

Poduzetništvo žena u Hrvatskoj i svijetu

Čeke, Karla

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:211:696053>

Rights / Prava: [Attribution-NoDerivs 3.0 Unported](#) / [Imenovanje-Bez prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-04**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Karla Čeke

**PODUZETNIŠTVO ŽENA U HRVATSKOJ I
SVIJETU**

ZAVRŠNI RAD

Varaždin, 2023.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Karla Čeke

Matični broj: 0016148111

Studij: Ekonomika poduzetništva

PODUZETNIŠTVO ŽENA U HRVATSKOJ I SVIJETU

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Izv. prof. dr. sc. Vladimir Kovšca

Varaždin, rujan 2023.

Karla Čeke

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni/diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

U radu će se predstaviti poduzetništvo žena kao jedan od oblika poduzetništva. U poglavljima rada definirat će se poduzetništvo, razvoj poduzetništva kroz povijest i značaj poduzetništva, definirat će se poduzetništvo žena i karakteristike tog oblika poduzetništva. Žensko poduzetništvo u posljednjih nekoliko godina bilježi sve veću pozornost zbog neravnomjernog odnosa između muških i ženskih poduzetnika. U radu će se naglasiti važnost ženskog poduzetništva za gospodarstvo neke države, isto tako biti će spomenute prepreke i izazovi s kojima se žene poduzetnice susreću prilikom pokretanja vlastitog poslovnog pothvata. Uz to, u radu će se navesti institucije koje pomažu u financiranju i edukaciji te inicijative s ciljem promicanja ženskog poduzetništva. Također, u radu će biti navedene žene poduzetnice iz Hrvatske i svijeta čije su znanje i vještine zapažene i nagrađene te im donijele veliki uspjeh i zapaženu ulogu u poslovnom okruženju. Važno je spomenuti i usporediti različitosti u razvoju poslovanja i opstankom s kojima se susreću poduzetnice u Hrvatskoj i svijetu.

Ključne riječi: poduzetništvo; poduzetnice; uspjeh; poticaji ženskog poduzetništva; prepreke u ženskom poduzetništvu

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Općenito o poduzetništvu.....	2
2.1. Obilježja poduzetništva	3
3. Poduzetništvo žena	5
3.1. Povijest ženskog poduzetništva	5
3.2. Pojam ženskog poduzetništva	6
3.3. Karakteristike ženskog poduzetništva.....	8
4. Izazovi i problemi ženskog poduzetništva.....	11
4.1. Diskriminacija žena u poduzetništvu	13
5. Komparativna analiza ženskog poduzetništva u Hrvatskoj i svijetu	15
6. Zaključak.....	28
Popis literature	29
Popis grafikona.....	32
Popis tablica	33
Popis slika	34

1. Uvod

Posljednjih godina žene poduzetnice prepoznate su kao najbrže rastuća poduzetnička kategorija u svijetu, čime su privukle pozornost medija, javnosti i stručnjaka. Rast i razvitak ženskog poduzetništva ima značajan utjecaj na gospodarski rast zemlje i razvoj društva. U današnjem svijetu postoje razlike između muškaraca i žena u svakodnevnom životu, ali i u poslovnom svijetu. U teoriji, ravnopravnost spolova je poboljšana, dok je u praksi nešto slabija. Iako se položaj poduzetnica poboljšao u odnosu na prethodna razdoblja, mnogi čimbenici čine postotak žena koje se odlučuju za poduzetništvo manjim je od postotka muškaraca.

Rad se sastoji od pet poglavlja. Prvo poglavlje odnosi se na uvod u samu temu rada, u drugom poglavlju prolazi se kroz pojam poduzetništva i obilježja poduzetništva, prikazana je kratka povijest, navedene su neke od definicija pojma različitih autora te su prikazani najčešći motivi poduzetnika prilikom odluke o pokretanju poduzetničkog pothvata. Treće poglavlje odnosi se samu temu rada, odnosno govori o poduzetništvu žena, teorijski se prolazi kroz povijest, definicije pojma poduzetništva žena, te su navedene osnovne karakteristike ovog oblika poduzetništva. Nadalje, slijedi poglavlje u kojem se govori o izazovima i preprekama s kojima se žene susreću na tržištu pri pokretanju svojih vlastitih poduzeća, osim čimbenika koji su vezani uz tržište, kod žena prilikom pokretanja poslovanja ističu se i neki individualni čimbenici. U petom poglavlju analizirana je anketa koju je provela Eurochambresova mreža žena (EWN - Eurochambres Women Network) u razdoblju od prosinca 2022. godine do ožujka 2023. godine, gdje je jasno prikazana ekonomska slika i mnogi izazovi s kojima se žene susreću, u nastavku poglavlja prikazani su i podaci o poduzetništvu žena u Republici Hrvatskoj prema podacima Financijske agencije za 2021. godinu te su na kraju predstavljene neke od uspješnih žena poduzetnica u svijetu i Hrvatskoj.

Cilj rada je uz objašnjenje osnovnog pojma poduzetništva žena, dati pregled povijesti poduzetništva i osnovnih karakteristika te pobliže prikazati novije podatke s tržišta što se tiče žena u poduzetništvu. Prilikom pisanja ovog rada korišteni su primarni i sekundarni izvori podataka, uz stručnu literaturu analizirani su znanstveni i stručni članci vezani uz temu rada.

2. Općenito o poduzetništvu

Poduzetništvo nije pojam novog doba, već se može reći kako poduzetništvo postoji otkad postoji i čovječanstvo. Poduzetnička osobina vidljiva je kod čovjeka već iz povijesti, primjerice kod izgradnje piramida u Egiptu, poduzetništvo u obliku trgovine u Grčkoj i Rimskom Carstvu. Razvoj poduzetništva prati se kroz povijest jer „kroz inovacije i otvaranje novih radnih mjesta poduzetnici utječu na razvoj društva u cjelini“ (Tubić i sur., 2016). Rasprostranjenosti i značaju poduzetništva u suvremenim tržišnim uvjetima pridonijela je globalizacija i razvoj informacijsko – komunikacijske tehnologije, te se time može reći kako je danas sve više ljudi odlučuje na pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata (Kuvačić, 2005).

U Srednjem vijeku uspjeh se pokazivao gradnjom obrambenih kula, oružja i ostalih sredstava za ratovanje. Nakon smanjenja ratova, poduzetništvo se počelo izražavati kroz mnoge građevinske projekte. Poduzetnik je bio odgovorna osoba za velike proizvodne projekte, no poduzetnici nisu preuzimali rizik. Projektom je najčešće upravljao klerik, odnosno pripadnik svećeništva, koji je koristio raspoložive resurse od države za gradnju dvoraca, katedrala i javnih zgrada. Razvoj poduzetništva i pojava poduzeća slična današnjima javlja se između 12. i 15. stoljeća. Na početku poduzetništvo uključuje trgovine, kreditne poslove, brodarstvo, a tipični poduzetnici su bili gusari, feudalci, špekulanti, trgovci i obrtnici (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011).

Poduzetništvo 17. stoljeća obilježila je međunarodna i prekooceanska trgovina koja uključuje trgovanje širim asortimanom proizvoda kao što su robovi, životinje, krzna, razmjenu europskih i tropskih proizvoda te sirovine iz europskih zemalja. Usredotočenjem na odnos rizika i poduzetništva, poduzetnik se javlja kao osoba koja trguje s vladom, odnosno s vladom ugovara sporazume (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011).

Krajem 19. i početkom 20. stoljeća pojavom industrijske revolucije dovelo je do rasta važnosti poduzetništva za masovnu proizvodnju. Druga polovica 20. stoljeća dovela je do razvoja poduzetništva u kojem je veliku ulogu imao američki predsjednik Jimmy Carter koji je 1980. sazvaio sjednicu u Bijeloj kući. Konferenciji je prisustvovalo 1683 delegata iz 50 američkih država od kojih su većina bili mali poduzetnici. Nakon sjednice poduzetništvo se počelo doživljavati kao jedan od četiri glavna stupa slobodnog poduzetništva te su ti stupovi zemlja, rad, kapital i poduzetništvo. Krajem 20. stoljeća poduzetništvo se ubrzano razvijalo, uzrokovano novim tehnologijama i mnogim drugim promjenama (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011).

Može se reći kako nema jasno dogovorene definicije poduzetništva, već mnogi autori navode svoje viđenje poduzetništva, te će neke definicije autora biti navedene u nastavku rada.

Prema Kolakoviću (2006.) poduzetništvo je sposobnost stvaranja učinkovite gospodarske aktivnosti koja se temelji na ljudskoj kreativnoj aktivnosti i ograničenim proizvodnim resursima. Također, poduzetništvo je stvaranje inovativne gospodarske organizacije s ciljem ostvarivanja dobiti ili rasta u uvjetima rizika i nesigurnosti.

Škrtić i Mikić (2011.) poduzetništvo definiraju kao proces stvaranja vrijednosti kombiniranjem resursa kako bi se iskoristila prilika i obuhvaća sve djelatnosti poduzetnika, te se djelatnosti mogu usredotočiti na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenje na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i/ili novih tehnologija, a djelatnosti su jasno povezane s kritičnim trenucima, krizama i promjenama u okolini. Ekonomska teorija navodi da je poduzetništvo kamen temeljac gospodarskog sustava i gospodarskog razvoja te se također promatra kao poseban faktor proizvodnje.

Prema Peteru Druckeru, Škrtić i Mikić (2011.) poduzetništvo stvara novo tržište i novog potrošača određujući vrijednost svog krajnjeg proizvoda. U počecima stvaranja društvenog poduzetništva cilj nije bilo vlasništvo u obliku poduzetničke banke, već pokretanje tuđeg novca za ulaganje i veći profit.

Poduzetništvo Bryant i Theobalds (2009.), prema Barringer i Ireland definiraju kao iskorištavanje prilika bez obzira na resurse koji su nam na raspolaganju i stvaranje nečeg novog za dodavanje vrijednosti ulaganjem potrebnog vremena i truda, prihvaćanjem financijskog, emocionalnog i društvenog rizika te stjecanje nagrade financijskog ili osobnog zadovoljstva i neovisnosti.

Cilj je suvremenog poduzetništva oblikovati poduzetničku klimu, koju karakteriziraju sposobnost preuzimanja inicijative, kreativnost i inovativnost, te stvaralačko ozračje usmjereno prevladavanju postojećeg i stvaranju novog i humanijeg društva. Poduzetnička kultura suvremenog svijeta je usmjerena na promjene, otvorena za nove informacije, nove utjecaje i nove načine gledanja i rješavanja problema (Škrtić i Mikić, 2011).

2.1. Obilježja poduzetništva

Ulazak u poduzetništvo često donosi neugodnosti, zbog toga mora postojati motiv. Motivacija je ono što nas potiče na aktivnost i pokreće na ostvarivanje određenih ciljeva. Prema Marušić (2006.) najčešći motivi za ulazak u poduzetništvo su:

- Profit
- Samostalnost
- Zadovoljstvo

Profit predstavlja pozitivnu razliku prihoda i rashoda određenih aktivnosti. U poslovanju predstavlja povrat od ulaganja te nagradu poduzetniku za poduzimanje poslovne inicijative u uvjetima rizika i neizvjesnosti (Marušić, 2006).

Samostalnost je sljedeći motiv za poduzetnike koji donosi veliku odgovornost, no omogućuje slobodu poduzetniku da sam donosi odluke o svojim akcijama te da ne mora objašnjavati svaki svoj korak (Marušić, 2006).

Zadovoljstvo se odnosi na osjećaj koji se pojavljuje zbog postignuća određenih ciljeva. Zadovoljstvo se može definirati i kao mentalni stav pojedinca u odnosu na radno okruženje, ali i drugih čimbenika poput obitelji, zdravlja i ljubavi, budući da i oni u određenoj mjeri odražavaju rad i učinak pojedinaca (Marušić, 2006).

Prema Barringer i Ireland (2011.) funkcije koje su važne za poduzetništvo su ekonomski faktori poduzetničkih poduzeća, utjecaj poduzetništva i poduzeća na društvo te utjecaj poduzetničkih poduzeća na veće korporacije. Uloga poduzetništva, prema Škrtić i Mikić (2011.), uključuje četiri temeljne funkcije, a to su:

- otvaranje novih radnih mjesta radi smanjenja nezaposlenosti,
- povećanje konkurentnosti radi većeg izbor za potrošče, što rezultira smanjenje cijena
- osobni razvoj
- razvoj društvenih interesa.

3. Poduzetništvo žena

Gledajući kroz povijest žene su oduvijek bile u poduzetništvu, ali se tome nije pridavala velika pozornost jer se poduzetništvo smatralo muškom djelatnosti. Poduzetništvo žena počinje se detaljnije promatrati krajem prošlog stoljeća, te se može reći kako je to noviji oblik poduzetništva. Iako postoje brojni primjeri žena koje uspješno upravljaju najvećim svjetskim poduzećima, posebno u teškim ekonomskim uvjetima, njihov je udio u visokom menadžmentu vrlo skroman. U nastavku ovog poglavlja biti će navedena kratka povijest o poduzetništvu žena, pojam i karakteristike, navesti će se usporedba poduzetnika i poduzetnica.

3.1. Povijest ženskog poduzetništva

Status žena povijesno je imao veliki utjecaj na razvitak ženskog poduzetništva. Žene su kroz povijest bile podređene muškarcima bez ikakvih prava. Muškarci su imali pravo glasa, na privatno vlasništvo, pravo na društveno zanimanje, na obrazovanje, dok su žene bile zakinite tih prava, odnosno žene su bile građani drugog reda (Volarević, 2004).

Nakon Drugog svjetskog rata javljao se sve veći broj žena poduzetnica koje su morale početi zarađivati kako bi mogle uzdržavati svoje obitelji zbog smrti supruga ili psihičkog i fizičkog invaliditeta. U društvu tog doba ženama nije bilo lako ući u poslovni svijet te su se mnoge susrele s poteškoćama.

Yvonne Foinant 1945. godine osnovala je prvo žensko udruženje vlasnica svjetskih poduzeća. Godine 1914. kada je njen muž otišao u rat, bila je prisiljena pobrinuti se o sebi. Nakon rata osnovala je udruženje FCEM (Les Femmes Chefs d'Entreprises) u nadi da će podijeliti svoja iskustva i pomoći drugim ženama u sličnim situacijama. Danas je FCEM najistaknutija udruga poduzetnica koja okuplja žene poduzetnice iz cijelog svijeta, zastupa njihove interese kod javnih i privatnih međunarodnih tijela. FCEM mreža uključuje više od 120 zemalja i pet milijuna kompanija na pet kontinenata (FCEM, bez.dat).

Prvi članak o ženskom poduzetništvu „Entrepreneurship, a New Female Frontier“ objavila je 1976. godine autorica Eleanor Brantely Schwartz. U članku dolazi do zaključka da žene i muškarce pokreću isti motivi ulaska u poduzetništvo: želja za postignućem, zadovoljstvo poslom i neovisnost (Škrtić i Mikić, 2011).

Intenzivniji razvoj ženskog poduzetništva uslijedio je nakon izbijanja gospodarske krize prelaskom s netržišnog na tržišno gospodarstvo. Gospodarske krize dovode do porasta nezaposlenosti što uglavnom pogađa žene. Boreći se za preživljavanje, žene se okreću

samozapošljavanju i pokretanju vlastitog posla, što dovodi do porasta broja žena poduzetnica, a samim time i do razvoja ženskog poduzetništva (Kuvačić i Primužak, 2011).

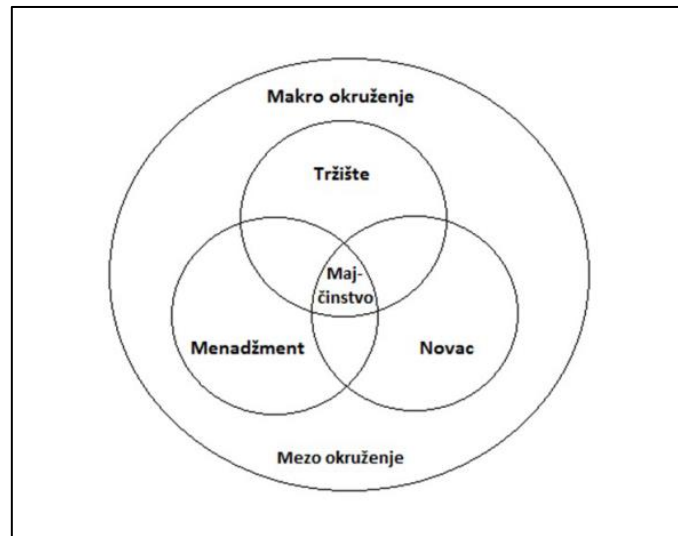
3.2. Pojam ženskog poduzetništva

Pojam „ženskog poduzetništva“ je noviji termin koji je sve više prihvaćen i uvažen u svijetu biznisa. Žene poduzetnice su one koje pokreću vlastiti ili vode tuđi 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 (domine.hr, 2023).

Poduzetništvo žena jedan je od oblika poduzetništva koji je najuočljiviji u zemljama srednje i istočne Europe u razvoju. Jedan od načina rješavanja problema nezaposlenosti je samozapošljavanje. Razvojem demokratskog društva sudjelovanje žena u tradicionalnim ženskim zanimanjima kao što su kozmetika, moda, trgovina te proizvodnja hrane se smanjuje, a pojavom institucija za osposobljavanje žena, žene imaju priliku specijalizirati se u područjima upravljanja, financija, marketinga, kao i strategije i razvoja (Vuk, 2006; prema Gosarić, 2016).

Izraz „žensko poduzetništvo“ često se koristi u hrvatskoj literaturi iako ga neki autori, poput Holjevac i Galičić smatraju pogrešnim. Pojam poduzetnika ne ukazuje na spol poduzetnika, ne postoji muško ili žensko poduzetništvo, spominju se samo razlike između poduzetnika i poduzetnica. Stoga je pravilan izraz „žene u poduzetništvu“ ili skraćeno „poduzetnice“ (Avelini Holjevac, Galičić, 2005).

Žensko poduzetništvo prepoznato je kao neosporan izvor gospodarskog rasta, iako je sudjelovanje žena u poduzetničkoj aktivnosti manje nego kod muškaraca (OECD, 2011). Poduzetnice se smatraju skupinom žena koje nisu krenule tradicionalnim obiteljskim putem, već su odlučile istražiti poslovne mogućnosti i prilike (Mills, Blossfeld, 2003).



Slika 1: 5M ženskog poduzetništva (Izvor: Brush, C., G., de Bruin, A., Welter, F., 2009)

Slika 1. prikazuje Vennov dijagram kojim se opisuje poduzetnički pothvat u 5M organizaciji. Pokretanje poduzetničkog pothvata zahtijeva tri osnovna čimbenika (3M), a to su tržište, menadžment i novac, dok su za žensko poduzetništvo potrebna još dodatna dva čimbenika, majčinstvo i makro, mezo okruženje (Brush, de Bruin, Welter, 2009).

Pitelis (2005.), prema Brush, de Bruin i Welter, navodi da se makro okruženje odnosi na nacionalnu politiku, kulturu, zakonodavstvo i gospodarstvo, dok mezo okruženje uključuje regionalne sustave podrške, inicijative i organizacije, a može uključivati industrije.

Slobodno tržišno gospodarstvo u kojem poduzetnice mogu slobodno izabrati i započeti poduzetničku aktivnost potrebno je za razvoj poduzetništva. U Hrvatskoj četiri su osnovna uvjeta za razvoj poduzetništva: gospodarsko, političko, pravno i kulturno okruženje. Gospodarsko okruženje odnosi se na vrstu gospodarstva zemlje, odnosno tržišno, mješovito, plansko gospodarstvo. Političko okruženje definira Hrvatsku kao demokratsku zemlju u političko nestabilnoj situaciji. Pravni okvir čine pravni akti i drugi zakoni koji reguliraju gospodarske procese u zemlji. Hrvatski pravni sustav nije učinkovit, zahtijeva promjene i modernizaciju te usklađivanje s pravom Europske unije koje pridonosi razvoju ženskog poduzetništva. Kulturno okruženje uključuje kulturne vrijednosti, znanje, moral, religiju i slično. Na poduzetništvo najviše utječe korporativna kultura (zajednički ciljevi, poslovna klima) koja ga čini jedinstvenim i drugačijim od ostalih (Funda, 2011).

3.3. Karakteristike ženskog poduzetništva

Poduzetnice su skupina žena sa širokim rasponom iskustva i stručnosti. Utjecaj žena u poslovnom svijetu i na tržištu rada raste. Poduzeća u vlasništvu žena pridonose stvaranju novih, dodatnih radnih mjesta, inovacijama i stvaranju bogatstva u gospodarstvu te su među najbrže rastućim malim poduzećima na svijetu. Žene su se krenule sve aktivnije uključivati u poduzetništvo kada je ideja o tome prihvaćena u široj javnosti. Navode se mnoge specifičnosti ženskog poduzetništva koje posjeduju uspješne poduzetnice.

Kao karakteristike ženskog poduzetništva Mioš Lisjak i Ćurlin (2002.) navode:

- radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije,
- veća briga za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose,
- više ulažu u edukaciju zaposlenih,
- uspjeh ne mjere samo profitom, nego zadovoljstvom kupaca i dobrim međusobnim odnosima,
- spremnije su na timski rad,
- važniji im je uspjeh organizacije ili ideje nego vlastiti ego,
- nude više mogućnosti za naknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme i sl.,
- opreznije su kod uzimanja kredita,
- bave se najviše uslužnim djelatnostima zato što su socijalno osjetljivije i zato što to iziskuje manja početna ulaganja

Ženski stil vođenja određuje poznavanje i poštivanje vlastitih zaposlenika, sposobnost slušanja ljudi kada govore o sebi i svom poslu, promicanjem timskog rada i suradnje, sudjelovanje podređenih u procesu donošenja odluka, poslovne ideje, razvijanju samopoštovanja kod podređenih, horizontalno i vertikalno dijeljenje informacija u poduzeću, promicanje zadovoljstva poslom. Učinci takvog stila vođenja su zaposlenici koji su zadovoljniji te više motivirani za rad i napredovanje (Borčić i Kostelac, 2014).

Žene lakše rješavaju sukobe, socijalno se osjetljivije te mogu preciznije procijeniti ponašanje zaposlenika kao i osoba u privatnom životu. Primarni cilj im je transformacijsko vodstvo, slušanje svojih podređenih i njihova mogućnost usklađivanja svojih interesa s interesima grupe. Upravo je iz tog razloga sve više žena koje uspijevaju u „poduzetničkim vodama“ (Vuk, 2006).

Žena poduzetnica može se definirati kao žena koje pronalazi poslovnu inicijativu, pokreće je, organizira i kombinira faktore proizvodnje, upravlja poslovanjem poduzeća, preuzima rizik i upravlja ekonomskom neizvjesnošću povezanom s vođenjem poslovanja. U tradicionalnim društvima, žene su bile ograničene na kućanske poslove, dok se u modernim društvima uključuju u razne ekonomske aktivnosti izvan kuće (Kumar, Mohan, Vijaya, Lokeshwari, 2013).

Tablica 1: Usporedba poduzetnika i poduzetnica

KARAKTERISTIKE	PODUZETNICI	PODUZETNICE
MOTIVACIJA	- želja da se stvari obave - osobna neovisnost - zadovoljstvo poslom	- postignuće ostvarenja cilja - neovisnost
TOČKA POLASKA	- nezadovoljstvo sadašnjim poslom - prilika za stjecanje	- promjena vlastitih okolnosti - prepoznavanje prilike
IZVOR FINANCIJA	- imovina - ušteđevina - ulaganje - posudba obitelji, poznanika	- imovina - ušteđevina - zajmovi
PODRIJETLO ZNANJA	- iskustvo - stručnjak s visokom razinom postignuća u određenom području	- iskustvo u određenom poslovnom području - profesionalno podrijetlo vezano uz usluge
KARAKTERNE OSOBINE	- inovativni - orijentirani prema cilju - visoko samopouzdanje - potreba da je sam svoj šef - uvjerljivi	- fleksibilne - kreativne - srednje samopouzdanje - usmjerene na cilj - tolerantne
PODRIJETLO	- između 25 – 35 godine - fakultetsko obrazovanje - otac samozaposlen	- između 35 – 45 godine - otac samozaposlen - fakultetsko obrazovanje
POTPORNE SKUPINE		- suprug/obitelj - bliski prijatelji

	- supruga - prijatelji - suradnici	- ženske profesionalne grupe - trgovačka udruženja
VRSTA POKRETANJA POSLOVANJA	- proizvodnja - građevina	- uslužna djelatnost – edukacija, odnosi s javnošću

(Izvor: Hisrich, Peters, i Shepherd, 2011.)

U tablici 1. vidljivo je da prema Hisrich i dr. (2011) prisutne sličnosti razlike između poduzetnika i poduzetnica. Prilikom pokretanja poslovanja, neovisnost i postizanje zadanih ciljeva najvažniji su i za poduzetnike i poduzetnice. Poduzetnice pokreću posao zbog prepoznavanja prilike i željom za promjenom, dok poduzetnici pokreću poslovni pothvat jer se ne osjećaju zadovoljnim na trenutnim pozicijama te vjeruju da mogu napredovati. Ostvarenje poduzetničke ideje i jedni i drugi financiraju vlastitom imovinom i ušteđevinom, dok se poduzetnici još koriste ulaganjima i bankovnim financiranjem. Nadalje, poduzetnice se pouzdaju u stečeno iskustvo u određenom području, na svoju kreativnost, fleksibilnost i realnu ideju koju je moguće ostvariti, a poduzetnici se oslanjaju na postignuća, inovativni su, idealiziraju svoje ideje i imaju više samopouzdanja. Na odluku o pokretanju poduzetničkog pothvata uz podršku obitelji, prijatelja poduzetnice se odlučuju između 35 i 45 godine uglavnom u uslužnim djelatnostima, dok muškarci pokreću vlastiti posao između 25 i 35 godine i to većinom u proizvodnji ili građevini.

4. Izazovi i problemi ženskog poduzetništva

Činjenica je da u svijetu poduzetništva ima više poduzetnika nego poduzetnica, a razlog tome su tradicionalne predrasude, sociološki stavovi, nepovjerenje prema ženama, ali i pravni okvir. No, ubrzani razvoj tehnologije, globalizacija i promjena stavova društva utjecali su na razvoj poslovne kreativnosti i poduzetničkog motiva kod žena i time rezultirali na sve veći razvoj ženskog poduzetništva, odnosno pojavu sve više samostalnih poslovnih subjekata i preuzimanje rizika kod poduzetnica. Žene poduzetnica češće se kod pokretanja vlastitih poduzetničkih aktivnosti odlučuju na neproizvodne djelatnosti, dok takve nisu strateški cilj Europske unije niti Republike Hrvatske te tu teže dolaze do izvora financiranja (Zidrum i Cvitanović, 2017).

Vuković (2015.) navodi kako se žene svakodnevno suočavaju s raznim problemima, ograničenjima i predrasudama. Tradicionalno mišljenje da su žene nižeg stupnja obrazovanja, manje profesionalna i drugačije gledanje na položaj žena poduzetnica u društvu samo su neki od problema. Broj žena poduzetnica je u porastu, no poduzetnice se suočavaju s više izazova nego poduzetnici.

Prema Asli i Bensassi Nour (2018.) prepreke s kojima se žene poduzetnice suočavaju su one vezane uz poslovno okruženje, i one koje su vezane uz individualne faktore. U nastavu poglavlja biti će navedeni faktori koji utječu i s kojima se žene poduzetnice suočavaju.

Prepreke vezane uz socio-kulturno okruženje podrazumijevanju sociokulturne probleme kod žena, odnosno problemi su vezani uz kulturne vrijednosti i društvena pravila. Već od samog djetinjstva, djevojčice su sklonije biti domaćice nego biti poduzetnice i menadžerice. Kod žena se najvažnijom ulogom smatra biti majka i brinuti za obitelj, time socijalizacija od djetinjstva kod djevojčica je slabija, odnosno javlja se strah za rizikom i smanjenje samopouzdanja (Asli i Bensassi Nour, 2018.). Gledajući u poslovnom svijetu, mnogim muškarcima je teško prihvatiti i raditi pod nadzorom i nadležnošću žena, te je tim predrasudama vidljiva i diskriminacija. Sljedeća prepreka vezana je uz tržišne uvjete i načine financiranja. Asli i Bensassi Nour (2018.) kao tržišne prepreke navode veliki utjecaj na preuzimanje rizika kod žena i muškaraca, te mnoge prepreke za ulazak u poduzetnički svijet zbog velike konkurencije. Vezano uz financiranje žena poduzetnica, tu se dolazi do problema kako veličina poduzeća također ima utjecaj na način pribavljanja financijskih sredstava. Prvi problem koji se javlja prilikom financiranja kod žena poduzetnica su previsoki zahtjevi, a drugi je veličina poduzeća na koja se žene poduzetnice odlučuju. Poduzetnice se najčešće odlučuju na pokretanje poduzetničkog pothvata uz samofinanciranje ili osobne štednje i sklone su otvaranju manjih poduzeća i samim time im nije dopušten pristup drugim načinima financiranja.

Gledajući treću prepreku prema Asli i Bensassi Nour (2018.) vezana je uz institucionalni okvir odnosno programi i načini poticanja žena poduzetnica. Što se tiče uvjeta za razvoj poduzetništva, potrebno je slobodna tržišna ekonomija.

Kako navode Asli i Bensassi Nour (2018.) osim prepreka u poslovnom okruženju, kod žena se javljaju i osobne prepreke s kojima se suočavaju, iako su one na individualnoj razini u nastavku će biti navedene one najčešće. Veličina obiteljskih obaveza i nedostatak obiteljske podrške čimbenici su koji utječu na žene prilikom odluke za ulazak u poduzetništvo. Kod žena obiteljski život ima važnu ulogu te je ženi prilikom ulaska u poduzetništvo važna potpora njezinih članova. Prema istraživanjima žene poduzetnice navode kako im je teško uskladiti svoj privatni i poslovni život. Nikina i sur. (2012.) navode kako i bračni status ima utjecaj na donošenju odluka u vezi poslovnog razvoja žene, odnosno da supružnik može biti ili prepreka poduzetničkoj aktivnosti ili podrška. Odluka o preuzimanju rizika također je jedan od individualnih čimbenika. Razina nesklonosti prema riziku na osobnoj razini povezana je s obrazovanjem, prethodnim iskustvima i željom za donošenjem odluka. Što se tiče sklonosti žena u preuzimanju rizika, one imaju manju sklonost preuzimanja rizika od muškaraca jer je činjenica da su muškarci više samouvjereni i da rizik doživljavaju kao izazov, a ne prijetnju (Asli i Bensassi Nour, 2018). Sljedeća prepreka je strah od neuspjeha, a kod žena se odnosi na strah od financijskih obaveza, strah od gubitka životne štednje ili nasljedstva, strah od gubitka kontrole nad poduzećem. Percepcija poduzetničkih sposobnosti također se smatra jednim od individualnih čimbenika, a podrazumijeva konceptualne, relacijske i tehničke vještine. Osobine koje su potrebne su razvoj vizije, odlučivanje o strategiji i budućem razvoju poduzeća uz konkretna, učinkovita rješenja na koja se nailazi u svakodnevnom životu.

Ministarstvo poduzetništva i obrta donijelo je 2014. godine Strategiju razvoja poduzetništva žena kojom se navode osnovne karakteristike poduzetništva žena u Hrvatskoj, kao i problemi s kojima se poduzetnice susreću. Temeljni cilj Strategije je povećanje konkurentnosti malog gospodarstva. Pod učinkovitom realizacijom Strategije pretpostavlja se usklađivanje različitih politika i programa, a Vlada Republike Hrvatske formira Međuresornu radnu skupinu koju čine predstavnici ministarstava nadležni za poduzetništvo i obrt, vanjske i europske poslove, znanost, obrazovanje i sport, regionalni razvoj, fondove Europske unije, poljoprivredu i tijela Vlade za ravnopravnost spolova. Ovisno o vrsti aktivnosti, u radu sudjeluju predstavnici drugih područja rada poput financija, turizma, kulture, zaštite okoliša i prirode, zdravstva i dr.). Ključni problemi poduzetništva žena koji se žele odrediti su značajna podzastupljenost u poduzetničkim aktivnostima i zaposlenosti, niže plaće u obavljanju sličnih poslova i dr. Prema Strategiji razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.) postoje tri skupine prepreka ulasku žena u poduzetništvo: strukturne, ekonomske i „meke“ (MINPO, 2014). Strukturne prepreke se smatraju najteže rješivima jer proizlaze iz kulturnog

nasljeđa (kulturene vrijednosti), nedostatne primjene regulatornog i političkog okvira i infrastrukturne nedostatnosti za podršku obiteljskog života. U strukturne prepreke ubrajaju se stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji, tradicionalni pogledi na ulogu žene u društvu, nedostatak podrške za žene s dva posla (obitelj i posao) i dr. Za uklanjanje prepreka potrebno je poduzeti aktivnosti u obrazovnom sustavu, prilagođavanje političkog i institucionalnog okvira, omogućiti financijsku podršku ženama kroz institucije, isticati važnost rodne senzibilnosti kroz medije i obrazovanje. Zahvaljujući navedenim aktivnostima, postoji mogućnost promjene društva i iskorijeniti rodnu nejednakost koja je temelj svim navedenim preprekama. Ekonomske prepreke odnose se na otežan pristup financijskim sredstvima i neumreženost žena, odnosno manjak poslovnih veza. Najveći problem žena poduzetnica predstavlja financiranje poduzetničkog pothvata te one započinju posao s manje financijskih sredstava u odnosu na muškarce. Vladinom suradnjom s bankama, poreznom politikom i regulatornim mjerama mogu se ostvariti određene pomoći i tako potaknuti žene za ulazak u poduzetništvo. „Meke“ prepreke uključuju nedostatak mentorstva i pristupa mrežama poduzetnica, nedostatak osposobljavanja i programa obrazovanja te percepcija o nedostatku samopouzdanja i podložnosti preuzimanja rizika. Nedostatak mentorstva i pristupačnost savjetima za osnivanje poduzeća još uvijek je problem za mnoga područja i regije. Za rješavanje navedenih problema potrebno je razviti infrastrukturu podrške u suradnji sa obrazovnim institucijama, a razne udruge trebale bi pomoći žena u umrežavanju i uče od iskusnijih.

4.1. Diskriminacija žena u poduzetništvu

Diskriminacija se definira kao svako isključenje ili ograničenje prema spolu s posljedicom ugrožavanja, odnosno da se onemogućiti korištenje ljudskih prava i ograničavanje temeljne ljudske slobodne na političkom, gospodarskom, društvenom, kulturnom, građanskom i drugom području, na osnovi ravnopravnosti žena i muškaraca. Gledajući pojam diskriminacije žena može se vidjeti efekt uskraćivanja prava žena iako su već u nepovoljnom rodnom položaju i u neravnopravnosti (eige.europa.eu, bez.dat).

Od 20. stoljeća vidljivo je stalno povećanje žena na tržištu rada, ali i dalje je vidljiva tradicionalna podjela jer su žene u djelatnostima i radnim mjestima sa slabijim primanjima (oko 7% u 2021. godini) (europarl.europa.eu). No, unatoč povećanju, žene su i dalje nekoliko koraka unazad od muškaraca, a nejednakost i dalje postoji, iako je napredak vidljiv. Prema Vučemilović (2011.) najčešći oblici diskriminacije na tržištu rada su razlika u plaćama, diskriminacija kod zapošljavanja i diskriminacija kod napredovanja.

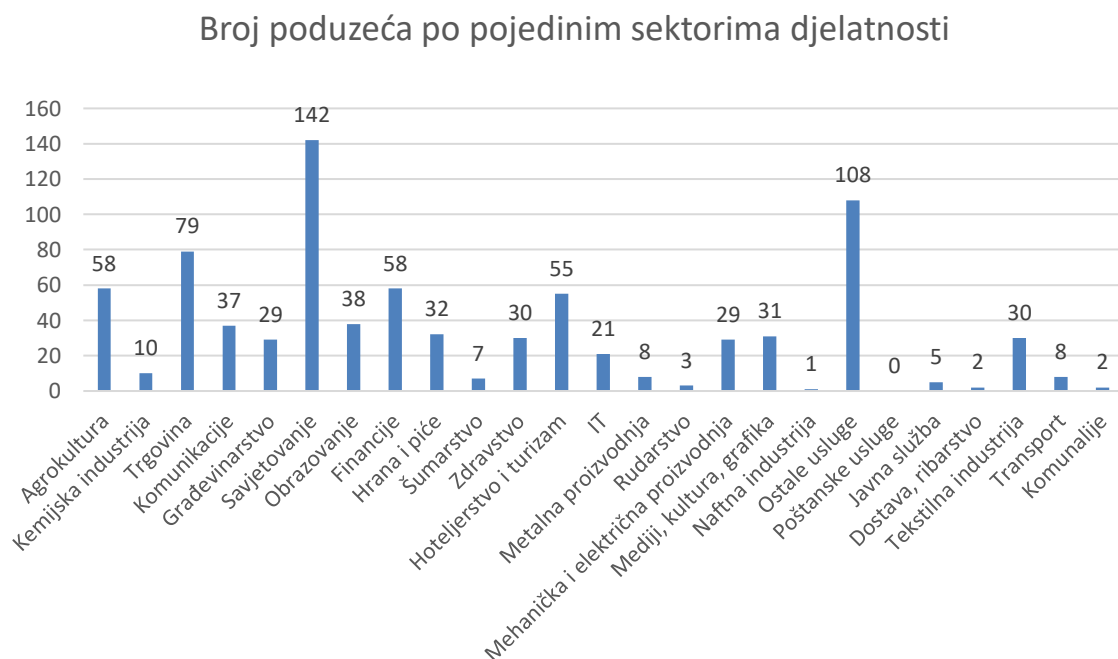
Prema podacima Nezavisnog hrvatskog sindikata u Europskoj uniji 2023. godine bilo je zaposleno 67,7% žena, dok je zaposlenost muškaraca bila 78,5%, dok je u Republici Hrvatskoj prema podacima Državnog zavoda za statistiku bilo zaposleno 45,7% žena i 54,3% muškaraca, razlika u rodnom jazu zaposlenosti je 8,6 postotnih poena, a na razini Europske unije 10,8 postotnih poena. Prema razini obrazovanja na sveučilištima u Europi je diplomiralo više žena nego muškaraca, isto tako u Republici Hrvatskoj u 2020. godini diplomiralo je 60,6% žena i 39,4% muškaraca. Iako je gore navedeno kako su žene obrazovanije i posjeduju stručna znanja na radnim mjestima uglavnom rade na nižim pozicijama, a taj je podatak vidljiv kako je nizak postotak žena na rukovodećim pozicijama (NHS.hr, 2023).

Osim diskriminacije u plaćama između žena i muškaraca, nejednakost je vidljiva i kod napredovanja na radnim pozicijama. Nedović i sur. (2015.) koriste pojam „stakleni strop“ kojim opisuju sprječavanje napredovanja kod žena na više organizacijske razine na radnim pozicijama. Često su rukovodeće pozicije i bolja plaćena mjesta dodijeljena muškarcima, iako podaci pokazuju kako su žene bolje obrazovane i više pokazuju svoje znanje, vještine i ambicije.

5. Komparativna analiza ženskog poduzetništva u Hrvatskoj i svijetu

Eurochambres Women Network (EWN) provelo je istraživanje putem anketnog upitnika čiji je cilj bio doznati kako žene poduzetnice reagiraju na sve veće izazove u poslovanju, uzevši u obzir konkretna pitanja koja se odnose na poduzeća koja su u vodstvu žena. Rezultati upitnika pokazuju što poslovanje u trenutnom okruženju znači za žene te pomoći u razvijanju mjera za potporu ženama poduzetnicama diljem Europe. Anketa je započela krajem prosinca 2022. godine, a zatvorena je 8. ožujka 2023. godine. Anketa je bila namijenjena poduzetnicama i samozaposlenim ženama, no neki odgovori pripadaju ženama koje nemaju obrt, već su na menadžerskim pozicijama. Ovom anketom dotaknute su mnogobrojne teme, od vještina do ravnoteže privatnog i poslovnog života i financiranja. Teme kojih se dotiče anketa su prisutnost žena u radnoj snazi, razlog odluke da se postane poduzetnica, analiza prepreka, pristup financiranju i dr.

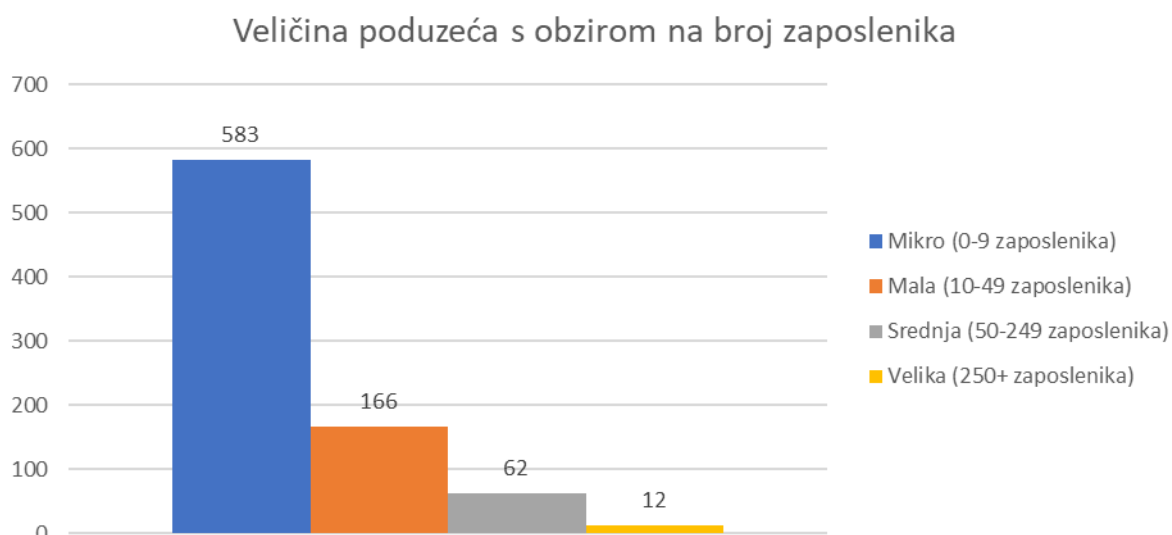
Grafikon 1: Broj poduzeća po pojedinim sektorima djelatnosti



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Prema podacima iz Grafikona 1. vidljivo je da najveći broj ispitanika, odnosno 142 poduzetnica i poduzetnika, upravlja konzultantskim poduzećima, dok manji broj ispitanika, njih 381, posjeduje poduzeća koja se bave uslužnim djelatnostima uključujući savjetovanja, obrazovanje, financijske usluge, zdravstvene i stručne usluge. Poduzeća široke komunikacije koja se sastoji od IT-a, medija, kulture i grafike posjeduje 89 ispitanika dok se 55 ispitanika orijentira na hotelijerski sektor.

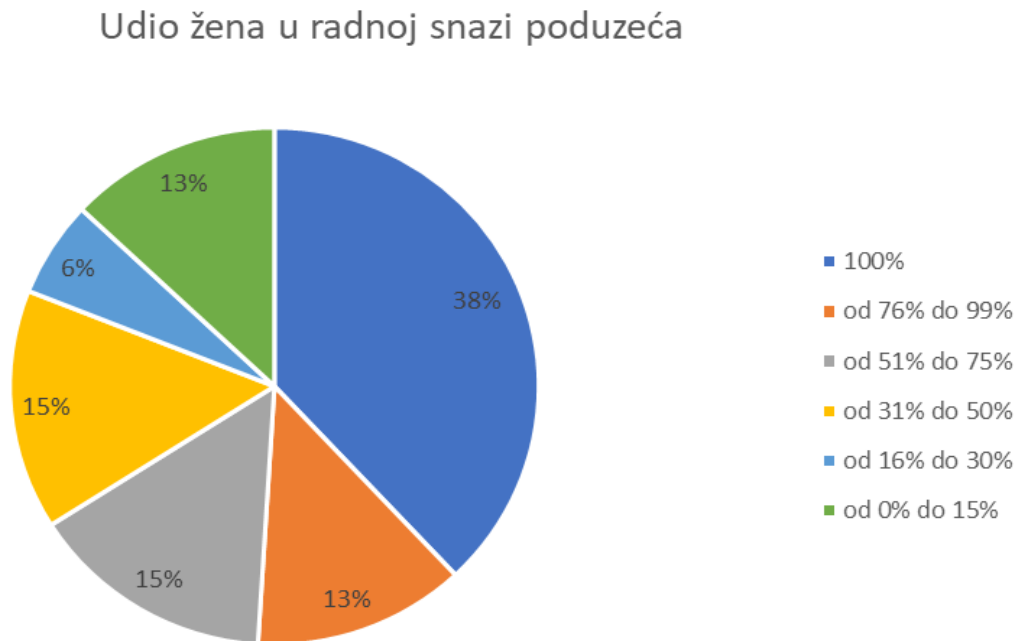
Grafikon 2: Veličina poduzeća s obzirom na broj zaposlenika



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Grafikon 2. prikazuje da u Europi poslovno okruženje uglavnom čine mikro poduzeća koja imaju do 9 zaposlenika, zatim mala i srednja poduzeća, od kojih mala poduzeća imaju od 10 do 49 zaposlenika, dok srednja poduzeća imaju od 50 do 249 zaposlenika. Velika poduzeća od 250 i više zaposlenika ima najmanje.

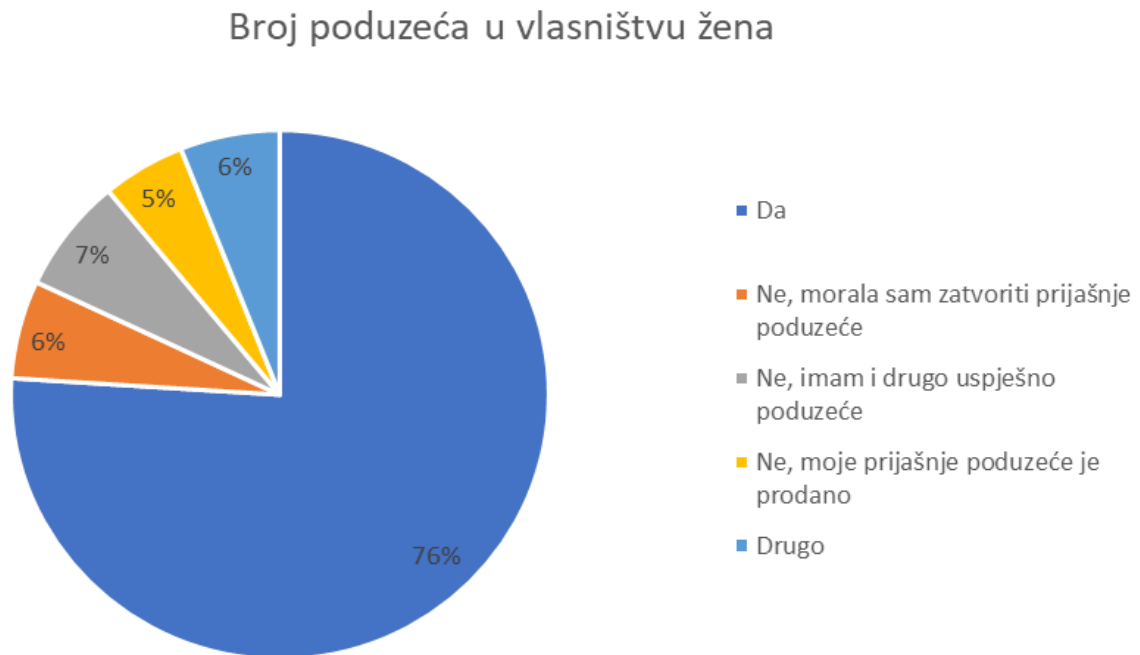
Grafikon 3: Udio žena u radnoj snazi poduzeća



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Usporedimo li podatke iz Grafikon a 2. i Grafikona 3. možemo vidjeti da od 309 poduzetnika koji su izjavili da su njihova radna snaga sastoji od 100% žena, samo njih 11 nisu mikro poduzeća. Takvi podaci pokazuju da većina poduzeća koja posjeduju žene uopće nemaju zaposlenike ili ih ima jako malo. Bitno je istaknuti, da 234 poduzetnika, uglavnom u malim i srednjim poduzećima, zapošljava između 51% i 99% žena što je još uvijek veliki postotak.

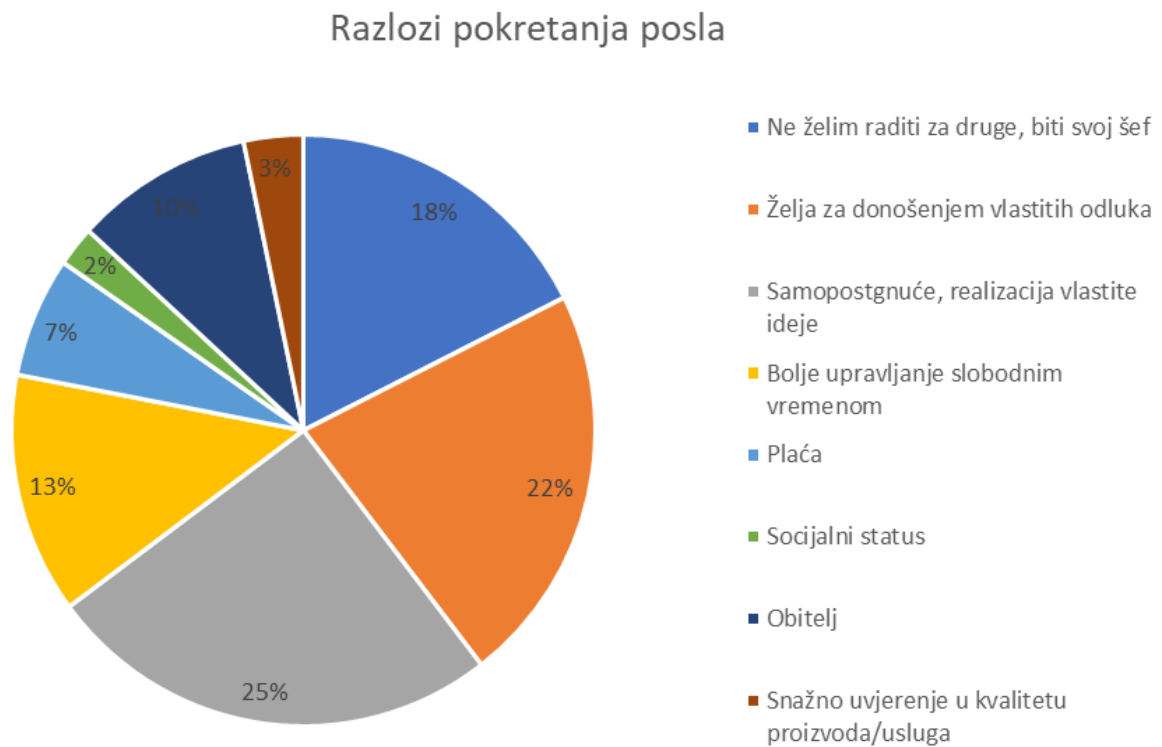
Grafikon 4: Broj poduzeća u vlasništvu žena



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Promatrajući Grafikon 4. može se vidjeti da je za 76% poduzetnica njihov trenutni i prvi posao, a od toga su većina (17%) konzultantske kuće koje su uglavnom mala ili mikro poduzeća. Činjenica je ovo koja potvrđuje trend da žene teže otvaraju poduzeća u uslužnom sektoru. Između ostalog, važno je spomenuti da 61 ispitanika posjeduje i drugu tvrtku koja trenutno posluje. Od ispitanika, njih 11% je prethodno imalo u vlasništvu poduzeće dio drugog sektora, od koje je polovica trebala biti zatvorena, a druga polovica je prodana.

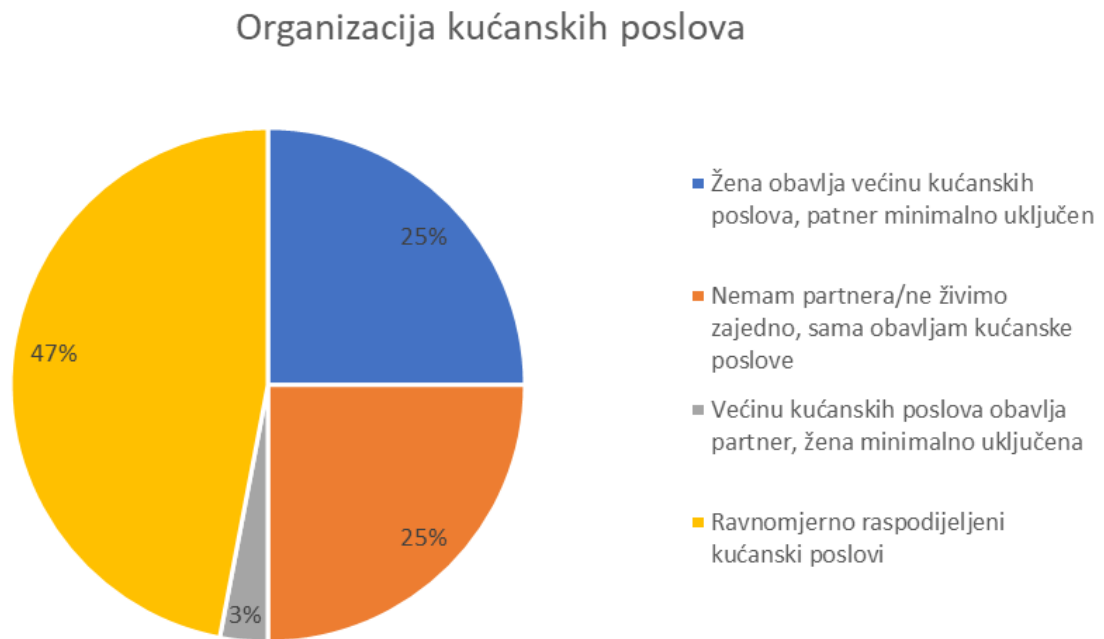
Grafikon 5: Razlozi pokretanja posla



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Najčešći motivi za pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata koje su žene ispitanice navele su želja za samopostignućem i mogućnost realizacije vlastite ideje (23%), želja za donošenjem vlastitih odluka (20%). Rezultati ankete pokazuju da je za 16% poduzetnica razlog pokretanja posla bio što nisu htjele raditi za druge, već biti svoj šef, dok njih 12% smatra da takvim poslovanjem mogu bolje upravljati svojim slobodnim vremenom. Najmanje spomenuti razlozi su plaća (6%), socijalni status (2%), obitelj (9%) i snažno uvjerenje u kvalitetu proizvoda ili usluga koje je poduzeće proizvodilo ili obavljalo (3%).

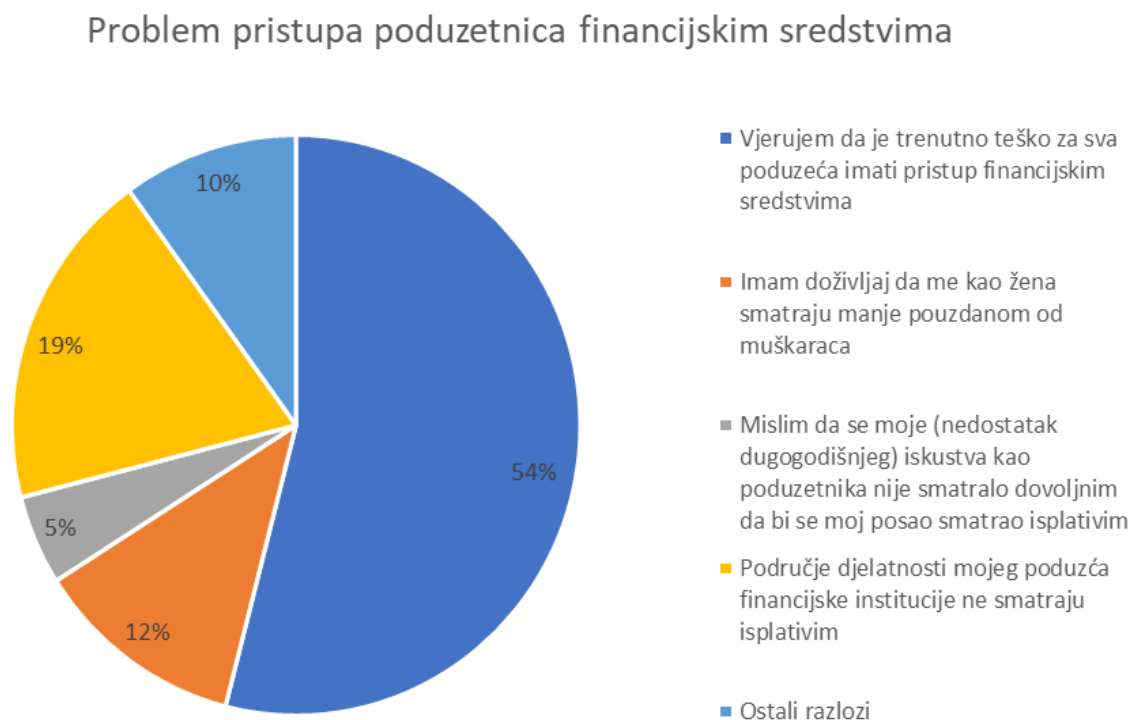
Grafikon 6: Organizacija kućanskih poslova



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Grafikon 6. prikazuje da najviše žena poduzetnica ravnopravno dijeli kućanske poslove s partnerom (47%). Očekivano je da se ova činjenica odnosi na ispitanice mlađe dobi jer je još uvijek uobičajeno da starija generacija žena ulaže više truda u kućanstvo. Kulturne promjene posljednjih godina, uključujući da sve više muškaraca obavlja kućanske poslove, zahvatile su i starije generacije. Jednaki postotak poduzetnica (25%) je navelo da ako većinu kućanskih poslova obavlja žena, partner je minimalno uključen i kod žena koje nemaju partnera ili ne žive zajedno, žena sama obavlja kućanske poslove. Najmanji postotak od 3% pripada onim poduzetnicama kod kojih većinu kućanskih poslova obavlja partner, a žena je minimalno uključena u iste.

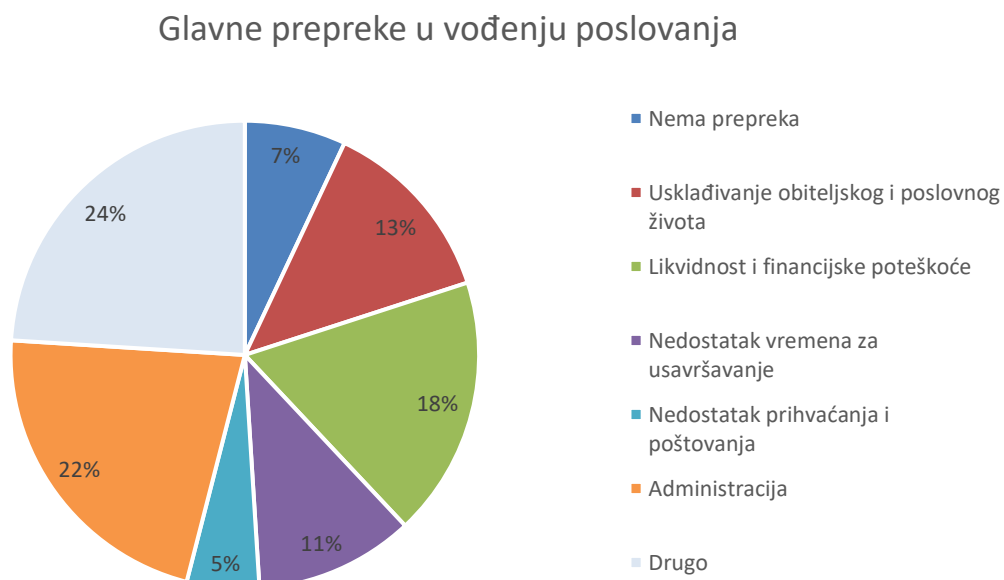
Grafikon 7: Problem pristupa poduzetnica financijskim sredstvima



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Poduzetnice su izrazile da to što su žene ne mora nužno utjecati na pristup financijskim sredstvima, te je to najčešći navedeni razlog za poteškoće u pristupu financijskim sredstvima činjenica da je trenutno u svim poduzećima teško doći do financiranja (54%), dok je drugi navedeni razlog što financijske institucije ne smatraju određenu djelatnost profitabilnom (19%). Takvi podaci posebno vrijede za poduzetnice koje upravljaju poduzećima u sektoru savjetovanja, obrazovanja, poljoprivrede i trgovine. Samo njih 12% smatra da je razlog za njihove probleme to što su žene, dok se mogu istaknuti i drugi odgovori da su uvjeti za dobivanjem kredita stroži za žene (10%). Samo 5% ispitanika misli da je nedostatak njihovog dugogodišnjeg iskustva kao poduzetnice utjecalo da se njihovo poduzeće smatra neprofitabilnim.

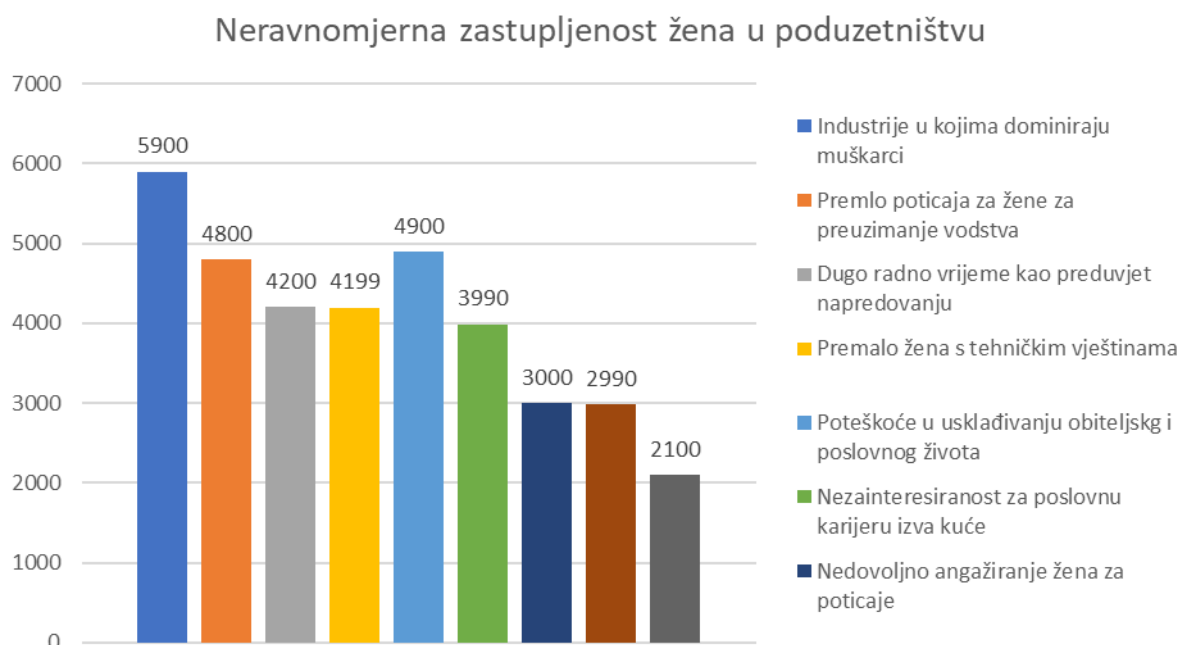
Grafikon 8: Glavne prepreke u vođenju poslovanja



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Iz Grafikona 8. vidljivo je da kao glavne prepreke s kojima se poduzetnice i poduzetnici najčešće susreću navode administraciju (22%), likvidnost i financijske poteškoće (18%). Usklađivanje obiteljskog i poslovnog života navedena je kao jedna od vodećih prepreka (13%), kao i nedostatak vremena za obuku i usavršavanje (11%). Mnogi poduzetnici naveli su nekoliko dodatnih problema od kojih se najčešće spominju visoki porezi koji ne dopuštaju zaposlenje novih zaposlenika, teškoće u pronalaženju zajedničkog odgovora s poslovnim partnerima, loše upravljanje Covid-19 krizom, poremećaji na tržištu sirovina i materijala, visoki troškovi te poteškoće pri pronalaženju kvalificiranih zaposlenika (24%). Osjećaj nedostatka prihvaćanja i poštovanja kao prepreke navelo je 5% ispitanika, a 7% reklo je da nema nikakvih prepreka u vođenju poslovanja.

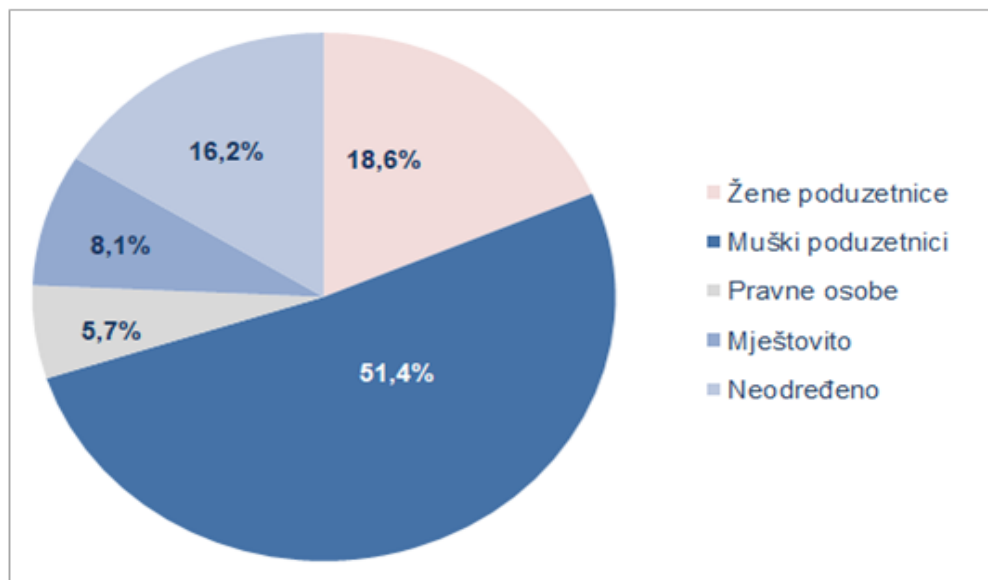
Grafikon 9: Neravnomjerna zastupljenost žena u poduzetništvu



Izvor: izrada autorice prema Eurochambres, 2023.

Na Grafikonu 9. prikazano je da najveći broj poduzetnika i poduzetnica, oko 5900, smatra da su industrije u kojima dominiraju muškarci glavni razlog za manju zastupljenost žena u poslovnom okruženju. Veliki broj ispitanika (oko 4800) smatra da na broj žena poduzetnica utječe premalo poticaja za žene da preuzmu vodstvo te dugo radno vrijeme kao preduvjet za napredovanje te premalo žena s tehničkim vještinama, njih oko 4200. Sljedeći navedeni razlog su poteškoće u usklađivanju obiteljskog i poslovnog života koje je odgovorilo 4900 ispitanika. Među ispitanicima, njih 3990 kao razlog navode nezainteresiranost za poslovnu karijeru, već zainteresiranost za poslove u kući. Kao razlog za neravnomjernu zastupljenost žena u poduzetništvu njih oko 3000 navodi nedovoljno angažiranje žena za razne poticaje, oko 2990 ispitanika kao razlog smatra nedostatak podrške za brigu djece, dok je 2100 ispitanika kao razlog navelo nedostatak poslovnih prilika. Žene ne smatraju da nisu zainteresirane za karijere izvan kuće ili da im se ne pruža dovoljno poslovnih prilika, već da do nezastupljenosti u pojedinim sektorima dolazi zbog usklađivanjem obiteljskog i poslovnog života.

Grafikon 10: Vlasnička struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2021. godine prema rodnom kriteriju

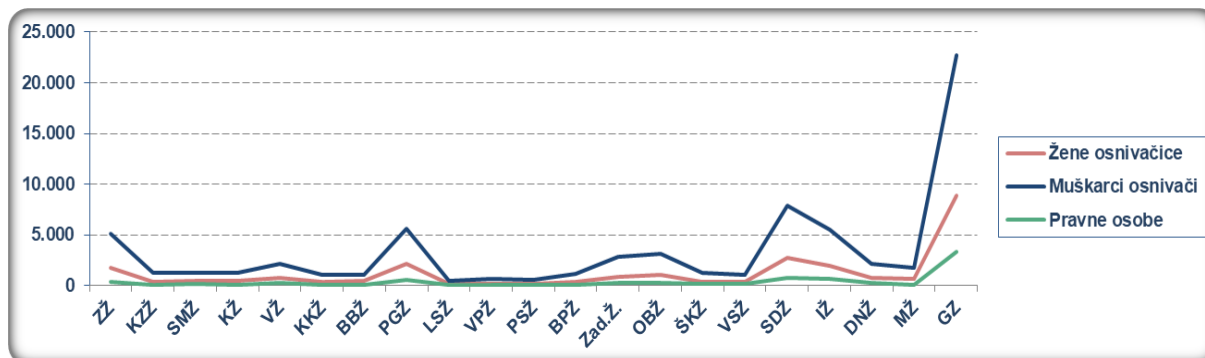


Izvor: FINA, 2022.

Promatrajući vlasničku strukturu poduzetništva u Hrvatskoj, prema rodnom kriteriju, u razdoblju od 2012. do 2021. godine udio žena poduzetnica u laganom je rastu, uz iznimke 2015. godine kada je udio bio manji (18,3%) u odnosu na 2014. godinu (20,4%) i 2021. godine kada je udio bio manji (18,6%) u odnosu na 2020. godinu (22%). Ako pak se trgovačkim društvima koja su u vlasništvu žena doda broj trgovačkih društava koja su u mješovitom vlasništvu, u kojima je uz druge skupine jedan od vlasnika žena ili više njih, udio ženskog poduzetništva je još veći. Udio ženskog poduzetništva (žene poduzetnice i mješoviti osnivači) u ukupnom broju trgovačkih društava kretao se od najmanjeg udjela 2021. godine (26,7%) do najvećeg udjela u 2016. godini (33,1%).

Prema popisu stanovništva iz 2021. godine Hrvatska je imala 3.871.833 stanovnika, od čega 1.865.129 muškaraca (48,2%) i 2.006.704 žena (51,8%). Prema rezultatima Financijske agencije poslovanja poduzetnika u 2021. godini 18,6% trgovačkih društava je bilo u vlasništvu žena, te su još kod 8,1% društava žene suvlasnice s muškarcima, na što se udio žena poduzetnica u ukupnom broju društava povećava na 26,7%. Trgovačka društva koja su u vlasništvu muškaraca je 51,4%, 5,7% je u vlasništvu pravnih osoba, dok je 16,2% trgovačkih društava koje nije moguće odrediti kojoj skupini pripadaju.

Grafikon 11: Vlasnička struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj po županijama u 2021. godini



Izvor: FINA, 2022.

Promatrajući rezultate Financijske agencije, vlasničke strukture trgovačkih društava u Republici Hrvatskoj u 2021. godini prema županijama kreće se od 15,4% do 21,2%. Najveći udio žena poduzetnica u Republici Hrvatskoj je u Bjelovarko-bilogorskoj županiji 21,2% (456 poduzeća), dok je najniži udio u Požeško-slavonskoj županiji 15,4% (145 poduzeća).

Promatrajući vlasničku strukturu poduzeća prema području djelatnosti žene poduzetnice prevladavaju s 49,6% udjela u ukupnom broju poduzetnika u području ostalih uslužnih djelatnosti (S), dok je udio muškaraca kao vlasnika 28,7%. Gledajući nominalni broj, najviše žena poduzetnica je u području stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti (M), od ukupno 5.720 poduzeća u toj djelatnosti, 26,5% vlasnice su žene sa ukupno 9,745 zaposlenih koji su ostvarili ukupne prihode od 3,4 milijarde kuna, od ukupno 36,5 milijardi kuna koliko su bili ukupni prihodi svih poduzeća u području stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti (M). Najveće ukupne prihode žene poduzetnice u 2021. godini ostvarile su u području trgovine (G) u iznosu od 12,8 milijardi kuna, slijede poduzetnice u prerađivačkoj industriji (C) s ostvarenih 5,7 milijardi prihoda i građevinarstvu (F) s ukupnim prihodima od 3,7 milijardi kuna.

Temeljem navedenih rezultata može se zaključiti kako je najviši udio žena u vlasničkoj strukturi u uslužnim djelatnostima, odnosno manja je razlika u vlasničkoj strukturi između žena i muškaraca vlasnika, dok je primjerice u proizvodnom području odnos u vlasništvu žena i muškaraca puno veći u korist muškaraca. Poduzeća u vlasništvu muškaraca zapošljavaju i više radnika, samim time ostvaruju veće prihode i raspolažu većom imovinom.

Rezultati ankete pokazuju da žene poduzetnice ne samo da pokazuju otpornost u suočavanju s poteškoćama, već imaju dugoročnu viziju te brzo prihvaćaju promjene i nove izazove. Nesporno je da poduzetnice trebaju veću podršku javnih institucija i stvaranje ciljanih mjera i pojednostavljenje procedura te je također važna promjena u društvu kako bi se osigurala ravnomjerna raspodjela žena i muškaraca u svim sektorima. Žene poduzetnice dijele mišljenje da je važan naglasak na obrazovni sustav i poticanje mladih žena da upoznaju što više svojih vještina koje ih mogu potaknuti na izbor karijere. Važno je na kraju istaknuti, osigurati da su pozicije na visokoj razini jednaki jednako dostupni ženama i muškarcima.

Nakon analize istraživanja o položaju žena poduzetnica kako na svjetskoj tako i nacionalnoj razini u nastavku rada biti će navedene neke od uspješnih i nagrađivanih poduzetnica u svijetu i Hrvatskoj.

Oprah Winfrey jedna je od najutjecajnijih žena u SAD-u. Rođena je u saveznoj državi Mississippi 1954. godine. Započela je obrazovanje na Tennessee State University, no napustila je sveučilište kako bi se posvetila karijeri voditeljice te je s 30 godina počela voditi talk show na lokalnoj televiziji u Chicagu. Kako je gledanost rasla, dobila je priliku za emitiranjem danas poznatog i najdugovječnijeg programa u SAD-u „Oprah Show“. Osim televizijskog programa ima mjesečnik pod nazivom „O, The Oprah Magazine“, organizaciju „Oprah's Angel Network“ i klub knjiga „Oprah's Books Club“. Tijekom svog rada osvojila je brojne nagrade, kao što su Predsjednička medalja slobode 2013. godine, Zlatni globus za životno djelo u 2018. godini, brojne nagrade Emmy za „Oprah Winfrey Show“ i druge televizijske radove. Winfrey je najbogatija Afroamerikanka i jedina Afroamerikanka milijarderka (britannica.com).

Hrvatska poduzetnica Bernarda Cecelja rođena je u Varaždinskim Toplicama u Varaždinskoj županiji. Završila je srednju ekonomsku školu što govori da je posjedovala mnoga znanja o poduzetništvu. Radeći u Švicarskoj u turističkom djelatnosti stekla je iskustvo u organizacijskim poslovima koje joj je pomoglo u razvoju svog poslovanja kao i znanje njemačkog, francuskog i talijanskog jezika. Svoje iskustvo stekla je radom u Tvornici opruga u kojoj je radila na poslovima uvoza i izvoza kao predstavnica tvrtki Burhenne AG – Njemačka i Spintex AG – Švicarska od 1990. godine do osnutka svojeg poduzeća 1998. godine. Bernarda je rekla da je za rast i razvoj svog poslovanja koristila mnoge prednosti, u početku je teško bilo doći do investicija, primjerice, banke joj nisu željele dati kredit ili su joj nudile visoke kamate. Poduzetnicu to nije obeshrabilo, već je stalnim ulaganjem i unaprjeđivanjem kvalitete proizvoda i asortimana poduzeće dovela na razinu na kojoj je danas. Njezina upornost i predanost radu donijeli su joj brojne nagrade. Među nagradama su „Prva hrvatska kuna za 2002.“, „Najbolja poduzetnica u malom gospodarstvu za 2003.“, „Najbolji poduzetnik u 2005.“,

„HUM-CROMA menadžer godine“, proglašena je vitezom inovatorstva 2012. godine na Sajmu inovatorstva INNOVA u Bruxellesu i „Najpoduzetnica u 2020.“ i druge nagrade (bernarda.hr).

Coco Chanel, rođena kao Gabrielle Chanel, bila je francuska modna dizajnerica rođena 1883. godine. Nakon smrti majke, ostavljena je u samostanu gdje je naučila šivati. Najpoznatija je po stvaranju koncepta „male crne haljine“, „preštepene torbe. Coco je svoj prvi salon otvorila 1910. godine u Parizu gdje je u početku prodavala samo šešire. Sve se promijenilo kada je od stare majice proizvela jednostavnu haljinu, oduševivši dame iz Deauvillea. Osim šešira, počela je prodavati tunike i prugaste majice te je postala poznata među Parižankama, a 1921. godine lansirala je prvi parfem pod nazivom „Chanel No.5“. Nakon smrti majke, ostavljena je u samostanu gdje je naučila šivati, no to joj nikad nije bio posao. Ostat će zapamćena po uvođenju modna pravila koja se i danas smatraju vrhuncem elegancije te kao jedna od najuspješnijih žena u povijesti (chanel.com).

Lada Tedeschi Fiorio poznato je ime u svijetu hrvatskog biznisa. Tedeschi Fiorio članica je Uprave Atlantic Grupe i trenutno najbogatija Hrvatica. Diplomirala je ekonomiju na Università commerciale Luigi Bocconi u Milanu, dok se usavršavala na London Business School. U Atlantic Grupi odgovorna je za vođenje procesa i timova uključenih u strategiju, rast poduzeća kroz razvoj novih područja ili proizvoda koji ima značaj u unaprjeđenju poduzeća. Tijekom postupka inicijalne javne ponude 2007. godine, imala je važnu ulogu u pregovorima raznih kupoprodajnih procesa Atlantic Grupe, od kojih je najznačajnija bila kupnja Cedevite 2001. godine. Prema ocjeni stručnog žirija poslovnog tjednika „Lider“, već četiri godine proglašena je najutjecajnijom ženom hrvatskog biznisa (womensweekend.eu).

6. Zaključak

Unatrag nekoliko godina utjecaj žena u poduzetništvu i tržištu rada u postupnom je rastu, ali još uvijek su žene u nepovoljnijem položaju u odnosu na suprotan spol. Kada se govori o ženama i njihovoj poduzetničkim mogućnostima i spremnosti na preuzimanje poduzetničkih inicijativa one još uvijek nailaze na neke ključne čimbenike koji se trebaju promijeniti kako bi realizacija njihovih ideja bila moguća. Problemi se javljaju kako na nacionalnoj tako i globalnoj razini gdje je potreba za jačanjem svijesti o važnosti žena poduzetnica, ali važno je i poboljšanje na razini prihvaćanja žena u poduzetništvu i obitelji, te mogućnosti financiranja mobilnije.

Poduzetništvo žena jedan je od novijih oblika poduzetništva. Okruženje ženskog poduzetništva sastoji se od gospodarskih, socio-kulturnih, političkih i tehnoloških čimbenika. Najčešći problemi s kojim se žene susreću prilikom odluke o pokretanju vlastitih poduzetničkih pothvata su razlika u plaćama, diskriminacija kod zapošljavanja i diskriminacija kod napredovanja. Može se reći kako su žene za razliku od muškaraca više tolerantnije, spremne za timski rad, motiviranije i više cijene tuđa mišljenja, te puno ulažu u razvoj zaposlenika. Najčešća zanimanja u kojima prevladavaju žene su medicinske sestre, učiteljice i slično.

Gledajući poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj može se reći kako je važnost žena poduzetnica prepoznato te je važno nastaviti kontinuirano poticati takav oblik poduzetništva u zemlji. Važan dokument za razvoj je Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020. na temelju kojeg se pokreću mnogi projekti i poduzimaju mnogi programi u poduzetništvu. Također, kroz primjere uspješnih žena poduzetnica vidljiv je napredak u nestajanju prepreka koje smanjuju aktivnost i zaposlenost ženama.

Iako je poboljšanje u poduzetništvu žena vidljivo, važno je i dalje poticati ekonomsko osnaživanje žena kroz programe samozapošljavanja i povoljnije mogućnosti kreditiranja za sam ulazak žena na tržište rada. Ključan faktor za ulazak žena u poduzetništvo je omogućiti ženama usklađivanje i ravnotežu privatnog i poslovnog života.

Popis literature

1. Asli, A., Bensassi Nour, H. (2018). *Female Entrepreneurship in Morocco, Obstacles and Ways to Overcome Them*. Preuzeto 15.6.2023. s <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/180004/1/ofel-2018-p390-401.pdf>
2. Avelini Holjevac, I., Galičić, V. (2005). *Žene u poduzetništvu*. Preuzeto 31.7.2023. s <https://www.krug.com.hr/%C5%BDene-u-poduzetni%C5%A0tvu>
3. Barringer, B. R., Ireland, R. D., (2011). *Entrepreneurship – Successfully Launching New Ventures* (4th Edition). Preuzeto 12.6.2023. <https://www.pearsonhighered.com/assets/preface/0/1/3/4/0134891503.pdf>
4. Bernarda.hr (bez dat.) *Bernarda Cecelja proglašena najuspješnijom poduzetnicom 2020. godine*. Preuzeto 16.8.2023. s <https://www.bernarda.hr/novosti/bernarda-cecelja-proglasena-najuspjesnijom-poduzetnicom-2020-godine/>
5. Borčić, N., Kostelac, S. (2014). *Analiza značajki rodno uvjetovanog komunikacijskog stila u poduzetničkom diskursu*. Preuzeto 12.6.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/200162>
6. Britannica.com (2023.) *Oprah Winfrey*. Preuzeto 16.8.2023. s <https://www.britannica.com/biography/Oprah-Winfrey>
7. Brush, C., G., de Bruin, A., Welter, F. (2009). *Agender-aware framework for women's entrepreneurship. International Journal of Gender and entrepreneurship*. Preuzeto 12.6.2023. s https://www.researchgate.net/publication/235302742_A_Gender-Aware_Framework_for_Women's_Entrepreneurship
8. Chanel.com (bez dat.) *The founder*. Preuzeto 16.8.2023. s <https://www.chanel.com/us/about-chanel/the-founder/>
9. European Institute for Gender Equality (bez dat.) *Diskriminacija žena*. Preuzeto 16.8.2023. s https://eige.europa.eu/publications-resources/thesaurus/terms/1221?language_content_entity=hr
10. Hrvatska gospodarska komora (2023). *Istraživanje Eurochambresa o ženama poduzetnicama za 2023. godinu*. Preuzeto 10.8.2023. s <https://www.hgk.hr/documents/ewn-survey-2023-a-picture-of-female-entrepreneurship-report6447912da1828.pdf>
11. FCEM Congress (bez dat.) *The History of Presidents*. Preuzeto 12.6.2023. s https://www.fcem.org/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=283&lang=en
12. Financijska agencija (2022). *Udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava od 2012. do 2021. godine*. Preuzeto 13.8.2023. s <https://www.fina.hr/-/udio->

[zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-od-2012.-do-2021.-godine](#)

13. Funda, D. (2011). *Menadžment malog poduzeća*. Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“.
14. Gosarić, I. (2016). *Povijesni razvoj poduzetništva na primjeru ženskog poduzetništva*. Preuzeto 31.7.2023. s <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unin%3A714/datastream/PDF/view>
15. Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2011). *Poduzetništvo* (7. izd). Zagreb: Mate.
16. Kolaković, M. (2006). *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija.
17. Kuvačić, D., Primužak, A. (2011). *Žensko poduzetništvo s osvrtom na Karlovačku županiju*. Zbornik Veleučilišta u Karlovcu.
18. Kuvačić, N. (2005). *Poduzetnička biblija*. Split: Beretin.
19. Marušić, S. (2006). *Upravljanje ljudskim potencijalima*. Zagreb: Adeco
20. Mills, M., Blossfeld, HP. (2003). *Globalization, uncertainty and changes in early life courses*. Preuzeto 31.7.2023. s <https://link.springer.com/article/10.1007/s11618-003-0023-4>
21. Ministarstvo poduzetništva i obrta (MINPO) (2014). *Strategija poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.- 2020*. Preuzeto 10.6.2023. s https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/GLAVNO%20TAJNI%20C5%A0TVO/Strategija.%20planovi%20i%20ostali%20dokumenti/Strategija_razvoja_poduzetni%20C5%A1tva_zena_RH12117.pdf
22. Mioš Lisjak, N., Ćurlin, I. (2002). *Žene i poduzetništvo*. Zagreb: The STAR Network of World Learning.
23. Mohan Kumar, S., Chandrika Mohan, M., Vijaya, C. Lokeshwari, N. (2013). *The Role of Women Entrepreneurship in Modern World*. Preuzeto 10.8.2023. s <https://inpressco.com/wp-content/uploads/2013/09/Paper20100-104.pdf>
24. Nedović, M., Ivanković, D., Mišćević, D. (2015). *Stakleni strop – položaj žena u sustavu znanosti*. Preuzeto 12.8.2023. s <https://hrcak.srce.hr/144515>
25. Nezavisni hrvatski sindikati (2023). *Položaj žena na tržištu rada*. Preuzeto dana 31.7.2023. s https://nhs.hr/novosti/polozej_zena_na_trzistu_rada_72265/
26. OECD (2011). *Gender equality in education, employment and entrepreneurship*. Preuzeto 10.8.2023. s <https://www.oecd.org/education/48111145.pdf>
27. Škrtić, M., Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija.
28. Udruga Domine (2022). *Zaposlena žena je neovisna žena*. Preuzeto 12.6.2023. s <http://domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf/>

29. Volarević, M. (2004). *Novi feminizam i kulturalna promocija žene i majke – radnice*. Preuzeto 16.8.2023. s <https://hrcak.srce.hr/79583>
30. Vučemilović, V. (2011). *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol.2, No.1*. Preuzeto 16.8.2023. s <https://hrcak.srce.hr/broj/5808>
31. Vuk, B. et al. (2006). *Primijenjeno poduzetništvo*. Split: Beretin.
32. Vuković, K. (2015). *Počeci poduzetništva žena u znanstvenim i književnim djelima hrvatskih autora*. Preuzeto 13.8.2023. s <https://hrcak.srce.hr/138480>
33. Womens weekend.eu (bez dat.) *Lada Tedeschi Fiorio*. Preuzeto 16.8.2023. s https://womensweekend.eu/pt_sudionici/lada-tedeschi/
34. Zidrum, G., Cvitanović, V. (2017). *Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj*. Preuzeto 13.8.2023. s <https://hrcak.srce.hr/191725>

Popis grafikona

Grafikon 1: Broj poduzeća po pojedinim sektorima djelatnosti	15
Grafikon 2: Veličina poduzeća s obzirom na broj zaposlenika	16
Grafikon 3: Udio žena u radnoj snazi poduzeća	17
Grafikon 4: Broj poduzeća u vlasništvu žena	18
Grafikon 5: Razlozi pokretanja posla	19
Grafikon 6: Organizacija kućanskih poslova	20
Grafikon 7: Problem pristupa poduzetnica financijskim sredstvima	21
Grafikon 8: Glavne prepreke u vođenju poslovanja	22
Grafikon 9: Neravnopravna zastupljenost žena u poduzetništvu	23
Grafikon 10: Vlasnička struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2021. godine prema rodnom kriteriju	24
Grafikon 11: Vlasnička struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj po županijama u 2021. godini	25

Popis tablica

Tablica 1: Usporedba poduzetnika i poduzetnica..... 9

Popis slika

Slika 1: 5M ženskog poduzetništva 7