 20% pokrenutih vlastitih ideja žena.

Prema vrsti djelatnosti žene najveće ostvarenje i pokretanje posla realiziraju u djelatnostima:³⁷

- uslužnim djelatnostima s 47,5%,
- djelatnostima socijalne zaštite i zdravstvene skrbi s 33,3%,
- djelatnostima vezanih uz obrazovanje s udjelom od 32,8%,
- stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima s udjelom od 27,2%. te
- djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane s udjelom od 20,4%.

Ukupna poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom³⁸, ukazuje na značajno zaostajanje Hrvatske po pitanju poduzetničke aktivnosti žena i njihove zastupljenosti u odnosu na tzv.

³⁶ <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf>, [01.08.2018.]

³⁷ Ibidem, [01.08.2018.]

GEM zemlje³⁹. Hrvatska je u prosjeku za duplo manje aktivna po oba spola a odnos muškaraca i žena je znatno viši u Hrvatskoj što ukazuje na još uvijek visok stupanj podzastupljenosti i diskriminacije žena u poslovnom svijetu.

Slika 2: TEA indeks u RH i GEM zemljama 2011.-2015.

	2011.		2012.		2013.		2014.		2015.	
	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska
TEA Žene	8,7	4,7	10,6	4,9	11,0	5,1	11,3	4,8	11,1	5,7
TEA Muškarci	10,0	10,0	15,4	11,8	15,4	11,5	14,9	11,3	15,4	9,7
TEA Muškarci / TEA Žene	1,2	2,1	1,5	2,4	1,4	2,2	1,3	2,4	1,6	1,7

Izvor: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf>, [01.08.2018.]

Kada se promatra poduzetnička aktivnost po dobnim skupina tada se uočava veći jaz između muškaraca i žena u starijim dobnim skupinama iznad 54 godine. Značajna razlika je vidljiva i kod mlađih dobnih skupina ali se zadržala samo u pojedinim godinama.

³⁸ TEA indeks je broj poduzetnički aktivnih ljudi u navedene dvije kategorije prema 100 anketiranih stanovnika starosti do 64 godine.

³⁹ GEM zemlje čine: Kanada, Francuska, Njemačka, Italija, Japan, Velika Britanija i SAD, kojima su bile priključene Danska, Finska i Izrael. Od tada, projekt se provodi svake godine u sve većem broju zemalja.

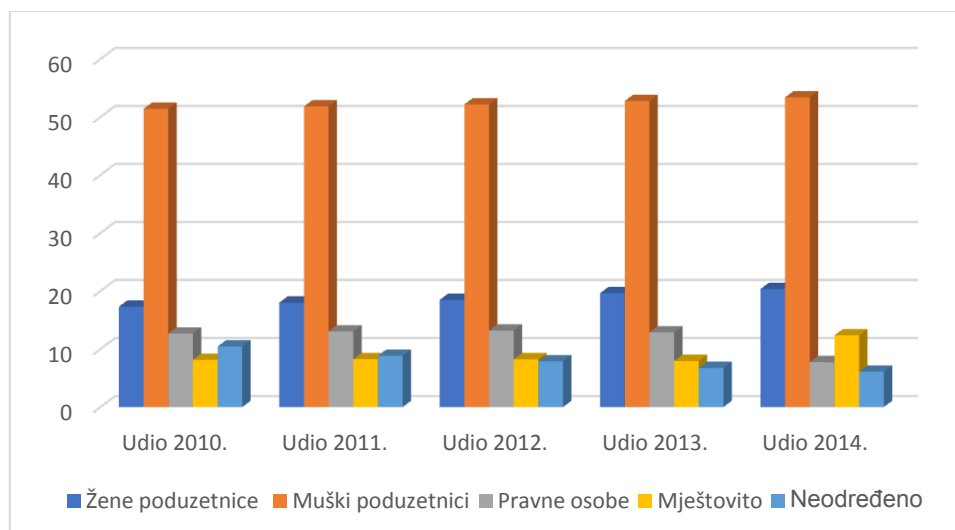
Slika 3: Jaz po spolu prema dobnim granicama 2012.-2015.

Godina	Dobne granice					
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	prosjek
2012.	3,5	2,3	2,1	1,7	3,5	2,4
2013.	2,8	2,2	1,3	2,7	4,9	2,2
2014.	5,0	2,3	1,9	2,4	2,7	2,4
2015.	2,3	2,8	1,2	1,3	1,2	1,7

Izvor: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf>, [01.08.2018.]

Pokazatelj aktivnosti u poduzimanju pothvata vidljiv je iz istraživanja FINA-e koji pokazuju stabilan do blago rastući trend pokretanja poslova u kojima su osnivači muškarci koji se od 2010. do 2014. kreće iznad 50%, dok je u slučaju žena taj udio više nego dvostruko manji. Ipak udio se u slučaju žena tijekom promatranih godina također povećava te 2014. iznosi oko 18% dok u slučaju muškaraca preko 50%.

Grafikon 2: Udio muškaraca i žena u pokrenutom poslovanju 2010.-2014.



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka FINA-e

3.3. Pristup žena izvorima financiranja i poticaji ženskom poduzetništvu

Prema podacima ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta 2017. potpore poduzetništvu variraju te se u prosjeku smanjuju. Najviše je potpora dodijeljeno 2011. i to čak 5537 potpora od čega je ženama dodijeljeno čak 46%, udio u potporama se smanjuje 2015. na skromnih 31,1%. Iznos potpora je s oko 200 milijuna kuna smanjen na svega oko 56,6 milijuna u 2015. Udio potpora ženama u iznosu potpora je pao (najznačajnija je korekcija u 2013.) 2015. udio potpora ženama je 28,2% u visini odobrenih potpora. Uočeni udjeli ženama u broju odobrenih potpora i udjeli u vrijednosti ukupnih potpora pokazatelj su niže vrijednosti koje se odobravaju ženama.

Slika 4: Dodijeljene potpore ženama poduzetnicama 2011.-2015.

	Ukupni broj dodijeljenih potpora	Broj dodijeljenih potpora ženama poduzetnicama	Udio žena %	Ukupno dodijeljeni iznos potpora Kn	Dodijeljeni iznos ženama poduzetnicama Kn	Udio žena %
2011.	5.537	2.549	46,0	199.723.565,72	42.992.785,22	21,5
2012.	2.437	851	34,9	165.510.589,97	40.818.913,71	24,6
2013.	1.765	694	39,3	136.595.800,06	22.517.730,87	16,5
2014.	1.471	509	33,2	92.703.357,93	19.721.743,00	21,3
2015.	2.470	769	31,1	56.619.706,44	15.955.115,13	28,2
Ukupno	13.680	5.372	39,3	651.153.020,12	142.006.287,93	21,8

Izvor: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf>

Usprkos pokrenutim programima i naporima organizacija koje se zalažu za promociju žena poduzetnica ipak nedostatna sredstva i poticaju te pristup tržištu kapitala uz neprikladnu klimu i još uvijek prisutne stereotipe žene poduzetnice nemaju kompletnu podršku te prikladne uvjete za zamah poduzetništva.

HBOR unutar programa Žene poduzetnice potiče žene za pokretanje vlastitih poslova, samozaposlenje i vlastiti razvoj. Kroz taj je program od 2011. do 2015. odobreno ukupno 373 kredita ženama za financiranje poslovnih pothvata u vrijednosti gotovo 170 milijuna kuna. Smanjenje broja kredita započinje nakon 2013., a iznos odobrenih kredita se smanjuje u 2015. na 30 milijuna kuna.

Slika 5: Kretanje broja i vrijednosti odobrenih kredita kroz program Žene poduzetnice 2011.-2015.

	Broj odobrenih kredita	Iznos odobrenih kredita, kn	Prosječni iznos odobrenog kredita, kn
2011.	32	15.269.215,94	477.162,99
2012.	86	40.694.803,11	473.195,39
2013.	105	50.348.419,52	479.508,76
2014.	81	33.350.272,95	411.731,76
2015.	69	29.481.854,00	427.273,25
Ukupno	373	169.144.565,52	453.470,69

Izvor: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf>

3.4. Sustav potpore i razvoj podrške ženama u poduzetništvu

Usprkos silaznim trendovima financijskih pokazatelja potpore ženama poduzetnicama evidentan je pomak u vidu broja projekata i povezivanja različitih institucija te suradnja financijskih institucija s udrugama i organizacijama za promociju.

Jedan od projekata je i projekt „Žene poduzetnice – pokretači stvaranja novih radnih mjesta na području jugoistočne Europe“ koji je pokrenut još 2012. godine s ciljem promocije ženskog poduzetništva u jugoistočnoj Europi kroz suradnju javnog i privatnog sektora.

Uz to je od strane SECEL-a, sa svrhom promocije ženskog poduzetništva, 2015. godine organizirao snimanje dokumentarnog filma “Žene poduzetnice – inspirativne priče” o primjerima dobre prakse i inspirativnim pričama poduzetnica. Potpore u vidu savjeta i međusobne razmjene iskustava te prijenos iskustava i stvaranje društvenog interesa za tu problematiku doprinose promjeni svijesti i percepcije o ženama poduzetnicama te otklanjaju

stereotipe, a ženama uz mogućnost prijenosa vlastitih iskustava priliku da se izraze i samoostvare.

Europska banka za obnovu i razvoj projektom „Small Business Support Team“ doprinosi povoljnijim prilikama za poduzetnice u Hrvatskoj od 2011. godine. Program je namijenjen poduzećima koja su u većinskom privatnom i hrvatskom vlasništvu te kojima je uz ostale uvjete o veličini i standarde EU na najvišoj razini upravljačke strukture žena. Potpora i doprinos programa je u vidu financijskih i nefinancijskih aspekata.

Neprofitna udruga CESI u sklopu projekta „Aktivno za socijalnu sigurnost i jednake mogućnosti u svijetu rada“ doprinosi osnaživanju i unapređenju provedbe programa pružanja socijalnih usluga kroz edukacije, umrežavanja i promocije. CESI je u 2015. godini pokrenuo i Projekt FREE - Ruralne žene i poduzetništvo čiji je osnovni cilj pružiti podršku ženama iz ruralnih područja prilikom pokretanja vlastitog poduzeća, kao i stručne pomoći ženama koje su već vlasnice poduzeća.⁴⁰

Mreža poslovnih žena „Women in Adria“ pokrenuta je 2012. godine, a cilj joj je umrežavanje i razmjene iskustava poslovnih žena. Mreža djeluje kroz web portal (www.womeninadria.com), društvene mreže i organizaciju događaja umrežavanja (networking), te tako nastoji poduzetnicama kao i ženama iz korporativnog svijeta pružiti podršku i utjecati na poboljšanje položaja žena u poslovnom svijetu.⁴¹

U Zagrebu su 2015. organizirali niz networking događanja za žene poduzetnice u svrhu razmjene ideja i iskustava, te dodjela Nagrade najboljim poduzetnicama čija uloga je promocija ženskog poduzetništva i inspiracija za sve poduzetnice ili one koje se žele uključiti u poduzetništvo. Također je održana i konferencija „Kako pokrenuti i voditi biznis od kuće“ u ožujku 2015. godine, gdje su poduzetnice prezentirale svoje početke, posebno one koje su posao pokrenule od kuće tj. iz ureda od kuće koji je najčešći inkubator ženskog poduzetništva.

3.5. Kritički osvrt i pozicija žena poduzetnica u RH u odnosu na druge članice EU

⁴⁰ <http://www.cesi.hr/hr/o-nama/>, [08.07.2018.]

⁴¹ <http://www.womeninadria.com/>, [08.07.2018.]

Poduzetništvo je način izražavanja i rješavanja egzistencijalnog pitanja. Realizacija poduzetničkog pothvata zahtijeva podršku materijalnu ali i psihološku. Najčešća podrška poduzetnicima jest obitelj. Iako, je prije poduzetništvo bilo realizirano za muškarce sve više žene realiziraju svoje ideje realizacijom poduzetničkog pothvata. Taj trend pokrenut je promjenom svijesti društva, zalaganjem žena koje su uspjele u „muškom svijetu“ za to da daju podršku drugim ženama kroz savjete i udruge za podršku te pomoć u procesu pokretanja posla.

Sve više smo svjedoci ne samo uspješnih žena na vodećim pozicijama velikih kompanija već i u pravosuđu, politici te u strukturi vlasništva u poduzetništvu općenito.

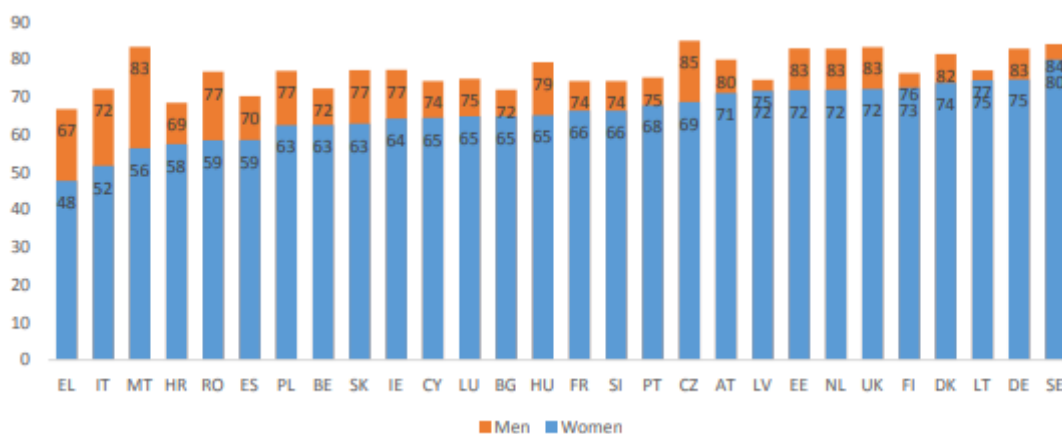
Za održavanje pozitivnih trendova i izjednačavanje žena te otklanjanje stereotipa u društvu nužna je promjena svijesti i pogrešne percepcije žena kao poduzetnica te žena u poslovnom svijetu općenito. Za to je neophodno jačanje institucija te suradnja institucija i Vlade u osiguranju jednakosti, poticajne klime i podrške ženama u realizaciji poduzetničkih pothvata.

Da prostora za napredak svakako ima govore podaci žene u EU populaciji čine čak 52% dok je udio žena u samozaposlenima tek 34%. Iako je različitim Zakonima, Konvencijama i propisima te programima reguliran odnos prema ženama te kojima se ističe njihova ravnopravnost, ali i zaštita potpuna integracija u sve sfere društva još nije završena. Iako zakon štiti trudnice i dalje mnoge ostaju bez posla jer poduzetnici i dalje nisu promijenili svijest i diskriminirajuće stavove prema ženama te koriste propuste u zakonima kako bi ipak dali prednost muškarcima. Muškarci su i dalje bolje plaćeni, a žene izgleda za poslovno ostvarenje prije imaju na tzv. „ženskim poslovima“.

Praćenje efekata napora i razvoja poduzetništva žena nije dovoljno razvijeno niti osigurava kontinuitet i usporedbu sa zemljama svijeta i EU. Kako bi se osigurao kontinuitet praćenja nužne su preciznije statistike te bi bilo poželjno razviti platformu kako bi se omogućio pristup ključnih institucija za ocjenu efektivnosti politika. Nužna je tješnja suradnja svih tijela, institucija i organizacija kako bi omogućile podršku ženama i razvoj prave poduzetničke klime, kvalitetnije obrazovanje i podrška kroz inkubatore koji će potaknuti samozapošljavanje žena ali i poslovno usavršavanje, kontinuitet praćenja poduzetničke aktivnosti i uspjeha ženskog poduzetništva.

Hrvatska je od ulaska u EU neke stvari unaprijedila te uskladila Zakone, ali ipak nedostaje konkretne i stručne podrške koje bi dale zamah poduzetništvu kod žena u RH. Hrvatska je po zaposlenosti žena u EU među zadnjima po značaju udjela koji iznosi svega 58% spram zaposlenih muškaraca od 69%. Zemlja koja ima najveću zaposlenost žena je Švedska s 80%.

Slika 6: Zaposlenost žena i muškaraca po zemljama EU



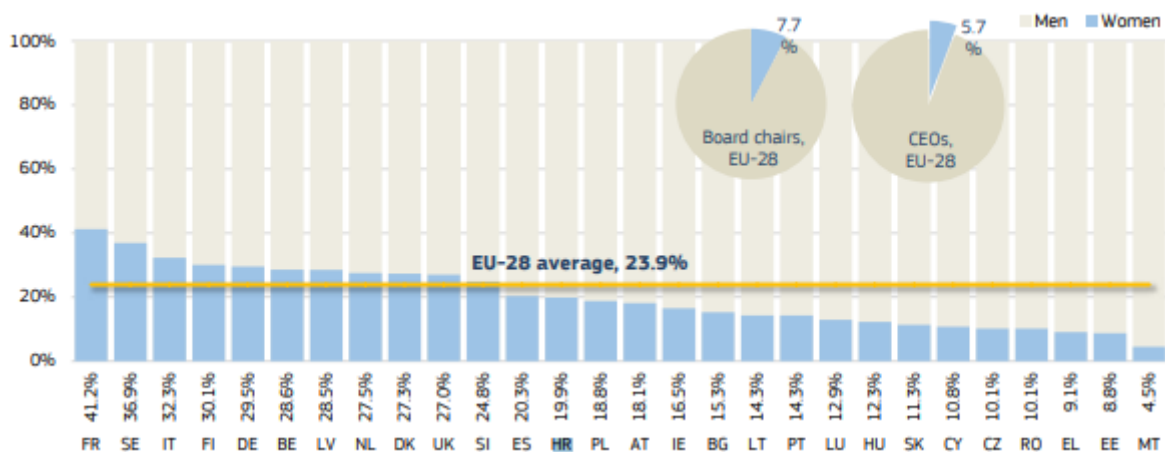
Izvor: https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf, [03.08.2018.]

Žene za ostvarenje i napredak na poslu dobivaju priliku značajno kasnije te se teško ostvaruju u razdoblju kada zasnuju obitelj. Žene se gleda i vrednuje kroz prizmu onoga što ne mogu (prema stavovima muškaraca u poslovnom svijetu) zbog toga što su žene stoga one rjeđe dolaze do vodećih pozicija u poslovnom svijetu.

Žene su i dalje znatno slabije plaćene i manje zastupljene u pojedinim djelatnostima što je posljedica stereotipa i narušenog samopouzdanja žena. Posljedica toga je niže vrednovanje i strah od pokretanja vlastitog posla te pogrešna samoprocjena kod izbora djelatnosti Poduzeća osnovana od strane žena imaju stabilnija radna mjesta. Hrvatska je po pitanju pokazatelja razvoja žena (19,9% žena na vodećim pozicijama) u poslovnom svijetu značajno ispod prosjeka EU (23,9%).⁴²

⁴² https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf, [05.08.2018.]

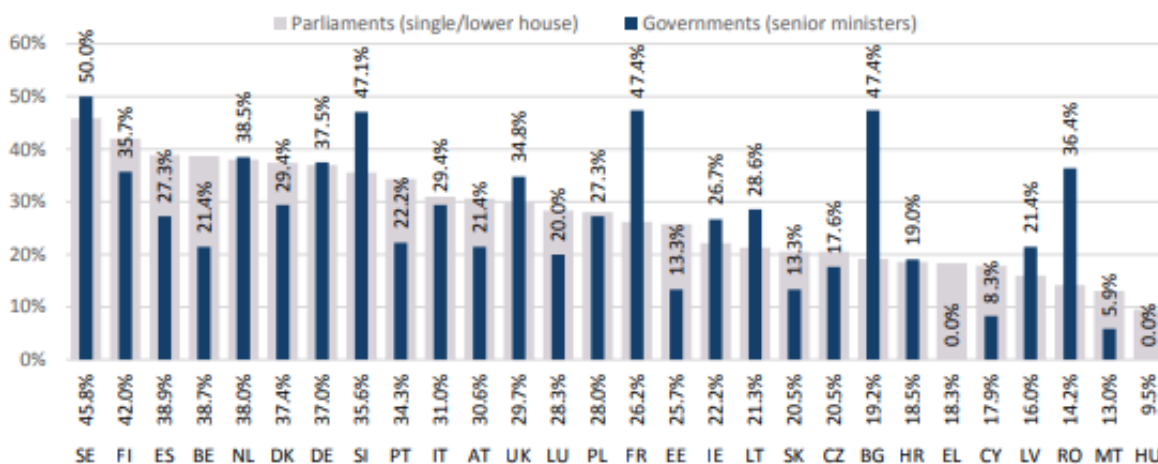
Slika 7: Udio žena na vodećim pozicijama u poduzećima prema zemljama 2016.



Izvor: https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf, [03.08.2018.]

Kako bi se stereotipi otklonili nužno je ukazati primjerom i osigurati ravnopravnost kroz pravne regulative. Da to nedostaje svjedoče podaci da po udjelu žena u politici također imamo jedan od slabijih rezultata u EU. Tu smo bolji od svega nekolicine zemalja EU s udjelom malo iznad 19%, dok najveći udio ima Švedska.

Slika 8: Udio žena u politici po zemljama EU 2016.



Izvor: https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf, [03.08.2018.]

Za priznanje žena i usvajanje novih percepcija te otklanjanje stereotipa potrebno će biti izvijeno vrijeme kontinuiranih ulaganja u sve oblike podrške od infrastrukturne preko financijske do stručne i psihološke. Najbitnije je da se osigura zaštita žena od diskriminacije, kvalitetno obrazovanje i poticaj ženama na ostvarenje vlastitih ideja. Goruća su pitanja stoga pitanja jednakosti spolova s aspekta plaća, a time i mirovina jer su razlike u mirovinama značajne. Posljedice ranijih nejednakosti te potplaćenosti žena su vidljive još uvijek pa čak i u mnogim razvijenim zemljama. Nadalje žene imaju niže mirovine što je posljedica nižeg staža te manje prisutnosti na tržištu zbog osnivanja obitelji.

Sa slike u nastavku je vidljivo da su najmanje razlike u zemljama poput Estonije, Slovačke, zatim Češke, Danske i sl. Zemlje s najvišim razlikama su Austrija, Njemačka, Nizozemska. Hrvatska se nalazi po sredini ove dvije grupe zemalja s jazom od 17-21 posto. Ipak treba istaći da je, bez obzira na jaz, apsolutna visina primanja u RH premalena u odnosu na primanja tijekom radnog vijeka i za pokriće osnovne potrošačke košarice umirovljenika. Nekada jaz nije pouzdan pokazatelj koliko apsolutna visina primanja te njegova realna vrijednost. Kvaliteta istraživanja i analize položaja te trendova u poduzetništvu žena preduvjet je rješavanja mnogih nejednakosti i marginalizacije žena.

Slika 9: Jaz mirovina s obzirom na spol i dob za zemlje EU 2016.

	Pensioners aged 65+			Pensioners aged 65-79		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
EU28	38,9	39,1	38,3*	39,6	39,4	38,6*
Austria	38,1	39,0	39,0	40,9	42,4	41,4
Belgium	32,8	29,7	34,1	34,3	31,0	35,8
Bugaria	30,7	23,8	29,4	30,1	24,2	27,4
Croatia	23,2	22,2	22,7	22,3	17,8	21,0
Cyprus	44,8	45,6	44,8	51,6	51,6	46,9
Czech. Rep	12,5	12,8	12,7	12,6	13,6	14,0
Denmark	12,7	14,2	11,7	15,9	18,2	13,5
Estonia	5,4	4,4	3,1	3,0	2,5	3,7
Finland	23,1	24,0	22,5	24,6	26,2	25,3
France	35,8	35,8	34,1	34,9	35,1	33,0
Germany	47,7	47,6	45,7	44,4	44,5	43,0
Greece	26,3	26,5	28,9	25,1	27,5	28,6
Hungary	14,5	13,2	14,9	14,8	13,6	15,6
Ireland	33,3	32,0		36,2	34,5	
Italy	33,1	33,4	32,2	37,8	38,1	37,1
Latvia	17,1	17,6	16,8	17,1	18,6	17,5
Lithuania	16,8	14,5	13,3	12,7	12,9	13,3
Luxembourg	41,7	39,5	34,2	46,0	41,3	36,0
Malta	27,0	27,2	31,3	24,5	22,6	22,8
Netherlands	41,7	39,9	39,5	49,3	48,0	44,9
Poland	22,3	21,9	19,5	24,8	25,0	22,5
Portugal	31,6	32,1	32,4	36,2	30,6	29,9
Romania	25,2	34,0	55,1	27,3	32,5	63,4
Slovakia	5,1	7,3	7,3	7,8	8,2	9,0
Slovenia	23,9	20,1	21,2	16,0	13,4	14,6
Spain	35,4	34,1	33,8	36,7	35,0	35,1
Sweden	27,7	30,3	29,3	26,9	29,3	28,8
UK	36,1	39,1	38,0	38,7	39,5	39,1

Izvor: https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf, [17.08.2018.]

4. PRIMJERI ŽENA PODUZETNICA U HRVATSKOJ

Kao priznanje, nematerijalna podrška i potpora ženama jest i nagrada za najbolje poduzetnice koja se dodjeljuje na godišnjoj razini, a organizira ju Women in Adria. 2017. godine nagradu je dobila Josipa Maslač-Petričević, vlasnica tvrtke Naftalina u kategoriji Inspirativna poduzetnica godine. Perspektivnom poduzetnicom godine proglašena je Selma Smajić, vlasnica tvrtke Ures iz Umaga, koja se bavi uzgojem bilja i bobičastog voća, hortikulturom i cvjećarstvom. Nagradu u kategoriji Mikropoduzetnica godine dobila je Anamarija Cicarelli, vlasnica splitske tvrtke Interligo, a nagrada za Start-up Tihana Šmitran, direktorica produkcijske tvrtke Amulet Studio.⁴³

Neke od nagrađenih poduzetnica, poput Josipe Maslač- Petričević, imaju već dug staž u poduzetničkim vodama. Tvrtka Naftalina je tako među vodećim hrvatskim tvrtkama u tekstilnoj industriji s tradicijom dugom 35 godina i 75 zaposlenih te proizvodnim pogonom od 2.000 kvadrata. U 35 godina duge tradicije jasno je da je bilo uspona i padova, a poduzetnica ističe da je uvijek nastojala misliti pozitivno i bila okružena ljudima koji dijele njezinu strast prema poslu te da ju je to održalo u poslu i dalo snagu za naprijed.

Poduzetnica Selma Smajić ne poznaje pojam neuspjeh i svjesna je da ste malo kome uspjeh događa preko noći. Ona je žena koja je hobi pretvorila u profitabilan biznis. Dogodilo se to kada je bavljenje grafičkim dizajnom zamijenila uzgojem cvijeća. Poslovanje je započela otvaranjem vrtnog centra u Poreču i suradnjom s Nizozemskom burzom cvijeća. Uz maloprodaju i veleprodaju biljaka, vrtni centri Ures, u Umagu i Poreču, bavi se hortikulturom i uređenjem krajobraza. Usluga se sastoji od snimanja prostora, izrade projekata, realizacije tj. sadnje bilja, sijanja trave, postavljanja sustava navodnjavanja, a kasnije i održavanja vrtova. S obzirom na to da tvrtka djeluje na području Istre, mnoge poslove radi za strance, koji sve češće kupuje zemljišta i nekretnine u tom dijelu Hrvatske.

Anamarija Cicarelli je vlasnica splitske tvrtke Interligo, koja se bavi unaprjeđenjem poslovanja malih poduzetnika u turizmu, uglavnom malih iznajmljivača. Cicarelli je, uz ostalo, napisala četiri knjige s tom tematikom, a pokrenula je i časopis Apartman plus.

⁴³ <http://www.womeninadria.com/najbolje-poduzetnice/>, [12.08.2018.]

Start-up poduzetnicom 2017. godine proglašena je Tihana Šmitran, direktorica produkcijske tvrtke Amulet Studio osnovane prije tri godine koja zapošljava pet radnika. Domaćim i inozemnim klijentima nudi usluge u segmentima marketinga, poput produkcije i inovativnih medija. Čak je 2017. otvorila podružnicu u Estoniji.

Iz prezentiranih primjera uspješnih poduzetnica u Hrvatskoj koje su nagrađivane priznanjima za ostvarenja se uočavaju ranije istaknute odlike žena poduzetnica u kojima sve žene trebaju gledati svoje snage i koristiti u ostvarenju u poslovnom ostvarenju.

Snage koje se uočavaju jesu:

- Otvorenost inovacijama i novome te prihvaćanje novih trendova i ideja
- Realnost i ulaganje napora za samostalno ostvarenje cilja
- Značaj doprinosa uslugom ispred visine profita
- Stabilno poslovanje i radna mjesta

Uz „tipične“ odlike poduzetnica na primjeru poduzetnice Tihane vidljiva je spremnost i prihvaćanje rizika što se očituje u pokretanju podružnice u inozemstvu. Na no tržištu djeluje i poduzetnica Smajić. To je potez koji ukazuje na ozbiljnost i težnju u ostvarenju ideje jer je uslijed potencijalnog slabijeg interesa na domaćem tržištu, do razvoja istoga, se okrenula ino tržištu gdje se njene usluge traže mnogo više. Poslujući u Estoniji i Hrvatskoj otvara nove prilike i teži doprinosi i razvoju suradnje na međunarodnom nivou.

Odlika koja je tipičnija za žene, svestranost, izražena je kod poduzetnice Anamarije što doprinosi razvoju ne samo poduzetnice već i njezinih zaposlenika omogućuje miješanje iskustava i znanja različitih tržišnih djelovanja, povećava poslovne kontakte i sl.

Iako neke djeluju kao mikropoduzetnice, a druge kao male ili čak srednje poduzetnice jasno je da s podrškom i sve većim angažmanom žena te razvojem poduzeća koja imaju dugoročan staž na tržištu da će sve više biti i velikih poduzeća koje su osnovale i/ili vode žene.

Iako je mnogo prednosti i snaga koje odlikuju žene i žensko poduzetništvo, zbog načina djelovanja žena, te podrške koju grade i pružaju jedne drugima postoje i neke mane koje su još uvijek izražene, a one su strah i niže samopouzdanje. Poduzetnice iz primjera, posebno osnivačica tvrtke Naftalina, su samopouzdana ali to ne znači da uspijevaju u potpunosti iz

vlastitih glava otkloniti stereotipe. Tome doprinose novi projekti, potpore i suradnje partnera u financiranju pothvata.

Iz analiziranih primjera ističe se svestranost žena u organizaciji te ostvarenju poduzetničkih ideja, samostalnost u realizaciji, težnja za opstankom i doprinosom uslugama i proizvodima spram profita, skromnost i pristupačnost te spremnost i otvorenost za primjenu novih tehnologija i trendova u poduzetništvu.

Ovo je tek dio poduzetnica hrvatske koje su svoje ideje odlučile realizirati usprkos mnogim preprekama. Na ženama je također da vlastitim naporima otklone stereotipe i budu podrška jedna drugoj i doprinesu razvoju stručke potpore novim poduzetnicama. Žene se sve više odlučuju na samozapošljavanje stoga je, uz prilike financiranja EU, krajnje vrijeme da se intenzivnije potakne žene u vlastitoj realizaciji s aspekta posla.

Uočene pozitivne trendove treba podržati i intenzivirati aktivnosti potpore kako bi se razvila pogodna klima te povećala ravnopravnost i zastupljenost žena u poslovnom svijetu ali i broj žena poduzetnica.

5. ZAKLJUČAK

Žene i poduzetništvo su dva još uvijek pomalo suprotstavljena pojma na čiji spomen mnogi imaju pomalo negativne asocijacije u vidu neuspjeha, neozbiljnog biznisa, biznisa ženskih zanimanja, isključivo malih poduzeća i sl.

Posljedica je to kulturnih odlika društava te etiketiranja žena isključivo kao majki. Negativni stavovi i sputavanje žena doveli su do pogrešne percepcije samih žena i straha od pokretanja poslovanja, vođenja te osjećaja manje vrijednosti.

Zalaganje žena za ravnopravnost i jednake prilike u poslovnom svijetu doveli su do promjene tih trendova na bolje no ipak cjelokupna situacija još uvijek ukazuje na značajan utjecaj primitivnih stavova društva o logici dominacije muškaraca u poslovnom svijetu.

Svjedoci smo uspješnih realizacija ideja od žena poduzetnica koje su u ovaj muški svijet donijele novi pristup vođenju. Žene su empatičnije, spremne na kompromis, vođene ciljevima razvoja, ostvarenja ideje i doprinosa zajednici više od muškaraca. One ne stavljaju profit nužno na prvo mjesto niti im je on glavna mjera uspjeha.

Okupljanje žena poduzetnica, organiziranje mreža, centara za pomoć pri ostvarenju ideja i inkubatora u kombinaciji suradnje Vlade i lokalnih vlasti te institucija vodilo je nizu značajnih projekata koji su tek početak promjena poduzetničke klime za žene. Za održavanje vjetra u leđa i prihvaćanje žena u poslovnom svijetu kao partnera od kojih se može učiti treba još mnogo truda i promjena percepcije te stavova društva pa i samih žena o vlastitim mogućnostima i vrijednosti.

Iako su sva područja ključna, neka od područja koja su preduvjet prihvaćanja i zaštite žena te poticanja jesu: izjednačavanje vrijednosti rada u vidu plaća, prilike za razvoj i napredak te zaštita i podrška kod osnivanja obitelji. Žene treba zaštititi i s aspekta drugih oblika diskriminacije kojima su izložene na poslu poput seksizma, mobbinga i sl., koji su još uvijek na žalost prisutni u visokom stupnju.⁴⁴ Usprkos određenim odredbama kroz Zakone, zaštita žena nije efektivna. Još uvijek je iznimno visok udio žena koje su doživjele seksualno

⁴⁴ Galić, B. i Nikodem, K. (2006). Ne/razlomljeni identiteti. Seksizam i religioznost u hrvatskom društvu. Socijalna ekologija, 15(1-2):43-81.

uznemiravanje na poslu (čak do 38%)⁴⁵. Posljedica je to pasivnosti regulatornih tijela i provoditelja Zakona te sporost sudova u rješavanju predmeta koji dopijaju na taj stupanj, ali i sustava koji takve prijestupe ne osuđuje javno te strožim kaznama. Nužno je podizanje svijesti društva za otklanjanje stereotipa i veću zaštitu žena te ravnopravnost u punom smislu jer je to preduvjet poticanja i razvoja ženskog poduzetništva. Na poduzetništvo žena treba gledati kao izvor novog pristupa poduzetništvu te razvoju novih upravljačkih modela temeljenih na komunikaciji, participaciji, kompromisu, empatiji i društveno odgovornom djelovanju.

Problem zapostavljenosti žena nije samo problem ekonomija tranzicijskih zemalja već i globalni problem. Iako razvijenije zemlje bilježe bolje rezultate po pitanju izjednačavanju žena s muškarcima u poslovnom svijetu te poticanju ženskog poduzetništva jaz između muškaraca i žena je još uvijek velik. Žene dominiraju tek u tipično „ženskim“ strukama i industrijama poput mode, prehrambene, kozmetičke i sl.

Djelovanje žena, što je bio i predmet mnogih istraživanja, je svakako korisna promjena koja doprinosi globalnim trendovima održivog razvoja jer žene nisu vođene isključivo profitom i možda nisu tipični ekonomisti koji uspjeh mjere dobiti. One djeluju zajedno, rade na problemima, doprinose zajednici i teže napretku te ostvarenju bez obzira na visinu profita. Njihov drugačiji stil koji je posljedica drugačijih razmišljanja, ali i diskriminacije koje su prošle je koristan stoga za održivost poduzetništva kao osnove održivog razvoja i ekonomskog napretka. Muškarci bi po tim pitanjima trebali učiti od žena.

Usprkos naporima i ostvarenjima kao prepreke razvoju žena u poslovnom svijetu te pokretanju vlastitog posla i realizacije ideja ističu se: nedostupnost informacija, nedovoljna podrška po pitanju obrazovanja, ograničeni izvori financiranja, potplaćenost, podcijenjenost u participaciji i sl. Mnoge svjetske organizacije i EU doprinose smanjenju jazova muškaraca i žena u svijetu poduzetništva kroz različite strategije i mjere kojima nastoje ispraviti socijalnu nepravdu i potaknuti žensko poduzetništvo te osigurati veću zastupljenost i jednakost žena na tržištu rada.

⁴⁵ <http://novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/Svaka-treca-zena-zrtva-je-seksualnog-uznemiravanja-a-nasilje-je-najcesce-nekaznjeno>, [25.08.2018.]

Hrvatska je tek zadnjih desetak godina intenzivirala kako kroz institucije tako i politike te zakone napore za rješavanje problema žena u poslovnom svijetu te je počela intenzivnije poticati žensko poduzetništvo. Strategija razvoja poduzetništva žena u RH 2014.-2020. pokazatelj je nastojanja strukturnih i korjenitih promjena u više sfera društva kako bi se započeli pozitivni trendovi mogli i nastaviti.

Strategije i programi za cilj imaju potaknuti žene da se okušaju u poduzetničkim vodama kako bi se smanjio jaz u zastupljenosti spolova u poduzetništvu i na tržištu rada. Također se nastoje stvoriti pretpostavke uspješnost uključivanja žena na visoke pozicije u poduzećima te im osigurati njihov osobni i profesionalni razvoj, bez predrasuda, diskriminacije po različitim osnovama i spolnih razlika.

LITERATURA

1. Chant, S. (2007). Gender, Generation and Poverty: Exploring the 'Feminisation of poverty' in Africa, Asia and Latin America. Edward Elgar Publishing Inc
2. Fotak, Đ. (2015.), Položaj žena na tržištu rada, raspoloživo na <https://repositorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A241/datastream/PDF/view>, [05.07.2018.]
3. Galić, B., (2011.) Žene i rad u suvremenom društvu-značaj orodnjelog rada, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/106713>, [01.08.2018.]
4. Galić, B. i Nikodem, K. (2007). Identifikacija standarda diskriminacije žena pri zapošljavanju. Pregledano 13. Srpnja 2011. (<http://www.ured-ravnopravnost.hr/page.php?id=392>), [22.08.2018.]
5. Galić, B. i Nikodem, K. (2006). Ne/razlomljeni identiteti. Seksizam i religioznost u hrvatskom društvu. Socijalna ekologija, 15(1-2):43-81.
6. Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2008.), Poduzetništvo, Mate d.o.o., Zagreb
7. Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2011). Poduzetništvo. 7. izd. Zagreb, Mate
8. Kolaković, M. (2006.), Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija d.o.o., Zagreb
9. Lončarić, A. (2015.), Poduzetništvo žena u Istarskoj županiji, raspoloživo na <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A146/datastream/PDF/view>,
10. Škrtić, M. (2006.), Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo, Zagreb
11. Turk, M. (1999), Poduzetništvo za 21. stoljeće - priručnik za učitelje/trenere, savjetnike i promotore poduzetništva, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, Zagreb
12. Vuk, B. et al. (2006.), Primijenjeno poduzetništvo, Beretin d.o.o., Split
13. Miošić Lisjak, N., Ćurlin, I. (2002.), Žene i poduzetništvo, The STAR Network of World Learning, Zagreb
14. Key Competences for Lifelong Learning – European Reference Framework, European Communities, 2007., http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/pdf/ll_learning/keycomp_en.pdf
15. Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., dostupno na: <http://www.minpo.hr/UserDocsImages/Strategije/SRP%C5%BD%20%202014%20%202020,%20FINAL,%20lipanj%202014.pdf>, [02.07.2018.]

16. <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf>, [02.07.2018.]
17. https://net.hr/zena/karijera-novac/zene-su-ipak-bolje-u-multitasking-u-od-muskaraca-a-sve-zbog-jednog-jedinog-razloga/#_[09.07.2018.]
18. http://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1_[02.08.2018.]
19. <https://net.hr/danas/hrvatska/borba-koja-traje-vise-od-stoljeca-zene-u-hrvatskoj-su-obrazovanije-od-muskaraca-ali-unatoc-tome-su-slabije-placene/>, [12.08.2018.]
20. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_shexo_zene_u_poslovnom_svijetu.pdf, [12.08.2018.]
21. <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf>,
22. <http://www.womeninadria.com/>, [01.07.2018.]
23. <http://www.cesi.hr/hr/o-nama/>, [12.08.2018.]
24. https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf, [19.08.2018.]
25. https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/2017_report_equality_women_men_in_the_eu_en.pdf, [12.08.2018.]
26. <http://www.womeninadria.com/selma-smajic-20-godina-izgradila-cvjetno-carstvo-koje-uljepsava-istru-okolicu/>, [12.08.2018.]
27. <http://www.womeninadria.com/najbolje-poduzetnice/>, [12.08.2018.]
28. <http://novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/Svaka-treca-zena-zrtva-je-seksualnog-uznemiravanja-a-nasilje-je-najcesce-nekaznjeno>, [25.08.2018.]
29. https://about.americanexpress.com/sites/americanexpress.newshq.businesswire.com/files/doc_library/file/2017_SWOB_Report_-FINAL.pdf, str. 8., [22.07.2018.]

Popis slika, tablica i grafikona

Slika 1: Odnos plaća muškaraca i žena po djelatnostima 2016.....	26
Slika 2: TEA indeks u RH i GEM zemljama 2011.-2015.....	28
Slika 3: Jaz po spolu prema dobnim granicama 2012.-2015.....	29
Slika 4: Dodijeljene potpore ženama poduzetnicama.....	30
Slika 5: Kretanje broja i vrijednosti odobrenih kredita kroz program Žene poduzetnice 2011.-2015.....	31
Slika 6: Zaposlenost žena i muškaraca po zemljama EU.....	34
Slika 7: Udio žena na vodećim pozicijama u poduzećima prema zemljama 2016.	35
Slika 8: Udio žena u politici po zemljama EU 2016.	36
Slika 9: Jaz mirovina s obzirom na spol i dob zemalja EU 2016.....	37
Tablica 1: Razlike muškaraca i žena poduzetnika	19
Tablica 2: Nezaposlenost žena po stručnoj spremi 2012.-2017.	25
Grafikon 1: Duljina trajanja nezaposlenosti prema spolu 2016.	24
Grafikon 2: Udio muškaraca i žena u pokrenutom poslovanju 2010.-2014.....	29

SAŽETAK – Žene u poduzetništvu

Nejednakost žena dugo vremena je aktualno pitanje i problem bez obzira na toliki napredak društva i tehnologije. Posljedice nejednakosti žena kroz povijest ostavile su dubok trag i štetu jer su se u obliku stereotipa ukorijenile u kulturu i društvo te narušile vlastite stavove o mogućnostima kod žena. Žene tako u svijetu poduzetništva bivaju marginalizirane.

Trendovi sve veće uključenosti žena u poduzetničke vode te prihvaćanje žena u poslovnom svijetu su prisutni i odlikuje ih pozitivan smjer. Hrvatska je u odnosu na zemlje EU ipak nešto slabija po pitanju osiguranja preduvjeta razvoja poduzetništva u žena.

Ključni aspekti za povećanje udjela žena u poslovnom svijetu i u pokretanju vlastitih poduzetničkih ideja je u osiguranju ravnopravnosti, informacija, pristupa poticajima i izvorima financiranja te otklanjanje stereotipa u društvu. Na institucijama je da suradnjom s Vladom osiguraju nužnu infrastrukturu i preduvjete razvoja poduzetništva žena.

Ključne riječi: poduzetništvo žena, stereotipi, podcijenjenost, rizik

SUMMARY - Women in Entrepreneurship

Women's inequality, during a long time, is the current issue and the problem, despite so much progress in society and technology. The consequences of women's inequality throughout history have left a profound trace and damage because they have been rooted in culture and society in the form of stereotypes and distorted attitudes about women abilities and opportunities. Women in the world of entrepreneurship are marginalized.

Trends of increasing involvement of women in entrepreneurial world and the acceptance of women in the business world are present but still not enough to start new business relations when it comes to women. Croatia is weaker than the EU countries (more developed economies) in terms of ensuring preconditions for women entrepreneurship development.

Key aspects for increasing the share of women in the business world and launching their own entrepreneurial ideas is to ensure equality, information, access to incentives and sources of funding, and eliminating stereotypes in society. Institutions in cooperation with the Government need to provide the necessary infrastructure and prerequisites for the development of women entrepreneurship.

Key words: women entrepreneurship, stereotypes, underestimation, risk