

FAKTORI UTJECAJA NA PODUZETNIČKU AKTIVNOST ŽENA

Vuko, Ivona

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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:124:926795>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-19**

Repository / Repozitorij:

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



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**FAKTORI UTJECAJA NA PODUZETNIČKU
AKTIVNOST ŽENA**

Mentor:

prof.dr.sc. Maja Fredotović

Student:

Ivona Vuko

Broj indeksa: 4175859

Split, kolovoz 2019.

SADRŽAJ:

1.UVOD.....	4
1.1.Određenje predmeta i problema analize.....	4
1.2. Ciljevi rada.....	6
1.3. Metode rada	8
1.4. Struktura rada.....	7
2.PODUZETNIČKA AKTIVNOST ŽENA.....	8
2.1. Pojmovno određenje poduzetničke aktivnosti žena	8
2.2. Karakteristike poduzetničke aktivnosti žena	9
2.3. Učestalost poduzetničkih aktivnosti žena.....	10
2.4. Vlasnička struktura poduzetništva u RH prema rodnom kriteriju	11
3. PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI ŽENA U HRVATSKOJ	13
3.1. Faktori utjecaja na poduzetničku aktivnost žena	16
3.2. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva	14
3.3. Umrežavanje žena poduzetnica.....	17
4.USPOREDBA PODUZETNIČKIH AKTIVNOSTI MUŠKARACA I ŽENA.....	22
5. PRIMJERI ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA	25
5.1. Kooperativa “Kruša”, Kosovo	29
5.2. Karakteristike ženskog poduzetništva u Irskoj.....	26
5.3. Primjer „poduzetnica godine“	27
5.4. Primjer, poduzetnica iz Osijeka.....	28
6. ZAKLJUČAK.....	30
SAŽETAK.....	32
SUMMARY.....	33
LITERATURA:.....	34

1.UVOD

U smislu pojmovnog određenja danas ne postoji opće prihvaćeno definiranje pojmova poduzetnik, poduzetnička aktivnost, odnosno faze poduzetničkog procesa i poduzetništvo općenito obzirom na utjecaj na gospodarski rast i razvoj.

Stoga postoje različita poimanja ovih pojmova u smislu obuhvata i sadržaja, različiti pristupi analizi i procjeni učestalosti aktivnosti populacije poduzetnika, te praktičnom utvrđivanju strategije i politike potpora i poticanja poduzetničke aktivnosti općenito.

Danas se uobičajeno poduzetnicima smatraju osobe koje prepoznaju priliku i spremni su preuzeti rizik kako bi realizirali svoj poduzetnički poduhvat i pri tome ostvarili što veću zaradu.

Oni raspoložu određenim sredstvima koje ulažu u svoju djelatnost, donose odluke, organiziraju i koordiniraju razne aktivnosti koje su potrebne za obavljanje djelatnosti, vodeći računa o što boljem plasmanu na tržištu, te poslušajući u skladu s regulatornim okvirom, te ostvaruju dobit nakon što iz ukupnog prihoda – ako su pozitivno poslovali, a što je svima cilj - podmire sve troškove, plate poreze i doprinose.

Predmet posebnog interesa, u empirijskom i praktičnom smislu posljednjih dvadesetak godina, jeste poduzetnička aktivnost obzirom na faze poduzetničkog procesa (poduzetnici početnici, odrasli poduzetnici), dobno određenje (mladi i ostali poduzetnici), područje obavljanja poduzetničke djelatnosti (ruralni i drugi poduzetnici), rodnu određenost (poduzetnice i poduzetnici), te poslovnu aktivnost (mali, srednje veliki i veliki, inovativni, brzo-rastući, visoko-tehnološki i sl. poduzetnici).

U radu se u nastavku pojmovno definira poduzetnička aktivnost žena, učestalost te aktivnosti, te faktori utjecaja na uključenost i održavanje žena u samostalnom poslovanju.

1.1.Određenje predmeta i problema analize

Prema Ekonomskom leksikonu, poduzetnost podrazumijeva sposobnost poslovnog čovjeka da poduzima određene poslovne aktivnosti, ona znači kreativnost, inovativnost, sposobnost brzog uočavanja problema i mogućnosti, spremnost na napore, a posebno je naglasak na spremnosti na poslovni rizik¹.

¹ Ekonomski leksikon, Leksikografski zavod "Miroslav Krleža" i Masmedia (1995.), Zagreb, str. 668. i 669.

Mnoge su osobe kreativne i inovativne, ali ipak sve nisu niti mogu biti poduzetnici, bar u dijelu spremnosti preuzimanja rizika i suočavanja s izazovima koje poduzetništvo sa sobom nosi.

U hrvatskim uvjetima mnogi su u poslovni poduhvat krenuli i zbog nužde, a ne zato što su poduzetnici uočili poslovnu priliku. Pokazalo je to i istraživanje *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) za 2018., provedeno uz podršku CEPOR Centra za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva².

“Percepcija o prilikama u neposrednoj okolini sudionika istraživanja stagnira (nakon porasta sa 24,6% u 2016. godini na 33,6% u 2017., u 2018. godini se zadržava na 33,1%), dok je u obje usporedne skupine (EU i zemlje slične razvojne razine) prisutan rast percepcije o prilikama. Razlika između Hrvatske i EU još uvijek je vrlo velika (33,1% vs. 44,2%) što govori i o značajnoj razlici u potencijalu koji određuje poduzetnički kapacitet zemlje. Istovremeno, Hrvatska je u vrhu EU po iskazanim poduzetničkim namjerama (u 2018. i 2017. godini je na prvom mjestu, u 2016. godini na 2. mjestu), što upućuje na veće učešće pokretanja poslovnih pothvata iz nužde, a ne zbog uočene prilike” izrijekom se navodi u GEM istraživanju.

Žene su oduvijek pridonosile svojim obiteljima ili se same borile za život. Kroz protekla desetljeća poznata su mnoga ženska imena koja su i u biznisu postigla uspjeh.

Zadnjih godina sve više se govori o ženskom poduzetništvu ili poduzetništvu žena ili ženama u poduzetništvu, potencirajući tima uključenost žena u poduzetničku aktivnost kao posebnu kategoriju.

Provedena su i razna istraživanja i na skupovima prezentirani statistički i drugi podaci premda i među ženama poduzetnicama ima i onih koje ne žele to isticati. Prema dostupnim informacijama iz medija ili s društvenih mreža, kao i u nekim razgovorima, one ističu da je baviti se poduzetništvom jednako bilo da je riječ o muškarcima ili ženama jer da poduzetništvo nema rodnu pripadnost. Ipak, moglo bi se reći kako prevladavaju one koje uočavaju razlike u muškom i ženskom poduzetništvu.

Rezultati provedenih istraživanja ukazuju na različite i brojne faktore utjecaja koje čine poduzetničku aktivnost različitom u odnosu na aktivnost muškaraca.

² S.Singer, N.Šarlija, S.Pfeifer, S.O.Peterka: GEM Hrvatska; O poduzetničkoj okolini (2018) [Internet], dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> str.9/, posjećeno 22.08.2019

Razlike ne proizlaze samo iz fizičkih, fizioloških i drugih razlika među populacijom žena i muškaraca koji se bave poduzetničkom aktivnošću, već često i stavovima društva, sredine u odnosu na pojedine aspekte poduzetništva i pojedinačne poduzetničke aktivnosti u pojedinoj sredini (npr. ruralna i urbana središta, vrste djelatnosti, korištenje izvora financiranja i sl.).

Stoga se u radu poseban interes usmjerava prema analizi glavnih faktora utjecaja ili odrednica ili izazova s kojima se suočavaju poduzetnice u pokretanju, odnosno obavljanju samostalnog poslovanja, neovisno o kojem se poduzetničkom obliku radi (obrt, trgovačko društvo, poljoprivredno gospodarstvo, društveno poduzeće, zadruga, udruga...) , odnosno gospodarskoj djelatnosti.

1.2. Ciljevi rada

U radu se analiziraju posebna obilježja poduzetničke aktivnosti žena u odnosu na istu aktivnost muškaraca.

Također su analizirani glavni motivi pokretanja i vođenja samostalne gospodarske aktivnosti žena, motivi (voljni i/ili nevoljni) žene u poduzetništvu, glavne prepreke i izazovima suočavaju s kojima se suočavaju žene u vođenju poduzetničkoj aktivnosti.

Predmetne analize su u radu smještene u kontekst učestalosti poduzetničke aktivnosti žena u zemlji u odnosu na usporedne podatke u drugim sredinama, sukladno dostupnim rezultatima ranije spomenutog istraživanja *Global Entrepreneurship Monitor*.

Na temelju dostupnih podataka, u radu su analizirani ograničavajući faktori utjecaja na učestalost poduzetničke aktivnosti žena.

Također je, na konkretnim primjerima samostalnih poslovnih subjekata u vlasništvu žena analizirani ograničavajući faktori razvoja poduzetništva žena.

Na kraju je ukazano na moguća unaprjeđenja u razvoju poduzetničke aktivnosti žena u cilju njihove dobrobiti i sveukupnog prosperiteta društva.

1.3. Metode rada

Za potrebe rada i prezentiranje teme žena u poduzetništvu korišteni su dostupni izvori stručna literature (knjige, znanstveni radovi i članci objavljeni na internetskim stranicama). Također, korišteni su dostupni statistički podaci različitih institucija i istraživanja o posebno specificiranim aspektima poduzetničke aktivnosti žena.

U izradi rada korištene su različite metode: analize, deskriptivna metoda i deduktivna metoda. Deskriptivna metoda korištena je u analizi glavnih obilježja poduzetničke aktivnosti žena.

Metoda analize korištena je radi objašnjenja pojmova i činjenica vezanih uz žensko poduzetništvo.

Deduktivnom metodom izvedeni su zaključci o faktorima utjecaja na poduzetničku aktivnost žena.

1.4. Struktura rada

Definirana tema analizirana je u radu s teorijskog i praktičnog aspekta.

U uvodnom dijelu rada utvrđeni su predmet i problem analize, te ciljevi i metode istraživanja.

U drugom dijelu rada analizirana su i predstavljena glavna obilježja poduzetničke aktivnosti žena, te učestalost i faktori utjecaja na poduzetničku aktivnost žena u Hrvatskoj, uključujući usporedni prikaz dostupnih podataka za poduzetnice i poduzetnike.

U posebnom su dijelu rada sažeto opisani i navedeni primjeri poduzetničke aktivnosti žena u zemlji i na primjeru drugih zemalja u Europskoj uniji.

U zaključnom dijelu sadržan je osvrt na dosadašnje spoznaje o ženama poduzetnicima, te nastojanjima usmjerenim na poboljšavanje položaja žena poduzetnica radi sveukupnog gospodarskog razvoja.

2. PODUZETNIČKA AKTIVNOST ŽENA

Kako je uvodno naznačeno, ne postoji jednoznačno pojmovno određenje poduzetničke aktivnosti bilo koje populacije uključene u poduzetničku aktivnost. Uobičajeno je da se poduzetnička aktivnost žena sagledava u kontekstu: (1) vlasništva (uglavnom većinskog) nad različitim oblicima poslovnih subjekata koji u pravnim poslovima s trećima nastupaju samostalno (obrti, poljoprivredna gospodarstva, trgovačka društva u svim oblicima, zadruge, ustanove, odnosno neprofitni oblici poduzetničke aktivnosti), te (2) uključenosti u procese odlučivanja i upravljanja poslovnim subjektima (članovi uprava, odnosno tzv. top managementa, nadzornih odbora).

2.1. Pojmovno određenje poduzetničke aktivnosti žena

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. 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.

“Poduzetništvo nema spol niti ga spol određuje – realizacija poslovne priloge potencirana željom za uspjehom imanentna je i muškarcima i ženama”³.

Ipak, istraživanja pokazuju, a to potkrepljuju i statistički podaci, da je u Europi učešće žena u poduzetništvu relativno nisko u odnosu na muškarce i prema učešću žena u ukupnoj populaciji. To je zamjetno u većini država, regija i gospodarskih sektora. Iako žene prevladavaju u populaciji, u poduzetništvu je više muškaraca koji su pokrenuli svoja poduzeća i odlučili krenuti u poslovni poduhvat. Ali isto tako, primjetno je da žene sve više pokreću svoj biznis i prihvaćaju poslovni rizik osnivanjem vlastitih tvrtki i obrta.

U Hrvatskoj nije službeno definirano što je to poduzeće u vlasništvu žene, a prema američkoj definiciji “žensko poduzeće podrazumijeva gospodarski subjekt koji je najmanje u proporciji od 51 posto u vlasništvu žene, koja kontrolira njegovo poslovanje i koja dnevno upravlja njegovim aktivnostima”⁴.

³ M.Buble, D.Kružić: Poduzetništvo, (2006.), str.141

⁴ M.Buble, D.Kružić: Poduzetništvo, (2006.), str.142

2.2. Karakteristike poduzetničke aktivnosti žena

U literaturi se o poduzetništvu žena najčešće govori kao o jednom od novijih oblika poduzetništva, s kraja 20. stoljeća iako se može naći podatak da je početak poduzetništva žena u 19. stoljeću koje obilježavaju ekonomske promjene, prerastanjem tradicionalne ekonomije u industrijsku.

Na poduzetništvo su se tada odlučivale žene ako su bile neudane, ako su bile udane ali bez dovoljno prihoda i ako su ostale udovice i morale su održavati egzistenciju⁵.

U novije doba, kod nas se žensko poduzetništvo povezuje s prelaskom iz netržišnog gospodarstva u tržišno, te je tako najzastupljenije u tranzicijskim zemljama, odnosno zemljama srednje i istočne Europe.

Ulasku žena u poduzetništvo "pogodovalo" je i gašenje mnogih firmi, kao i gospodarska kriza kad su mnoge žene, poput onih u tekstilnoj industriji, ostale bez posla. U borbi za svoj život i život svoje obitelji, tražile su način kako pokrenuti vlastiti biznis, kako iskoristiti svoju kreativnost za samozapošljavanje i realizirati vlastitu poduzetničku inicijativu koja će im osigurati podmirenje životnih troškova i sigurniji život. U takvim okolnostima mnoge žene su postale poduzetnice, prepoznale su priliku, prikupile sredstva za pokretanje poslovne aktivnosti i preuzele rizik za svoj poslovni poduhvat.

Karakteristike ženskog poduzetništva moguće je iskazati na sljedeći način:

- radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije jer su poduzeća u vlasništvu žena manja i zatvaraju manje radnih mjesta,
- žene pružaju veću potporu svojim zaposlenicima, podupiru ih u njihovim ambicijama, više ulažu u njihovo školovanje, vode računa o kvaliteti međusobnih odnosa,
- žene vode više računa o kvaliteti međusobnih odnosa zaposlenika,
- ženama nije najvažniji profit već poslovni uspjeh mjere i zadovoljstvom svojih kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međusobnim odnosima,
- žene su spremnije na timski rad, važniji im je uspjeh organizacije ili realizacija nekih ideja nego vlastiti ego,
- žene su opreznije prilikom uzimanja kredita,

⁵ Ksenija Vuković: Počeci poduzetništva žena u znanstvenim i književnim djelima hrvatskih autora, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, [Internet], dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/138480/>, posjećeno 23.08.2019

- žene nude više mogućnosti za nadoknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme i širokogrudnije su kad je u pitanju porodiljski dopust,
- žene su najčešće angažirane u uslužnim djelatnostima, zato što su socijalno osjetljivije i što njihovi pothvati iziskuju manja početna ulaganja⁶.

2.3. Učestalost poduzetničkih aktivnosti žena

Istraživanje *Global Entrepreneurship Monitor (GEM Hrvatska)* za 2018. pokazalo je da se rodna (ne)uravnoteženost poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj zadržava godinama na razini od 1,7 – 2 puta više muškaraca od žena, što je na razini prosjeka EU zemalja⁷. Utvrđeno je kako je veća uravnoteženost obično prisutnija u zemljama koje imaju visoku nezaposlenost (npr. Bugarska u promatranom razdoblju, Španjolska u 2014. i 2018.), ali je vrlo često prisutna i u visoko razvijenim zemljama (npr. u Nizozemskoj, Kanadi, SAD). U GEM istraživanju analiza rasprostranjenosti poduzetničke aktivnosti temelji se na pokazateljima o ranoj poduzetničkoj aktivnosti (poslovni pothvati do 3,5 godina starosti - TEA).

Autorice istraživanja navode da rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti daje uvid u uključenost, pametnu specijalizaciju (sektorski fokus) i uravnoteženost regionalnog razvoja, te predstavlja svojevrsni indikator kvalitete života u zemlji. Ujedno pokazalo se da gospodarska nerazvijenost izjednačava muškarce i žene u poduzetničkom djelovanju i na subnacionalnoj razini u Hrvatskoj.

U najmanje razvijenim regijama je rodna uravnoteženost najviša: u Lici i Banovini (1,68; 1,05 i 0,96 u promatranim godinama 2016., 2017. i 2018.) i Slavoniji i Baranji (1,34; 1,53 i 1,25 u promatranim godinama).

Razlika u poduzetničkoj aktivnosti ne proizlazi iz razlika u motivaciji ili iz razlika u uočavanju prilika, nego je rezultat kombinacije majčinstva, organizacije obiteljskog života (briga o djeci i briga o starijim članovima obitelji uglavnom na ženi) i kulturološkog konteksta.

⁶ D.Kružić: Žensko poduzetništvo-način življenja, (1999.) str. 162-163, str.143.

⁷ Fina: Žene poduzetnice - udio u vlasničkoj strukturi društava u RH u 2017. godini

2.4. Vlasnička struktura poduzetništva u RH prema rodnom kriteriju

Prema rezultatima analize poduzetnika u 2017. godini koju je provela Financijska agencija (Fina) na temelju godišnjih financijskih izvješća, 24.572 društva ili 21,9 % bilo je u vlasništvu žena, s tim da su u još 12.239 društva žene suvlasnice s muškarcima ili pravnim osobama.

Od 112.084 društva u njih 56,7 % vlasnici su muškarci, dok su pravne osobe bile u vlasništvu 7,2 % društava, a na mješovito vlasništvo se odnosilo 10,9 % društva.

Promatra li se vlasnička struktura poduzetništva Hrvatske prema rodnom kriteriju, u razdoblju od 2011. do 2017. godine, Finini podaci pokazuju kako udio žena poduzetnica tj. vlasnica trgovačkih društava, lagano raste u razdoblju od 2011. do 2014. godine, u 2015. je zabilježen pad u odnosu na 2014. godinu, dok je u 2016. i 2017. godini ponovno zabilježen rast u odnosu na prethodno razdoblje.

Udio žena poduzetnica kreće se od 18,0 % u 2011. godini, do 20,4 % u 2014. godini, 2015. godini udio je 18,3 %, u 2016. godini 21,8 %, dok je u 2017. godini udio najveći i iznosi 21,9 %.



Slika 1: Vlasnička struktura poduzetništva u RH prema rodnom kriteriju

Izvor: Fina: Žene poduzetnice - udio u vlasničkoj strukturi društava u RH u 2017. godini

U istome razdoblju, više od 51,4 % društava u Hrvatskoj u vlasništvu je muškoga dijela populacije, iako je prema podacima Državnog zavoda za statistiku iz Popisa stanovništva iz 2011. godine, Hrvatska na 4.284.889 stanovnika imala 2.066.335 muškaraca (48,2 %) i 2.218.554 žena (51,8 %) ⁸.

⁸ Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva 2011.

3. PODUZETNIČKA AKTIVNOST U HRVATSKOJ

3.1. Faktori utjecaja na poduzetničku aktivnost žena

Prema istraživanju GEM Hrvatska 2018., razlika u poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca ne proizlazi iz razlika u motivaciji ili iz razlika u uočavanju prilika, nego je rezultat kombinacije majčinstva, organizacije obiteljskog života (briga o djeci i briga o starijim članovima obitelji uglavnom na ženi) i kulturološkog konteksta.

Tablica 1: Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti, mjerena TEA indeksom

Godina	TEA muškarci %	TEA žene %	TEA muškarci/TEA žene		
			Hrvatska	EU	Najuravnoteženiji
2016.	11,2	5,6	2	1,8	1,1 Bugarska
2017.	11,5	6,4	1,8	1,7	1,1 Nizozemska
2018.	12,1	7,1	1,7	1,8	1,1 Španjolska

Izvor: S.Singer, N.Šarlija, S.Pfeifer, S.O.Peterka: GEM Hrvatska, [Internet] raspoloživo na <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> str.109/, posjećeno 22.08.2019

Autorice (Slavica Singer, Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer, Sunčica Oberman Peterka) navode kako statistički nema razlike između 61% muškaraca i 50% žena koje vide poslovnu priliku u narednih šest mjeseci u sredini u kojoj žive, niti postoji razlika između motivacijskog indeksa 1,95 za muškarce i 1,85 za žene. Od svih muškaraca koji imaju poslovni pothvat ne stariji od 42 mjeseca (TEA aktivni) 63,3% je onih koji su to učinili zbog uočene prilike, a od svih TEA aktivnih žena 59,6% je to učinilo iz istog razloga.

Ovo istraživanje pokazalo je kako je zbog nužde poslovni pothvat pokrenulo 32,4% TEA aktivnih muškaraca i 32,2% TEA aktivnih žena.

“Ovi pokazatelji izuzetno su važni za institucije odgovorne za stvaranje uvjeta u kojima žene mogu ostvarivati svoje poduzetničke aktivnosti ravnopravno s muškarcima. To znači da moraju postojati npr. servisi kojima se dio obaveza žena u obitelji smanjuje (briga o djeci, briga o starijim članovima obitelji – vrtići, boravak u školi, domovi za starije osobe...), ali i značajnije korištenje prava na roditeljni dopust za muškarce”, navodi se u istraživanju Global Entrepreneurship Monitor 2019⁹.

⁹ S.Singer, N.Šarlija, S.Pfeifer, S.O.Peterka: GEM Hrvatska, [Internet] raspoloživo na <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> str.109/, posjećeno 22.08.2019

Tablica 2. Faktori koji utječu na žensko poduzetništvo

FAKTORI	OBJAŠNENJE
Samopouzdanje	odnosi se na uvjerenje kako smo sposobni razmišljati, učiti, donositi odluke, savladati izazove i promjene s kojima se susrećemo -najčešće je narušeno kod žena zbog raznih stereotipa (npr. žena neće biti primljena na posao iako ispunjava sve uvjete zbog njene uloge majke, te time postaj žrtva stereotipa, čime se automatski narušava njeno samopouzdanje)
Sposobnost	odnosi se na uspješno svladavanje prepreka, odnosno razumijevanje problema koji se javljaju i sukladno tome pravilne reakcije -primjerice, žene su zbog svojih majčinskih i obiteljskih obveza u kombinaciji s karijerom, a pored svojih individualnih sposobnosti i vještina, morale razviti i jake organizacijske sposobnosti
Samoizražavanje	žene poduzetnice imaju potrebu da se izraze, iznesu vlastita gledišta te progovore o stvarima koje smatraju bitnim čime dožive potvrdu svojeg unutrašnjeg „ja“; one izgrađuju samopouzdanje aktivnim stvaralaštvom kojim prelaze ograničenja, izađu iz nametnutih okvira i tako dolaze do samoizražavanja koje rezultira zadovoljstvom
Znanje	izobrazba, rad na sebi i rad s ljudima uvelike pomaže ženama u njihovom poslovanju; žene ne donose odluku na brzinu, ono što odluče to i realiziraju, svojim radom, trudom, zalaganjem, znanjem, savjesnim odnosom prema radu one moraju biti primjer ljudima koji ih moraju slijediti
Iskustvo	iskustvo oduvijek predstavlja bitnu prednost kod ulaska u neku aktivnost, a označava percepciju koja ima utjecaj na odnos čovjeka prema svijetu; ono se stječe s godinama pa će se najčešće više pogrešaka javiti kod mladih poduzetnica u odnosu na starije; iskustvo predstavlja nit vodilju u daljnjem poslovanju
Motiviranost	- označava stanje organizma u kojem je sva ljudska energija usmjerena prema zadanom cilju; kako bi suzbile stereotipe i dokazale da mogu ostvariti svoj cilj, neke se žene odlučuju na poduzetnički pothvat
Komunikacija	- komunikacijom se razmjenjuju iskustva, ali i preispituju vlastiti postupci i odluke te rješavaju problemi; ona je vrlo važna za poduzetnice pošto one česti, zbog nedostatka samopouzdanja, traže pomoć kod drugih poduzetnica u njihovim iskustvima, preispituju ono što su napravila i za što misle da je dobro ili nije i tako rješavaju određeni problem
Snalažljivost	- žene poduzetnice svjesne su težine društvene situacije koja podrazumijeva marginaliziranje, podcjenjivanje, nepravdu i zbog toga su organizirane i dosta dobro funkcioniraju i kao poslovne žene, ali kao i majke; one su racionalnije u vođenju svojih tvrtki od muškaraca, nije im teško potražiti savjet i pomoć kod svojih kolega što nije slučaj kod muškaraca; one su mnogo snalažljivije u pronalasku rješenja te brzo traže izlaz iz poteškoća i dolaze do potrebnih informacija na razne načine
Timski rad	- timski rad vrlo je bitan za uspjeh poduzeća jer zbližava zaposlenike, stvara pozitivnu atmosferu te potiče radnike da bolje rade; upravo su poduzetnice te koje koordiniraju cijeli proces je su socijalizirane, a uz to bi trebale i modelirati timski rad međusobno i sa ostatkom organizacije kako bi on bio priznat i nagrađen te kako bi zaposlenici shvatili da im je od koristi

Izvor: Prikaz autora prema Hisrich: Poduzetništvo et al. (2008), str. 64

3.2. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva

Najveće su prepreke i poteškoće ženskog poduzetništva dostupnost financijskih sredstava, informacija, tržišta i educiranja. Temeljni izazov stoji pred zakonodavstvima, odnosno

državnim politikama zemalja, a glede osiguranja državnih mjera za efikasno identificiranje i rješavanje problema poduzetnica¹⁰.

Poduzetništvo žena i njihov ulazak u svijet poduzetništva i poduzetničku borbu s muškarcima koji dominiraju, otežan je naročito uslijed suočavanja s mnogobrojnim preprekama:

- pomanjkanjem potpore obitelji
- spolnim stereotipima (npr. poduzetnice su diletantice i sklonije hobijima nego ozbiljnim pothvatima)
- socijalnih pritisaka (zbog tradicionalne podjele uloga u obitelji)
- težim pristupom kapitalu
- isključenosti iz tradicionalnih poslovnih poznanstava i kontakata i težim pristupom informacijama
- nedostatka samopouzdanja
- nedovoljne razvijenosti prateće infrastrukture za usklađivanje poslovnog i privatnog života (jaslice, vrtići, škole s podruženim boravkom)
- niže sigurnosti zapošljavanja i nižeg općeg nivoa plaća.¹¹

“Iako su žene većina u svjetskoj populaciji, one su u sferi poduzetništva manjina, zbog socijalnog, ekonomskog i političkog nepovoljnog položaja u odnosu na muškarce. Žene obavljaju dvije trećine posla u svijetu, no privređuju svega jednu desetinu svjetskog dohotka, a posjeduju manje od jedan posto svjetskih dobara. Nejednakosti zbog spola na tržištu rada i poduzetništva, povezane su s nejednakim mogućnostima za obrazovanje i usavršavanje, što se dalje proteže na to koliko žene sudjeluju u poslu, na njihov izbor zanimanja i mogućnosti napredovanja”¹².

U Strategiji razvoja poduzetništva žena 2014.-2020., koju je izradilo Ministarstvo poduzetništva i obrta, konstatira se da je žensko poduzetništvo opterećeno različitim preprekama od onih specifičnih, povezanih s obilježjima poduzetništva žena (tradicionalna shvaćanja o ulozi žena, nedovoljna podrška društva u organizaciji obiteljskog života, otežan

¹⁰ Udruga „Domine“: Zaposlena žena je neovisna žena, [Internet], dostupno na: <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf/>, posjećeno 14.08.2019

¹¹ M. Buble, D. Kružić: Poduzetništvo, 2006., str.142

¹² Udruga „Domine“: Zaposlena žena je neovisna žena, [Internet], dostupno na: <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf/>, posjećeno 14.08.2019

pristup znanjima i vještinama) do drugih različitih prepreka koje su opće prisutne u društvu, kao što su težak pristup financijama, administrativne prepreke te složenost regulatornog okvira (nejasni zakoni i pravila koja se prečesto mijenjaju), nelikvidnost u poslovanju i drugo.

Prilikom izrade te strategije 2014., utvrđeno je da položaj žena u poduzetništvu i na tržištu rada još je uvijek nepovoljan u odnosu na muškarce, a da bi se taj trend promijenio potrebno je stvoriti preduvjete za uključivanje što većeg broja žena u poduzetništvo. S tom konstatacijom mnogi bi se složili i danas. Još uvijek, unatoč nastojanjima i raznim programima potpore, žene se pri uključivanju u svijet poduzetništva suočavaju s preprekama i izazovima.

Jedna od ključnih prepreka je nedovoljno razvijena prateća infrastruktura za usklađivanje privatnog i poslovnog života. O tome svjedoči i podatak iz istraživanja GEM Hrvatska 2018. iz kojeg je vidljivo da su u tri promatrane protekle godine poduzetnički najaktivniji muškarci u dobnoj skupini 25-34, a žene u dobnoj skupini 35-44, osim u 2018. godini, kada je najviše poduzetnički aktivnih žena u dobnoj skupini 25-34. Autorice istraživanja (Singer, Šarlija, Pfeifer, Oberman Peterka.) navode da je najveća razlika u poduzetničkoj aktivnosti po kriteriju rodosti u dobi 25-34, što proizlazi iz majčinstva, ali i raspoloživosti uvjeta koji omogućavaju ravnopravnije uloge u organizaciji obiteljskog života (jaslice, vrtići, obroci u školama i na radnom mjestu, intenzivnije korištenje roditeljskog dopusta očeva, kulturološki stav prema ulozi žena u obitelji...).

U travnju 2014. godine CEPOR je na poziv Ministarstva poduzetništva i obrta pripremio studiju za izradu Strategije razvoja poduzetništva žena za razdoblje 2014. – 2020., provedeno je istraživanje na razini fokus grupa u Zagrebu i Osijeku, ukupno 32 poduzetnice koje su dale odgovore na pripremljeni anketni upitnik s ciljanim pitanjima o preprekama i rješenjima za izjednačavanje žena i muškaraca u djelatnostima poduzetništva.

Uz navedeni problem usklađivanja privatnog i poslovnog života, odnosno nedostatak podrške za žene s dva posla (obitelj i profesija), najčešće prepreke i problemi su nedovoljna podrška okoline, zakonodavne i institucionalne barijere, različita i neusklađena pravna regulativa u različitim područjima, nedovoljno umrežavanje poduzetnica, premala ili nedovoljna educiranost vezana uz razvoj ženskog poduzetništva i samozapošljavanje, nedostatak treninga i edukativnih programa i otežan pristup financijskim resursima.

Prepreke ženskom poduzetništvu mogu se svrstati u kontekstualne (strukturne), gospodarske i “meke”. Prve se odnose na izbore obrazovanja koji smanjuju mogućnost žena za poslovne pothvate u tehnološki intenzivnim djelatnostima, tradiciionalni pogledi i stereotipi o ženama i nedostatak podrške za žene s dva posla (profesija i obitelj). Ekonomske prepreke podrazumijevaju otežan pristup kapitalu i neumreženost žena, a “meke” nedostatak savjeta, mentorstva, treninga, uzora, kao i percepcija da žene nemaju samopouzdanja i kapaciteta za preuzimanje rizika.

Te tri vrste prepreka definirane su i u Strategiji razvoja poduzetništva žena 2014.-2020., a na temelju analize ocjene stanja ekonomske i poduzetničke aktivnosti žena u Republici Hrvatskoj (promatrano kroz poduzetničku aktivnost, zaposlenost, plaće i nezaposlenost žena, te upravljačku i vlasničku zastupljenost žena), mogu se odrediti sljedeći ključni problemi žena i poduzetništva žena:

- značajna podzastupljenost u poduzetničkim aktivnostima,
- značajna podzastupljenost u zaposlenosti,
- niže plaće u obavljanju sličnih poslova (iako je Republika Hrvatska s 10% nižim plaćama bolja od prosjeka EU – 16,4% niže plaće žena),
- značajna dominacija u nezaposlenosti,
- značajna upravljačka podzastupljenost,
- značajna podzastupljenost u vlasničkoj strukturi poduzeća i obrta,
- nedostatak statističkog praćenja s obzirom na rodnost,
- značajnija ulaganja u razne aktivnosti za jačanje poduzetništva žena,
- od ukupnih potpora za vrijeme provedbe Strategije od 2010. do 2013., poduzetnice imaju udjel od samo s 19,5% u financijskoj vrijednosti odobrenih potpora.¹³

3.3. Umrežavanje žena poduzetnica

Kroz povijest, a tako i u današnje vrijeme, muškarci sklapaju poslove družeći se na poslovnim događanjima i drugim neformalnim okupljanjima. Žene zbog svoje prirode i kućanskih obveza koje ih čekaju nakon posla žure doma, rješavati sve što ih čeka u obiteljskim

¹³ Singer S., 2013. Prezentacija: Od fragmentiranih programa do integrativne politike podržavanja ženskog poduzetništva, Internacionalizacija poslovanja i jačanje ženskog poduzetništva, međunarodna konferencija, Bjelovar

poslovima.

Ipak s vremenom, kako su se mijenjali odnosi u društvu, razvijale nove tehnologije i rastao broj žena u poduzetništvu i one su počele shvaćati koliko je važan networking, odnosno umrežavanje.

Iskusnije žene poduzetnice reći će da je pogrešno ne odvojiti vrijeme za događaje koji im pružaju da se međusobno sretnu, izmijene mišljenja i sa kolegicama i kolegama, lakše ostvare kontakt i dogovore nove susrete na kojima će možda dalje razraditi poslovnu suradnju. Na takvim događajima, kao što su razne tematske konferencije, osim što imaju priliku vidjeti druge i biti viđene, razgovarati s onima kojima s kojima dijele iste interese, ujedno imaju priliku steći nova znanja i nove kontakte, koji će im poslužiti u njihovom poslovanju i razvoju novih poslovnih ideja.

Osim toga, žene se udružuju i u formalna udruženja kroz koja žele postići svoje ciljeve, za sebe i sve žene poduzetnice kako bi olakšale svoje poslovanje, a na taj način se i druže, jedna drugu svojim primjerima ohrabruju i stvaraju novu sliku snage ženskog poduzetništva.

Prvo žensko poduzetničko udruženje osnovala je Yvonne Foinant 1945. godine u Francuskoj. Nakon što je izgubila muža u ratu svoja je bolna iskustva htjela podijeliti i pomoći drugim ženama. FCEM (Femmes Chef d'Enterprises) se iz Francuske proširila na svjetski savez poduzetnica u koji je učlanjeno trideset država.¹⁴

Više je udruženja žena poduzetnica u raznim zemljama, pa i kod nas. Njihovo djelovanje podupire se i kroz institucije koje nisu rodno opredijeljene već su im u članstvu svi poduzetnici, poput Hrvatske gospodarske komore ili Hrvatske obrtničke komore ili Hrvatske udruge poslodavaca, a i kroz formalna udruženja poslovnih žena.

U hrvatskoj poslovne žene prvi su se puta organizirale 1992. kao Sekcija poslovnih žena pri Hrvatskoj udruzi menadžera CROMA. Organizirale su se radi promocije sposobnih, vrijednih, odlučnih i etičnih poslovnih ljudi, osobito poslovnih žena, čiji velik potencijal nije prepoznat ili nije dovoljno cijenjen u postojećem okružju.

¹⁴ Udruga „Domine“: Zaposlena žena je neovisna žena, [Internet], dostupno na: <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf>, posjećeno 14.08.2019

Od početka organiziranja poslovne žene Hrvatske su se povezale s međunarodnim organizacijama poslovnih žena, na prvom mjestu s FCEM i AIDDA. A njihovo pojavljivanje na svjetskoj poslovnoj sceni dovelo je i do osnivanja samostalne organizacije i tako je u studenom 1995. godine osnovana Hrvatska udruga poslovnih žena KRUG.

Za ime i zaštitni znak svoje udruge izabrale su krug, kao simbol savršenog jedinstva i suradnje, koji najbolje predstavlja zadatke udruge, a to su povezivanje i zajednička nastojanja prema poboljšanju položaja žena kako poslovnom tako i u obiteljskom okružju. Kako navode na svojim internetskim stranicama, Krug nije politička organizacija i nije osnovan kako bi predstavljao samo žene. Članice Kruga svoje ciljeve žele ispunjavati zajedno s muškim kolegama. Zadatak im je povećati razinu suradnje unutar i između tvrtki, a prema etičkom kodeksu ponašanja, jednako u društvenoj kao i u gospodarskoj sferi. Žele pomoći svim poslovnim ženama i njihovom okružju kako bi učinile sve što su u mogućnosti učiniti za unapređenje hrvatskog gospodarstva i promociju primjerene poslovne kulture, morala i suradnje.

Tako je Krug postao Udruga poslovnih žena Hrvatske koje rade na poboljšanju položaja poslovnih žena u društvu, poticanjem ženskog poduzetništva, poslovne kulture i etike poslovanja. Njihove aktivnosti su edukacija, umrežavanje, promocija postignuća poslovnih žena, djelovanje prema javnim organizacijama i institucijama, te povezivanje sa srodnim udrugama u zemlji i inozemstvu.

Svakog trećeg petka u svibnju, od 2002. godine, obilježava se Svjetski dan poduzetnica, kako bi se promoviralo i potaklo žensko poduzetništvo. Hrvatska udruga poslovnih žena tom prigodom dodjeljuje nagrade najuspješnijoj poduzetnici i menadžerici, a od ove godine i poduzetnici u području socijalnog poduzetništva.

‘Udio žena u vlasništvu trgovačkih društava u Hrvatskoj rastao je od 2010. godine naovamo od 17,3 posto do 21,9 posto, koliko je iznosio u 2017. godini, te lagano raste i dalje. Potencijal žena u poduzetništvu u vremenima koja dolaze dragocjen je za svako društvo, jer žene u poslovanju ne stavljaju profit na prvo mjesto već osobu i međuljudske odnose’ - poručila je Dragica Jerkov predsjednica Hrvatske udruge poslovnih žena Krug prilikom ovogodišnje proslave Svjetskog dana poduzetnica.¹⁵

U srpnju 2017. godine osnovana je Međunarodna mreža poslovnih žena, čija predsjednica je

¹⁵ Jutarnji list; Svjetski dan poduzetnica (2019) [Internet], dostupno na: <https://novac.jutarnji.hr/aktualno/nagradivanjem-najboljih-poduzetnica-i-menadzerica-obiljezen-svjetski-dan-poduzetnica/8902550/>, posjećeno 29.09.2019

Ivana Radić. Članice ove udruge bave se promicanjem jednakosti poduzetnica i poslovnih žena te pružaju podršku ženama u raznim sferama poslovanja. Mreža se bavi aktivnostima za poboljšanje položaja poslovnih žena i žena poduzetnica na nacionalnoj i regionalnoj razini.

Njihov je slogan *“Zajedno činimo razliku, ono što nam je prijeko potrebno je razumijevanje i upoznavanje samih sebe. Ako znate tko ste, koliko vrijedite i što želite stvari postaju vrlo jednostavne. Žene imaju problema s vlastitom vrijednošću i na tome treba raditi“*, ističe Ivana Radić.¹⁶ Radić poziva žene i da podupru jedna drugu, da budu podrška, a ne prepreka jer se žene ne okupljaju da bi se borile protiv muškaraca nego da bi se izborile za svoj glas i mjesto u „muškom svijetu“.

Dženita Zirdum, predsjednica Regionalne asocijacije poduzetnica “Poslovna žena” u Bosni i Hercegovini reći će da samo umrežene žene mogu sve, zajedno moraju raditi na podizanju svijesti o ženskom poduzetništvu.

Smatra se kako žene trebaju izići u javnost i ispričati svoju priču jer tako rade značajne promjene u društvu i u svijetu ženskog poduzetništva.

Ciljevi Međunarodne mreže poslovnih žena su promicanje, razvoj i unapređenja poduzetništva, s naglaskom na žensko poduzetništvo, na međunarodnoj razini i u Republici Hrvatskoj, a posebno:

- Promidžba i razvoj poslovnih žena i njihovih postignuća,
- Postizanje ravnopravnosti muškaraca i žena u poslovnom okruženju,
- Postizanje veće prepoznatljivosti žena u gospodarskim djelatnostima,
- Međudržavne suradnje poslovnih žena i promicanje poduzetništva,
- Osnaživanje žena da započnu vlastiti posao i da ga šire,
- Povećanje vidljivosti žena poduzetnica,
- Stvaranje utjecaja na kreiranje politika za razvoj malih i srednjih poduzeća,
- Jačanje veza između žena poduzetnica na lokalnoj, regionalnoj i međunarodnoj razini, kroz razmjenu iskustava i ideja,
- Unapređenje poduzetništva kroz mentoring,
- Promocija društvene odgovornosti i visokih standarda etike u poslovanju.

¹⁶ Međunarodna mreža poslovnih žena; Intervju, [Internet] dostupno na: <https://mrezazena.com/blic-intervju-s-ivanom-radic-povodom-drugog-rodendana-udruge-mmpz/>, posjećeno: 20.08.2019

U Hrvatskoj gospodarskoj komori – Županijskoj komori Split, djeluje Poduzetnički inkubator za žene. Hrvatska gospodarska komora je jedna od sudionica provedbe nacionalne Strategije razvoja ženskog poduzetništva 2014.-2020. i pripadajućeg Akcijskog plana, koji između ostalih aktivnosti predviđaju osnivanje poduzetničkih inkubatora za potrebe poduzetništva žena, stoji na stranicama HGK-a.

Izgradnja i razvoj poduzetničke infrastrukture kroz osnivanje poduzetničkih centara i poduzetničkih inkubatora na području županije te njihovo institucionalno jačanje, zacrtano je i u Razvojnoj strategiji Splitsko-dalmatinske županije.

Tako su u Županijskoj komori Split srpnju 2015. godine, u skladu s ciljem davanja doprinosa razvoju poduzetništva žena u županiji, pokrenuli Poduzetnički inkubator za poduzetnice-početnice. Ženama koje kreću na poduzetnički put, a koje odabiru putem javnog natječaja, u ovom inkubatoru daju se na korištenje četiri opremljena uredska prostora u ŽK Split, pod povoljnim uvjetima, na vrijeme od tri godine. Uz uredske prostore, korisnice imaju na raspolaganju i logistiku ŽK Split, te mentorsku, savjetodavnu pomoć. Pomažu im i poslovne žene okupljene u udruzi Krug.¹⁷

Baza poslovnih žena inicijativa je HUP-a i pravobraniteljice za ravnopravnost spolova pokrenuta 2015. godine, a okuplja poslovne žene sposobne i kvalificirane u svakom trenutku preuzeti neku od upravljačkih pozicija u kompanijama.

Hrvatska Baza poslovnih žena radi se po uzoru na već postojeće slične baze u svijetu poput onih *Global Board Ready Women* inicijative ili *European Network for Women in Leadership* u sklopu šireg projekta *Uklanjanje staklenog labirinta - jednakost prilika u pristupu pozicijama ekonomskog odlučivanja* u Hrvatskoj financiranog Progress programom Europske unije.

Kad je pokrenuta ova inicijativa, cilj je, također, bio dokazati kako na hrvatskom tržištu itekako postoji dovoljan broj žena s respektabilnom karijerom i postignućima koja ih čine spremnima za najodgovornije pozicije. Prve članice Baze poslovnih žena predstavljene su u ožujku 2016. godine, a ove godine predstavljeno je 28 novih članica.

Baza žena HUP-a je u tri selekcijska ciklusa uključila 100 žena koje su svojim znanjem i iskustvom dokazale da u svakom trenutku mogu preuzeti upravljačke pozicije u kompanijama.

¹⁷ Poduzetnički inkubator (2016), [Internet] dostupno na: <https://www.hgk.hr/poduzetnicki-inkubator-za-poduzetnice-pocetnice-najava/>, posjećeno: 20.08.2019

Zadaće inicijative:

- promiče načela različitosti i uključenosti na upravljačkim razinama
- Razvija čvrste mreže poslovnih liderica, ali i lidera predanih načelu uključenosti i raznolikosti na najvišim razinama poslovnog odlučivanja
- Daje podršku unaprjeđivanju i učvršćivanju postojećih kanala razvoja, pronalaženja i izbora visoko stručnih kandidatkinja za upravljačka tijela
- Stvaranjem baze trgovačkim se društvima u Republici Hrvatskoj omogućava uvid u listu poslovnih žena koje su temeljem svojih uvjerljivih stručnih kvalifikacija i profesionalnih ostvarenja sposobne preuzeti upravljačke pozicije u trgovačkim društvima koje posluju na hrvatskom odnosno EU tržištu¹⁸.

4. Usporedba poduzetničkih aktivnosti žena i muškaraca

Kad se promatra vlasnički udjel po djelatnostima, žene poduzetnice prevladavaju u području uslužnih djelatnosti, odnosno u tim djelatnostima, kako se navodi u analizi Fine za 2017. godinu, je manja razlika u vlasničkoj strukturi između žena i muškaraca vlasnika, dok je u ostalim djelatnostima koje su pretežito proizvodnoga karaktera udio žena i muškaraca u vlasništvu društava daleko veći na strani muškaraca kao vlasnika.

Također, trgovačka društva u vlasništvu muškaraca zapošljavaju i višestruko više radnika, ostvaruju veće prihode i raspolažu većom imovinom što je, kako navode u Fini, potvrda znatno veće aktivnosti muške populacije u poduzetništvu.

“Analiza podataka iz godišnjih financijskih izvještaja prema vlasničkoj strukturi društava i rodnom kriteriju, pokazala je da se stanje mijenja sporo unatoč brojnim poticajima razvoju ženskoga poduzetništva, srednjoročnim strategijama razvoja i nastojanjima da se žene u većoj mjeri uključe u područje biznisa, koje još uvijek, u velikome dijelu, pripada muškome dijelu stanovništva”, istaknuto je u navedenoj analizi.

¹⁸ Višnja Ljubičić: Baza poslovnih žena (2015), [Internet], dostupno na:

<https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/BAZA%20%C5%BDENA/bazaposlovnihzenafinal2019v050919.pdf/>,
posjećeno: 21.08.2019

Tablica 2: Stanovništvo staro 15 i više godina prema aktivnosti u 2017. godini

	UKUPNO	ŽENE	MUŠKARCI	ŽENE(%)	MUŠKARCI(%)
Ukupno	3456	1853	1693	52,2	47,8
Aktivno stanovništvo	1830	844	986	46,1	53,9
Zaposleni	1625	744	881	45,8	54,2
Nezaposleni	205	101	105	49,0	51,0
Neaktivno stanovništvo	1716	1009	708	58,8	41,2
Stopa aktivnosti	51,6	45,6	58,2
Stopa zaposlenosti	45,8	40,2	52,0
Stopa nezaposlenih	11,2	11,9	10,6

Izvor: Državni zavod za statistiku u Hrvatskoj: Zaposlenost i plaće, str.38; [Internet], dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2019.pdf/, posjećeno 24.08.2019

Istraživanja su pokazala i da se žene zbog izbora obrazovanja, kako je već rečeno, rjeđe odlučuju na poduzetnički poduhvat, manje ih je područjima znanosti i tehnologije, u tehničkim područjima te uslijed toga kad se odluče na poduzetništvo pokreću poslove u manje tehnološki intenzivnim sektorima i u manje znanjem intenzivnim uslužnim sektorima, tako da imaju manji potencijal za rast (*Srhoj, Škrinjarić, Radas, Walde, 2019.*)¹⁹

U odnosu na muškarce, žene poduzetnice su osjetljivije na obiteljske i šire društvene izazove, više suosjećaju sa svojim zaposlenicima i općenito pokazuju više empatije pa su u skladu s tim i njihovi poslovni izbori drugačiji, kao i vođenje poduzeća. K tome, ženama nije uvijek na prvom mjestu profit već im je ništa manje važno osobno zadovoljstvo u poslu i zadovoljstvo zaposlenika, poslovnih partnera, kupaca njihovih proizvoda i usluga i općenito dobrobit koju svojim poslom čine za društvo.

Evidentno je i da poduzetnice zbog brige o djeci i obitelji biraju poslove koje će im pružiti fleksibilnije radno vrijeme i biti bliže kući, premda to nije pravilo.

¹⁹Portal hrvatskih znanstvenih i stručnih časopisa(2019), [Internet], raspoloživo na: https://hrcaak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=323593/, posjećeno: 25.08.2019

Uz to, manje su sklone riziku, a nerijetko imaju u poslu manje samopouzdanja od muškaraca što je dobrim dijelom i posljedica tretmana žena u poslovnom svijetu. Nebrojeno puta pokazalo se da sporije napreduju na hijerarhijskim ljestvicama u poduzećima. A jedna od najvažnijih razlika, koja im otežava poslovanje što su im financijski izvori nedostupniji, pa im je stoga teže započeti i voditi posao.

U ožujku 2019. predstavljeni su rezultati 2. istraživanja „Žene u poslovnom svijetu“ koje je provedeno u organizaciji Hrvatske udruge poslodavaca (HUP) i Deloittea od listopada do prosinca 2018. godine, a kojim su prikazani stavovi i razmišljanja 186 žena i muškaraca, menadžera na vodećim pozicijama tvrtki i financijskih institucija, sa posebnim naglaskom na razvoj poduzetništva žena. To istraživanje je detaljnije od onog provedenog 2013. godine, a gotovo je 60 posto sudionika istraživanja kazalo da su žene na izvršnim pozicijama vrlo često slabije plaćene od muškaraca.

Broj žena u upravama hrvatskih kompanija koje kotiraju na Zagrebačkoj burzi polagano raste, ali ih je još uvijek manje od 19 posto. Zbog (ne)mogućnosti profesionalnoga napredovanja žene se i dalje suočavaju s određenim barijerama u izgradnji karijere.

Prema mišljenju 60 posto ispitanika, ključne mjere za uklanjanje tih barijera su fleksibilni uvjeti rada i kvalitetna infrastrukturna podrška, te poticanje ravnoteže između privatnog i poslovnog života u kompanijama. Nadalje, njih 58 posto smatra kako, žene i muškarci ostvaruju podjednake financijske rezultate (prodaja, dobit), ali 77 posto ih ocjenjuje kako muškarci brže ostvaruju profesionalni napredak.²⁰

Zanimljivi su i odgovori na pitanje koje osobine krase žene i muškarce na izvršnim pozicijama. Za sedam od 11 navedenih osobina, ispitanici su odgovorili da podjednako krase i muškarce i žene. To su profesionalnost, dobra komunikacija, samouvjerenost u donošenju odluka, sposobnost rukovođenja i dr.

²⁰ Hrvatska udruga poslodavaca (2019): Žene u poslovnom svijetu, [Internet] raspoloživo na: <https://www.hup.hr/predstavljeno-istrazivanje-hup-a-i-deloittea-zene-u-poslovnom-svijetu.aspx>, posjećeno: 23.08.2019

Ali izdvojili su i nekoliko tipično ženskih osobina, kao što su istodobno obavljanje nekoliko zadataka, te iskrenost s 53 posto glasova, isto toliko je dobila i dosljednost, dok je nešto više, 53,7 posto dobila angažiranost.²¹

5. Primjeri ženskog poduzetništva

U novije vrijeme uobičajeno je navoditi primjere dobre prakse i na segmentu poticanja i promicanja poduzetničke aktivnosti. U tom smislu postoje primjeri dobre prakse u dijelu koji se odnosi na poduzetničku aktivnost žena. U nastavku su sažeto opisani neki od takvih primjera koji ilustriraju posebna obilježja poduzetničke aktivnosti žena, kako u odnosu na motive pokretanja samostalnih poslovanja tako i obzirom na ograničavajuće faktore utjecaja.

5.1. Kooperativa “Kruša”, Kosovo

Tokom proteklih desetljeća djeluju razna udruženja žena kojima je cilj olakšati uvjete poslovanja žena poduzetnica, a priča Yvonne Foinant na sličan je način zaživjela na Kosovu. Žene koje su u ratu 1999. ostale bez muževa, udružile su se u poslu kako bi prehranile svoju djecu i sebe, a danas njihova poljoprivredna kooperativa “Kruša” u blizini Orahovca svoje proizvode izvozi u više zemalja. Kooperativa nosi ime po njihovom selu Velika Kruša. Novi pogon izgradile su uz pomoć Europske unije.

One su bile poslone s djecom u Albaniju, a kad su se nakon rata vratile u selo našle su sve uništeno. Tražili su svoje nestale osobe, nisu imali sredstava za život i radi djece, kako bi preživjeli žene su počele raditi ono što su najbolje znale - preradu povrća. U početku su to bili svježiji proizvodi, a nakon nekoliko godina počeli su ih konzervirati.

Kako je za intervju ispričala Fahrije Hoti, direktorica kooperative prvih godina radile su u kućama, 2010. godine bilo ih je deset, tada su im Ministarstvo poljoprivrede i USAID

²¹ Žene u poslovnom svijetu, [Internet] dostupno na: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_Zene_u_poslovnom_svijetu_2019.pdf, posjećeno: 23.08.2019

pomogli u opremanju jednog manjeg prostora. Kako nisu mogle plasirati proizvode kao nevladina organizacija osnovale su kooperativu.

Svake godine povećavale su proizvodnju i broj zaposlenih, te su 2014. uz pomoć Europske unije i dviju općina Orahovac i Suha Reka izgradili sadašnji pogon na 200 metara četvornih. Trenutno je zaposleno 58 žena, a surađuju sa 70 poljoprivrednika. Imaju i šest grupa koje individualno rade unutar svojih obitelji za opskrbu kooperative. Za vrijeme sezone rade i po 20 sati dnevno u više smjena jer treba sve odraditi.

Osim što se njihovi proizvodi prodaju u kosovskim dućanima, sklopili su sporazume o prodaji u Švicarskoj, Italiji, Austriji, Švedskoj, ove godine izlaze i na američko tržište. Najpoznatiji proizvodi su im ajvar, paprike punjene kupusom, paprike u kiselom vrhnju...

“Unatoč tragediji, našli smo snagu nastaviti zbog naše djece, osigurali smo izvor prihoda za naše obitelji i školovanje djece. Danas ona studiraju, a preko ljeta nam pomažu”, kazala je Fahrije Hoti.²²

5.2. Karakteristike ženskog poduzetništva u Irskoj

Prema podacima središnjeg statističkog ureda, u Irskoj je 2013. bilo 4,6 milijuna stanovnika od čega žena 2,4 milijuna, a iako više od polovice žena u dobi između 25 i 35 godina ima kvalifikacije treće razine u odnosu na četiri od deset muškaraca, stopa zaposlenosti muškaraca iznosila je 65,7 posto a žena 55,9 posto.

Izvještaj je također pokazao da su žene podzastupljene u upravljačkim strukturama u Irskoj, kako na nacionalnoj tako i na regionalnoj razini.

Utvrđeno je i da je više od jedne trećine zaposlenih žena u 2013. godini radilo u zdravstvu i obrazovnom sektoru. Zarade žena u Irskoj u 2011. godini činile su tri četvrtine zarade muškaraca, ali nakon prilagodbe prekovremenog rada muškaraca, satnica za žene iznosila je 94 posto u odnosu na muškarce.

Taj izvještaj je pokazao da je prema indeksu rodne ravnopravnosti pokazuje da je Irska u 2010. godini bila na devetom mjestu od tada 27 država članica EU-a, sa skorom od 55,2 što je bilo nešto iznad prosjeka Europske unije koji je iznosio 54, gdje 1 označava potpunu nejednakost, a 100 pokazuje rodnu ravnopravnost.

²² Women of krusha e Madhe, [Internet] dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/Women_of_Krusha_e_Madhe, posjećeno: 19.08.2019

Hisrich je 1986. proveo istraživanje u kojem je sudjelovalo 468 poduzetnica iz SAD-a i 39 iz Irske. Utvrdilo se da su američke bile udane, rođene su kao prvo dijete u obiteljima srednje i više klase. Irske poduzetnice bile su nešto mlađe od američkih, više je bilo drugorođenih nego prvorođenih i potjecale su iz velikih obitelji srednje klase.²³

Izvješće *Goodbody 2002.* pokazalo je da u mnogim slučajevima žene imaju manje iskustva na upravljačkim pozicijama i tako često pristupaju poduzetništvu s manje stručnog iskustva, a i dalje nose teret odgovornosti za obitelj, brigu o djeci i starijim osobama, čekaju ih kućne obaveze, itd.

Takve karakteristike ženskog poduzetništva u Irskoj nisu se značajno promijenile od 2002. godine, a dvostruke obveze (posao i obitelj) ograničavajuće je u pokretanju novih poslova.

5. 3. Primjer „poduzetnica godine“

Hrvatska udruga poslovnih žena "Krug" proglasila je Branku Babić, direktoricu tvrtke "Infos" iz Splita, poduzetnicom godine i nagradu joj dodijelila prigodom Svjetskog dana poduzetnica.

Početkom 90-ih godina, Branka Babić, s dvojicom kolega osnovala je privatnu tvrtku i krenula u poduzetničke vode.

“Nakon 30-ak godina napornog rada, iz današnje perspektive gledano, mogu biti ponosna na činjenicu da tvrtka kojom sam upravljala sve te godine nikada nije bila u blokadi, nikada nije kasnila s isplatom plaća, uvijek je na vrijeme ispunjavala obveze prema državi i dobavljačima. Danas poslujemo u svom vlastitu prostoru”, kazala je za Slobodnu Dalmaciju.

Na svom primjeru, Branka Babić pokazuje koliko je važno umrežavanje žena. I sama je aktivna u Hrvatskoj udruzi poslovnih žena Krug. Većina članica je već puno godina zajedno, sve se dobro poznaju.

“Umrežavanje poduzetnica može unaprijediti naše pojedinačne pozicije, ali mi smo i međusobno razvile raznovrsne oblike suradnje i poslovnih odnosa. Svakako pomaže i kada možemo razmijeniti informacije o novostima u zakonskim regulativama. Svaka članica ima neka saznanja u svom poslovanju koja mogu pomoći drugima. Razmjena informacija među

²³ R.Hisrich (2006): Poduzetništvo

članicama, uz ostvarivanje poslovnih odnosa, velika je beneficija članstva u Hrvatskoj udruzi poslovnih žena. I naravno, izvan samih poslovnih odnosa, druženje između nas poslovnih žena je vrlo pozitivno. Često idemo na putovanja koja su uvijek vezana uz neka događanja u poduzetništvu, gdje prikupimo nova saznanja, ali se i dobro zabavimo. Atmosferu koju imamo u udruzi usporedila bih s onom iz djetinjstva – prijateljstva na koja uvijek možete računati“, opisala je Branka Babić aktivnosti “kružica” kako članice udruge Krug same sebe zovu.

Kad govori o ključnim odrednicama svoje poduzetničke karijere, B.Babić ističe upornost, veliki angažman i entuzijazam. “Ako radiš i trudiš se, to uvijek prije ili kasnije rezultira uspjehom”, ističe.²⁴

5.4. Primjer, poduzetnica iz Osijeka

“Za uspjeh u poduzetništvu najvažniji su samopouzdanje, odlučnost, vjera, praćenje emocija i djelovanje – inspirativna akcija”, smatra Vesna Ljubičić, poduzetnica iz Osijeka. Samohrana je majka četvero djece i žena koja se uspješno bavi pripremom i provedbom EU projekata.

Prati natječaje, priprema dokumentaciju, piše projekte, uz to bavi se i edukacijama, panelima, okruglim stolovima na temu ruralnog razvoja, priprema i piše poslovne planove, bavi se registracijom udruga, zadruga i drugih pravnih tijela, posreduje pri otvaranju tržišta (proizvodi, usluge itd.), napisala je za hrvatsko tržište vodič za GRASP certifikat, vodič za uspješne: Certifikatom do konkurentnosti, klasterom do tržišta, i još se bavi proizvodnjom antialergijskih i antibakterijskih jastuka od heljdinih ljuskica.

Reći će kako je u ljudskoj podsvijesti, da kada čovjeku padne na pamet nekakva ideja, na trenutak se zanese i krene u realizaciju, no tada ga pokolebaju vanjski utjecaji, skloniji je postavljati pitanja “što ako ne uspijem”, “što će drugi reći”, “ja to ne mogu”...

“Ako i “padnete” ustanite i krenimo od početka. Vjerujem da nema “krivih” odluka, nego je važno nakon svakog pada ustati i nastaviti. Padovi nas jačaju, daju nam iskustva, najuspješniji ljudi na svijetu svjedoče nebrojenim krahovima, ali i vječnoj upornosti i konačnim uspjesima”, kaže Ljubičić.

²⁴ Slobodna Dalmacija: „Branka Babić, poduzetnica godine“, [27.08.2019]

Nije joj teško biti doslovno cijeli život poduzetnica i samohrana majka sa 4 djece. To je njezin izbor. Smatra da je za emocionalni razvoj djece, a i nas samih važno živjeti u miru. *“ Dok su djeca bila mala imala sam redovno zaposlenu ženu koja je doma kuhala i brinula o djeci. Kako su djeca odrastala postajali su samostalniji i svjesniji obveza i odgovornosti. Unatoč obvezama svaki dan u točno određenom vremenskom periodu dolazim doma i samo sam majka s ručkom na stolu”*, kaže Ljubičić napominjući kako ima vrlo otvoren odnos sa djecom.

Nakon toga opet se vraća u svijet poduzetništva i najčešće noću pregledava, piše, ispravlja i koordinira s partnerima detalje. Kazat će kako je e-mail savršen način komunikacije i iza ponoći.²⁵

²⁵ Međunarodna mreža poslovnih žena; Intervju, [Internet] dostupno na: <https://mrezazena.com/vesna-ljubivic-samohrana-majka-cetvero-djece-i-uspjesna-poduzetnica/>, posjećeno: 20.08.2019

6. ZAKLJUČAK

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj još uvijek djeluje na poduzetničku aktivnost više ograničavajuće nego stimulirajuće, pokazalo je i GEM istraživanje za 2018. godinu.

U takvoj okolini nije jednostavno poslovati ni muškarcima ni ženama, tim više kad se zna da je Hrvatska još uvijek više “muška” zemlja po poduzetničkoj aktivnosti. Kombinacija majčinstva, organizacije obiteljskog života (briga o djeci i starijim članovima obitelji uglavnom je na ženi), kao i kulturološkog konteksta čini prevagu u poduzetničkim aktivnostima na stranu muških poduzetnika.

I jednima i drugima, bez obzira na rodnu pripadnost, nije lako poslovati uz ograničavajuće vladine politike prema regulatornom okviru, prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište, nisku razinu transfera istraživanja u poslovni sektor, kulturne i društvene norme, te nedovoljan doprinos osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih.

U potrazi za odgovorom što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom, istraživački tim GEM Hrvatska, u sastavu Slavica Singer (voditeljica), Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer i Sunčica Oberman Peterka s Ekonomskog fakulteta Sveučilišta J.J. Strossmayera u Osijeku, utvrdio je da društvene vrijednosti ne podržavaju poduzetničko djelovanje. U europskoj perspektivi, Hrvatska se nalazi u prvoj trećini po stavu o tome da je biti poduzetnik dobar izbor karijere, ali je zadnja od EU zemalja uključenih u GEM istraživanje po stavu o društvenom statusu uspješnih poduzetnika. Blizu dvije trećine ispitanika ima pozitivan stav o poduzetničkoj karijeri, što potvrđuju podaci da jedna petina ispitanika iskazuje namjeru pokretanja poslovnog pothvata (iznad prosjeka EU), ali to nije praćeno i stavovima o društvenom statusu, kao ni medijskoj pažnji poduzetništvu, što umanjuje kapacitet poduzetničkog djelovanja.

U 2018. godini, prvi puta se u GEM istraživanju koristi kompozitni indeks NECI (National Entrepreneurship Context Index) za procjenu snage nacionalnog poduzetničkog okvira. Po vrijednosti NECI indeksa od 3,83 (1 - vrlo loša poduzetnička okolina, 10 – vrlo dobra poduzetnička okolina), Hrvatska je na zadnjem mjestu od 18 zemalja EU koje su sudjelovale u GEM istraživanju, čiji prosjek ocjene je 5,12 (najbolje ocijenjena poduzetnička okolina je u Nizozemskoj 6,51).

Općenito je, dakle, potrebno razvijati poslovnu klimu, a kad govorimo o ženskom poduzetništvu potrebni su još veći napori kako bi se prevladale prepreke koje ženama stoje na

putu u poslovni svijet. Za realizaciju svoje poslovne ideje, žene trebaju podršku ljudi u svojoj bližoj okolini, a i potporu nadležnih državnih i financijskih institucija.

Pomaganje ženama u postizanju financijske neovisnosti je jedna vrsta borbe za prava žena koji ima pozitivan utjecaj na dobrobit obitelji, održivost zajednice i nacionalni prosperitet (Linda M. Scott, Oxford). Ista autorica reći će kako je naglasak na ženskom poduzetništvu u zemljama u razvoju ujedno i strategija u borbi protiv siromaštva, one više svoje zarade ulažu u djecu i zajednicu.

Na tom tragu osamostaljivanja žena u svijetu biznisa i u Hrvatskoj su pokrenuti razni programi kojima se žena olakšava pokretanje vlastitog posla, kojim će osigurati ne samo sebi financijsku neovisnost već pružiti i drugima priliku da rade zajedno i zajedno zarađuju.

Tako je, primjerice, Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) pokrenula razne programe potpore, a jedan od njih odnosi se na povoljno kreditiranje žena poduzetnica s ciljem poticanja osnivanja i razvoja poslovanja malih i srednjih gospodarskih subjekata u većinskom vlasništvu žena, sukladno Akcijskom planu za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014.-2020. godine.²⁶

Kako je zacrtano i tom strategijom, poduzetnički aktivne žene važni su generatori novog zapošljavanja i nove vrijednosti, a uključenost žena u poduzetničku aktivnost dio ljudskih prava žena.

Žene poduzetnice imaju svoju ulogu u društvu i treba je još više osnažiti.

²⁶ S.Singer, N.Šarlija, S.Pfeifer, S.O.Peterka: GEM Hrvatska, [Internet] raspoloživo na <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> str.109, posjećeno 22.08.2019

SAŽETAK

Žene prevladavaju u ukupnoj populaciji, ali u poduzetništvu prevladavaju muškarci. Sve je više žena poduzetnica i sve se jače čuje njihov glas, ali još uvijek su pred njima brojni izazovi i prepreke.

Kombinacija majčinstva, organizacije obiteljskog života (briga o djeci i starijim članovima obitelji uglavnom je na ženi), kao i kulturološkog konteksta čini prevagu u poduzetničkim aktivnostima na stranu muških poduzetnika.

I jednima i drugima poduzetnička okolina djeluje više ograničavajuće nego stimulirajuće, ali kad je riječ o ženskom poduzetništvu potrebni su još veći naponi kako bi se prevladale prepreke koje ženama stoje na putu u poslovni svijet.

Za realizaciju svoje poslovne ideje, žene trebaju podršku ljudi u svojoj bližoj okolini, a i potporu nadležnih državnih i financijskih institucija. Ključno je poticati njihovu financijsku samostalnost i pristup izvorima kapitala za njihove poslovne poduhvate, omogućiti im da lakše usklade svoj profesionalni i privatni život, poticati ih da kroz izbor zanimanja olakšaju i svoj poduzetnički put, promijeniti tradicionalni pogled na ulogu žena i ohrabriti ih u realizaciji poduzetničkih ideja.

Poduzetnički aktivne žene važni su generatori novog zapošljavanja i nove vrijednosti u gospodarstvu i društvu općenito, a uključenost žena u poduzetništvo dio je njihovih ljudskih prava.

Pokretanjem vlastitog posla, žene će osigurati ne samo sebi financijsku neovisnost već pružiti i drugima priliku da zajedno rade i zarađuju. Žene poduzetnice imaju svoju ulogu u društvu i treba je još više osnažiti.

Ključne riječi: poduzetništvo žena, podrška, financijska neovisnost, novo zapošljavanje, ljudska prava

SUMMARY

Women prevailed in the total population, but men predominated in entrepreneurship. More and more women are entrepreneurs and their voice is increasingly heard, but there are still many challenges and challenges ahead.

The combination of motherhood, the organization of family life (the care of children and elderly family members is mainly on the woman), as well as the cultural context seem to be prevalent in entrepreneurial activities on the part of male entrepreneurs.

Both men and women entrepreneurial environment seem more restrictive than stimulating, but when it comes to a female entrepreneur, more efforts are needed to overcome the obstacles women face in the business world.

For the realization of their business ideas, women support people in their immediate surroundings and are supported by government and financial institutions. It is crucial to encourage their financial independence and access to sources of capital for their business ventures, which will allow them to ease their professional and private lives, and to encourage them through the choice of profession to facilitate their entrepreneurial path, change the traditional view of a woman and encourage them to realize entrepreneur idea.

Entrepreneurially active women are important generators of new employment and new values in the economy and society in general, and women's involvement in entrepreneurship is part of human rights.

Starting their own business, women will not only provide themselves with financial independence but also provide other opportunities to work and make money together. Women entrepreneurs have their own personality in society and need to be empowered even more.

Keywords: women entrepreneurship, support, financial independence, new employment, human rights

LITERATURA:

1. Cepor, Publikacije: Žensko poduzetništvo (2014), [Internet] dostupno na: <https://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/zensko-poduzetnistvo/> posjećeno: 26.08.2019
2. D.Kružić: Žensko poduzetništvo-način življenja, (1999)
3. Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva (2011)
4. Državni zavod za statistiku; Žene i muškarci u Hrvatskoj (2019), Zaposlenost i plaće, str.38; [Internet], dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2019.pdf/, posjećeno: 24.08.2019
5. Ekonomski leksikon, Leksikografski zavod "Miroslav Krleža" i Masmedia (1995.), Zagreb, str. 668. i 669
6. Fina: Žene poduzetnice - udio u vlasničkoj strukturi društava u RH (2017)
7. Hrvatska udruga poslodavaca (2019), Žene u poslovnom svijetu, [Internet] raspoloživo na: <https://www.hup.hr/predstavljeno-istrazivanje-hup-a-i-deloitteazene-u-poslovnom-svijetu.aspx>, posjećeno: 23.08.2019
8. Jutarnji list; Svjetski dan poduzetnica (2019), [Internet], dostupno na: <https://novac.jutarnji.hr/aktualno/nagrađivanjem-najboljih-poduzetnica-i-menadžerica-obilježen-svjetski-dan-poduzetnica/8902550/>, posjećeno: 29.08.2019
9. Ksenija Vuković: Počeci poduzetništva žena u znanstvenim i književnim djelima hrvatskih autora, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin; [Internet], dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/138480/>, posjećeno: 23.08.2019
10. M.Buble, D.Kružić: Poduzetništvo (2006)
11. Međunarodna mreža poslovnih žena; Intervju, [Internet] dostupno na: <https://mrezazena.com/blic-intervju-s-ivanom-radic-povodom-drugog-rodendana-udruge-mmpz/>, posjećeno: 20.08.2019
12. Međunarodna mreža poslovnih žena; Intervju, [Internet] dostupno na: <https://mrezazena.com/vesna-ljubacic-samohrana-majka-cetvero-djece-i-uspjesna-poduzetnica/>, posjećeno: 20.08.2019
13. Portal hrvatskih znanstvenih i stručnih časopisa(2019), [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=323593/, posjećeno: 25.08.2019
14. Poduzetnički inkubator (2016), [Internet] dostupno na: <https://www.hgk.hr/poduzetnicki-inkubator-za-poduzetnice-pocetnice-najava/>, posjećeno: 20.08.2019
15. R.Hisrich (2006): Poduzetništvo
16. S.Singer, N.Šarlija, S.Pfeifer, S.O.Peterka: GEM Hrvatska; O poduzetničkoj okolini, [Internet], raspoloživo na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> str.109/, posjećeno: 22.08.2019
17. Slobodna Dalmacija: „Branka Babić, poduzetnica godine“ (2019)

18. Udruga „Domine“: Zaposlena žena je neovisna žena, [Internet], dostupno na: <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf/>, posjećeno: 14.08.2019
19. Višnja Ljubičić: Baza poslovnih žena (2015), [Internet], dostupno na: [https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/BAZA%20%C5%BDENA/bazaposlovnihzena final2019v050919.pdf/](https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/BAZA%20%C5%BDENA/bazaposlovnihzena%20final2019v050919.pdf/), posjećeno; 21.08.2019
20. Žene u poslovnom svijetu, [Internet], dostupno na: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_Zene_u_poslovnom_svijetu_2019.pdf/, posjećeno: 23.08.2019
21. Women of krusha e Madhe, [Internet], dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/Women_of_Krusha_e_Madhe/, posjećeno: 19.08.2019