

Izazovi razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Kordoš, Danijela

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Tourism and Rural Development in Požega / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet turizma i ruralnog razvoja u Požegi**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:277:783986>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-30**



Repository / Repozitorij:

[FTRR Repository - Repository of Faculty Tourism and Rural Development Požega](#)



**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
FAKULTET TURIZMA I RURALNOG RAZVOJA U POŽEGI**



DANIJELA KORDOŠ, 0253050943

**IZAZOVI RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

ZAVRŠNI RAD

Požega, 2024. godine

**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
FAKULTET TURIZMA I RURALNOG RAZVOJA U POŽEGI**

PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ TRGOVINA

***IZAZOVI RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA
U REPUBLICI HRVATSKOJ***

ZAVRŠNI RAD

IZ KOLEGIJA PODUZETNIŠTVO I INOVACIJSKI PROJEKTI

MENTOR: doc. dr. sc. Katarina Štavlić

STUDENT: Danijela Kordoš

JMBAG studenta: 0253050943

Požega, 2024. godine

PREDGOVOR

Ovom prilikom zahvaljujem se profesorici i mentorici doc. dr. sc. Katarini Štavlić na svim znanjima koja je prenosila na nas studente kroz tri godine školovanja. Hvala Vam za pomoć i savjete u pripremi ovog završnog rada.

Zahvaljujem se i svim ostalim profesorima i djelatnicima Fakulteta turizma i ruralnoj razvoja u Požegi koji su prema studentima uvijek ljubazni, puni razumijevanja i spremni pomoći.

Najveća zahvala ide mojoj obitelji koja je moj oslonac i koja me uvijek poticala da uspješno završim ovaj fakultet.

Samo dobra iskustva pamtim s Fakulteta turizma i ruralnoj razvoja u Požegi.

SAŽETAK

Tradicionalno, žene su oduvijek bile koncentrirane na obitelj, ali isto tako većina njih jednako je željela biti i poslovno ostvarena. Podizanjem svijesti, lakšim pristupom obrazovanju, izvorima financiranja i mjerama za poticanje žena u ostvarenju vlastitog posla doprinijela su otvaranju novih pogleda prema uključivanju žena u svijet poduzetništva. Predmet završnog rada odnosi se na istraživanje o izazovima razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Cilj završnog rada je dati pregled dosadašnje teorije o ženskom poduzetništvu te kroz istraživanje utvrditi koji to izazovi mogu stajati na putu ženama koje odluče pokrenuti vlastiti posao i biti dio poduzetničkog svijeta. Istraživanje o izazovima razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj provedeno je na uzorku od 157 ispitanika. Obradom teorije, ali i anketnim istraživanjem utvrđeno je kako prepreke predstavljaju smetnju za brži razvoj poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj. Neke više, neke manje, ali socijalne prepreke, prepreke okruženja, prepreke obrazovanja i vještina, financijske prepreke postoje i predstavljaju veliki izazov.

Ključne riječi: žene poduzetnice, karakteristike ženskog poduzetništva, prepreke razvoja ženskog poduzetništva, anketno istraživanje

SUMMARY

Traditionally, women have always been focused on the family, but most of them also wanted to be successful in business. By raising awareness, easier access to education, sources of financing and measures to encourage women in the realization of their own business, they contributed to the opening of new views towards the inclusion of women in the world of entrepreneurship. The subject of the final paper refers to research on the challenges of developing female entrepreneurship in the Republic of Croatia. The goal of the final paper is to provide an overview of the current theory on women's entrepreneurship and through research to determine what challenges can stand in the way of women who decide to start their own business and be part of the entrepreneurial world. Research on the challenges of developing female entrepreneurship in the Republic of Croatia was conducted on a sample of 157 respondents. Through the processing of theory, but also through survey research, it was determined that obstacles represent an obstacle to the faster development of women's entrepreneurship in the Republic of Croatia. Some more, some less, but social obstacles, environmental obstacles, education and skills obstacles, financial obstacles exist and represent a great challenge.

Keywords: female entrepreneurs, characteristics of female entrepreneurship, obstacles to the development of female entrepreneurship, survey research

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. POJAM I KARAKTERISTIKE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA	2
2.1. Napredak poduzetništva i razvoj društva	5
2.2. Izazovi na putu razvoja ženskog poduzetništva.....	6
3. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ I SVIJETU	8
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE O IZAZOVIMA RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ	11
4.1. Metodološki okvir istraživanja.....	11
4.2. Rezultati istraživanja.....	13
4.3. Rasprava.....	23
5. ZAKLJUČAK	26
6. LITERATURA.....	27
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA	30
POPIS PRILOGA.....	32

1. UVOD

Poduzetništvo predstavlja koncept koji je odavno postao važan predmet istraživanja. Sposobnost mijenjanja ekonomije i industrija širom svijeta glavno je obilježje poduzetništva. Poduzetnike se može opisati kao pokretače ekonomskog rasta, pokretače za otvaranja novih radnih mjesta te kao nositelje novih proizvoda i usluga. U svijetu poduzetništva jedna od istaknutih tema je upravo žensko poduzetništvo. Zašto je to baš tema mnogih rasprava kako u brojnim radovima diljem svijeta, tako i u Republici Hrvatskoj, proizlazi upravo iz stava i mišljenja o tome kako je broj žena u poduzetništvu puno manji nego je to slučaj kod muškaraca. Uzimajući u obzir cjelokupni društveni napredak nije iznenađujuće raspravljati i istraživati područje uključenosti žena u poduzetništvo. Trend pokretanja vlastitog posla od strane žena vidljiv je i u Hrvatskoj. Iako je napredak vidljiv i dalje su prisutna razmišljanja o potencijalnim problemima i izazovima s kojima se žene mogu susresti prije nego zakorače u svijet poduzetništva. Promatra li se globalno tržište i djelovanje pojedinih organizacija poduzetništvo čini mnoštvo novosti i mnogobrojni trendovi. Na temelju svega što je uvodno rečeno dolazi se do potrebe i za dodatnim istraživanjem o izazovima ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Ovaj završni rad podijeljen je u dva dijela. Prvi dio obuhvaća obradu postojeće teorije polazeći od pojma i karakteristika ženskog poduzetništva, napretka poduzetništva prema razvoju društva, izazova na putu razvoja ženskog poduzetništva sve do pregleda na temelju postojećih istraživanja o tome kakvo je žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj i svijetu. Drugi dio obuhvaća empirijsko istraživanje o izazovima razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Istraživanjem se želi dobiti odgovore o tome kako odabrana ciljna skupina ispitanika promatra žene u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj te kakvo je njihovo mišljenje o preprekama i izazovima s kojima se žene mogu susresti prilikom pokretanja vlastitog posla.

2. POJAM I KARAKTERISTIKE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

Kreiranje i ciljevi gospodarstva neke zemlje uvelike ovise o poduzetništvu. U različitim regijama diljem svijeta javlja se zabrinutost zbog postojećih razlika između žena i muškaraca u poduzetništvu, upravo zbog toga jer bi te razlike mogle utjecati na prilike za gospodarski rast. Poduzetništvo je od velike važnosti za razvoj brojnih područja (Henry, Foss, Ahl, 2016). Tradicionalno, žene su oduvijek bile koncentrirane na obitelj, ali isto tako većina njih jednako je željela biti i poslovno ostvarena. Podizanjem svijesti, lakšim pristupom obrazovanju, izvorima financiranja i mjerama za poticanje žena u ostvarenju vlastitog posla doprinijela su otvaranju novih pogleda prema uključivanju žena u svijet poduzetništva (Roy i Manna, 2014). Pitanje o ekonomskoj ulozi žena kao i njihove financijske sigurnosti predstavlja jedan od aktualnih izazova cjelokupnog društva (Softić, 2021).

Od početka GEM¹ projekta iz 1999. godine podaci su pokazali kako i koliko je sudjelovanje žena u poduzetništvu značajno, iako su podaci od zemlje do zemlje znatno varirali (Minniti i Arenius, 2003). Danas ipak postoje i brojni članci koji govore o tome kako žensko poduzetništvo napreduje što značajno doprinosi inovativnosti i razvoju gospodarstva i društva (Birkner et al., 2018).

Pojam poduzetništva, kao i poduzetnika, obuhvaća niz definicija koje su upotrebljive u poslovnom svijetu pa se može reći kako je teško vezati se samo na jednu definiciju. Poduzetnik se opisuje kao pojedinac koji preuzima određeni rizik, prolazeći kroz rizične situacije, sve kako bi isprobao i uveo novo u poslovni proces (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011). Prema Kuratko i Hodgetts (2004: 3) poduzetnici se najčešće promatraju kao pojedinci koji prepoznaju priliku tamo gdje ostali vide kaos i konfuziju. Oni se smatraju herojima suvremenog tržišta. Prema Buttner i Moore (1997), Stilin (2016) navodi kako žene koje nisu uspjele napredovati zbog „staklenog stropa“² sve više se odlučuju okrenuti poduzetničkim pothvatima. „Nositelji poduzetničkih aktivnosti su poduzetnici“ navodi Štavlić (2018: 3).

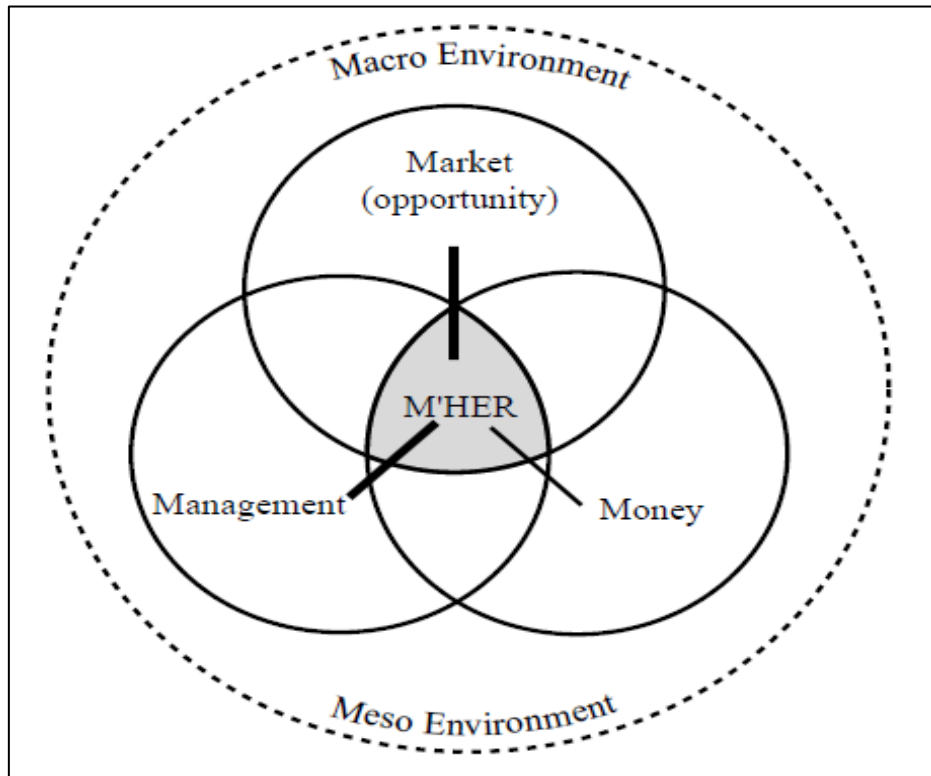
Poduzetništvo žena opisuje se kao ekonomska aktivnost žena koje promišljaju o vlastitom poslu s ciljem pokretanja posla, organiziranja, upravljanja poduzećem, a u svemu tome preuzimaju rizik, odnosno moguću ekonomsku nesigurnost koja bi mogla proizaći iz vođenja

¹ Global Entrepreneurship Monitor jedinstveni je međunarodni istraživački pothvat, pokrenut 1999. godine kao inicijativa vrhunskih svjetskih eksperata za poduzetništvo radi proučavanja odnosa između poduzetništva i ekonomskog rasta. Republika Hrvatska je od 2002. godine postala sudionikom tog velikog istraživačkog projekta. (Preuzeto: GEM Hrvatska, <https://www.gemhrvatska.org/>)

² Stakleni strop predstavlja neobjektivne poteškoće i nevidljive prepreke koje ženama onemogućavaju pristup vodećim upravljačkim pozicijama na kojima se donose odluke u određenom poslovnom subjektu, bilo u javnom, privatnom ili bilo kojoj drugom sektoru. (Preuzeto: European Institute for Gender Equality, https://eige.europa.eu/publications-resources/thesaurus/terms/1099?language_content_entity=hr)

poduzeća (Vinze, 1987). Važno je napomenuti kako u hrvatskoj terminologiji nailazimo često na izraz žensko poduzetništvo pa tako neki autori smatraju kako je taj izraz točan, dok drugi u njemu vide problem jer pojam poduzetništva ne obilježava spol poduzetnika. Budući da ni jedan od pojmova nije strogo definiran, negdje se može pročitati žensko poduzetništvo dok negdje se može pročitati samo žene u poduzetništvu ili poduzetnice (Furundžija, 2021).

Slika 1 5M okvir - poduzetnički pothvat



Izvor: Brush, de Bruin, Welter (2009: 13)

Slika 1 prikazuje Vennov dijagram kroz koji je objašnjen poduzetnički pothvat kroz takozvane čimbenike 5M. Kako bi se mogla pokrenuti određena poduzetnička ideja tri osnovna čimbenika su potrebna, a to je tržište, novac i menadžment. Međutim kada je riječ o pokretanju poduzetničke ideje od strane ženske osobe na ove čimbenike potrebno je dodati još dva, a to je majčinstvo, makro i mezo okruženje (Brush et al., 2009). Majčinstvo predstavlja čimbenik na temelju kojeg se svi drugi preklapaju, majčinstvo bi predstavljalo metaforu kroz polazište u kontekstu obitelji i domaćinstva (Zirdum i Cvitanović, 2017). Model 5M jasno daje prikaz stanja društva odnosno mišljenja o tome kako funkcionira svijet poduzetništva kada je u pitanju pokretanje nekog posla od strane ženske osobe. Danas se može reći kako su manje zastupljena mišljenja o tome kako žene primarno brinu o kućanstvu, ali i dalje nisu neprimjetna.

Prilike žena u poduzetništvu očituju se upravo kroz njihovu osobnost, stil vođenja, karakteristike odnosno cjelokupni pristup prema obavljanju posla, ali i prema zaposlenima. Različite karakteristike koje će biti obrađene i prikazane ne moraju značiti da su pravilo u svim situacijama već predstavljaju rezultate provedenih istraživanja.

Prema Turk (1999) neke od temeljnih karakteristika žena u poduzetništvu su:

1. Radna mjesta su sigurnija jer su tvrtke koje pokrene žena najčešće manje, zbog toga rijetko dolazi do zatvaranja radnih mjesta,
2. Žena vodi veću brigu za zaposlene kao i za kvalitetne međusobne odnose,
3. Žena će više poduprijeti zaposlene u njihovim ambicijama,
4. Žena će prepoznati potrebu za više ulaganja u školovanje svojih zaposlenika,
5. Uspjeh tvrtke žena neće mjeriti samo profitom, nego i zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih te dobrim međusobnim odnosima,
6. Žena će uvijek biti spremnija na timski rad,
7. Ženi neće biti problem staviti uspjeh organizacije ili neke ideje ispred vlastitog ega,
8. Žene nude više mogućnosti za naknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme, širokogrudnije su kad je u pitanju porodiljni dopust,
9. Žene su opreznije pri uzimanju kredita,
10. Žene se bave najviše uslužnim djelatnostima zbog socijalne osjetljivosti i zato jer to iziskuje manja početna ulaganja.

Ženske karakteristike i vođenje neke organizacije opisane su i kroz bolje razumijevanje ljudi oko sebe u smislu poznavanja zaposlenika, pozornosti slušanja ljudi kada govore od poslovnih partnera do zaposlenika, spremnosti na prihvaćanje mišljenja podređenih u situacijama u kojima je potrebno donijeti važne odluke, spremnost razmišljanja o predloženim poslovnim idejama, dijeljenje informacija vertikalno i horizontalno kroz organizaciju (Borčić i Kostelac, 2014). Sve navedene karakteristike mogu polaziti od toga kako je žena ta koja dobro razumije svijet oko sebe, odnosno većina žena ima razvijenu sposobnost empatije. Empatija će uvijek pridonijeti pozitivnim odnosima, a time postaje i temelj zdrave organizacijske kulture.

2.1. Napredak poduzetništva i razvoj društva

Često se postavlja pitanje na koji način poduzetništvo ima utjecaj i kako utječe na razvoj društva. Poduzetništvo osim što je jedna od glavnih ekonomskih, političkih, medijskih tema, bavi se i mnogim znanostima, a najčešće su one društvene kao što je ekonomija, psihologija ili sociologija. Svoje korijenje poduzetništvo pronalazi za vrijeme razvoja tržišta kada se u srednjem vijeku pojavljuju prvi trgovci i poljoprivreda. Već tada govorilo se o poduzetnicima. Ideje i tumačenja o suvremenoj ekonomiji i modernom poduzetništvu formirane su postupno (Mutavdžić, 2023).

Svakako treba spomenuti već i poznato razmatranje o poduzetništvu, a to je ono Adama Smitha kao jednog od najznačajnijih predstavnika ekonomije i samog koncepta ekonomske politike, koji smatra kako je najbolji pokretač ekonomskog razvitka i blagostanja društva upravo poduzetništvo.

Mutavdžić (2023), a prema Schumpeteru (1934), navodi kako snage koje generiraju privredni razvoj nisu izvanekonomske prirode, već su to inovacije, uvođenje novih kombinacija faktora proizvodnje te je to ujedno i osnovna funkcija svakog poduzetnika. Takvo razmatranje objašnjava da je poduzetnik inovator, ona osoba koja u poslovni svijet uvodi nešto novo temeljeno na novoj tehnologiji i uključujući novu tehnologiju i nove organizacije.

Glavni cilj suvremenog poduzetništva je stvoriti i provesti poslovni pothvat koji će za rezultat imati profit, ali i ostvariti brojne društvene koristi. Kroz brojna razmatranja javljaju se pitanje o tome kako će poduzetništvo izgledati kroz budućnost. Različiti autori bave se takvim promišljanjima koja na kraju dovode do istih ili sličnih predviđanja. Smatra se kako će poduzetništvo, njegov napredak i razvoj dotaknuti one mikro elemente koji grade društvo, ali i makro elemente koji su također od ključne važnosti. Sve navedeno odnosi se na područje poduzetništva, ali jednako se očituje kod žena poduzetnica ili kod muškaraca poduzetnika.

Treba spomenuti kako tvrtke u vlasništvu žena u brojnim zemljama predstavljaju rastući fenomen. Iako su pokrenute mnoge inicijative u području ženskog poduzetništva, još uvijek se može reći kako nedostaje dosljednost i bolja komunikacija te korelacija inicijativa odozdo prema gore i odozgo prema dolje (Ferk, 2013).

Svakako je zaključak kako se napretkom poduzetništva kreće u smjeru razvoja društva. Promatra li se svjetsko poduzetništvo, ono je u stalnom usponu, pridonoseći razvoju društva u kojem djeluje te razvijajući novu "poduzetničku eru" (Kružić, 2007).

2.2. Izazovi na putu razvoja ženskog poduzetništva

Izazovi i prepreke sastavni su dio kojima se žene suočavaju pri razmišljanju ili pokretanju vlastite poslovne ideje. U nastavku se opisuju samo neki od izazova i prepreka na putu razvoja ženskog poduzetništva koji su također obrađivani u različitim radovima, a rezultati su svakako raznoliki i opsežni.

Rezultati Global Entrepreneurship Monitor-a (2012) pokazali su kako žene nisu na odgovarajući način poticane i osposobljavane upravo zbog različitih kulturoloških i socijalnih stavova te nedostatku pristupa resursima (Ferk, 2013).

Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine klasificira prepreke ulaska žena u poduzetništvo kroz tri skupine, a koje se odnose na strukturne, ekonomske i „meke“ prepreke.

Strukturne prepreke obuhvaćaju (MINPO, 2014: 5):

1. Obrazovni izbori žena smanjuju mogućnost žena da pokreću poslovne pothvate u tehnološki intenzivnim djelatnostima,
2. Stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji,
3. Tradicionalni pogledi o ulozi žena u društvu,
4. Nedostatak podrške za žene s dva posla (obitelj i profesija),
5. Političko-regulatorni okvir i njegova provedba u cilju jačanja rodne ravnopravnosti.

Strukturne prepreke predstavljaju najzahtjevnije prepreke jer se vode kao rezultat kulturoloških nasljeđa odnosno vrijednosnih temelja, nedostatka političke volje za dosljednu primjenu političko-regulatornog okvira i infrastrukturne nedostatnosti za podršku obiteljskog života. Politički konsenzus, mjere i aktivnosti u području obrazovanja, promjene regulatornog okvira (npr. kroz omogućavanje različitih vrsta zapošljavanja), podrške za razvoj institucija za brigu o djeci i starijima (npr. financijska potpora za žene za korištenje usluga briga o djeci ukoliko se žena odluči uključiti u neki od obrazovnih programa za pokretanje poslovne ideje), sve navedeno potrebno je kako bi se uklonile strukturne prepreke (MINPO, 2014).

Ekonomske prepreke obuhvaćaju (MINPO, 2014: 5):

1. Otežan pristup financiranju,
2. Nedovoljno poslovnih veza (neumreženost).

Kod ekonomskih prepreka važno je reći kako bankarski sektor nema dovoljan broj alternativnih oblika financiranja za poduzetničke pothvate. Neophodne su određene poticajne mjere te strateško partnerstvo različitih vladinih programa s bankama, a sve kako bi se potaknulo i olakšalo ženama pokretanje vlastitog posla (MINPO, 2014).

„Meke“ prepreke obuhvaćaju (MINPO, 2014: 6):

1. Nedostatak savjeta i mentorstva,
2. Nedostatak pristupa mrežama poduzetnica,
3. Nedostatak treninga i programa obrazovanja i osposobljavanja za tehnološki intenzivne pothvate i uzora, posebno iz područja poduzetničkih pothvata u tehnološki intenzivnim djelatnostima i znanosti,
4. Percepcija žena o nedostatku samopouzdanja, kapaciteta za preuzimanje rizika.

Savjeti, treninzi i mentorstva važni su za pokretanje vlastite poslovne ideje odnosno za odlučiti se krenuti u neki poslovni pothvat. I dalje se može reći kako takvih aktivnosti nema dovoljno i kako nisu regionalno ravnomjerne i zastupljene. Pružanje takvih usluga treba razvijati, a krovne organizacije poduzetnika trebaju pomoći za lakše umrežavanje žena te kao dobar primjer i uzor. Takvim postupanjem moguće je ukloniti tzv. „meke prepreke“ (MINPO, 2014).

Izazovi i prepreke dijele se i na četiri sljedeća područja (Ivanković, Kulenović, Sudarić, 2016):

1. Socijalne prepreke uključivale bi probleme oko manjka samopouzdanja, manjka vizije, nedovoljna spremnost na akciju i rizik kao i manjak hrabrosti,
2. Prepreke kroz obrazovanje i vještine odnose se na nedovoljan broj odgovarajućih vještina i kvalifikacija koje trebaju imati poduzetnici,
3. Prepreke okruženja obuhvaćaju složene administrativne postupke, nestabilnu financijsku potporu implementacije različitih programa od strane države, negativnu medijsku prezentaciju poduzetništva u društvu, loša i nedovoljna suradnja različitih institucija, slabo promicanje dobre prakse,
4. Financijske prepreke odnose se na manjak početnog kapitala odnosno nedovoljne izvore financiranja za pokretanje poslovanja, vrlo slaba informiranost o financijskim potporama koje postoje kao i nepovoljan sustav oporezivanja.

3. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ I SVIJETU

Republika Hrvatska jedna je od rijetkih zemalja koja aktivno djeluje u smjeru razvoja ženskog poduzetništva. U proteklom programskom razdoblju, RH je imala detaljno razrađenu i donesenu Strategiju razvoja poduzetništva žena (MINPO, 2014). Strategijom su definirane brojne mjere aktivnosti koje bi od značaja trebale biti za smanjenje nezaposlenosti žena kroz mjere samozapošljavanja, ali i za općenito jačanje žena u poduzetništvu kroz pokretanje vlastitog posla.

Istraživanjem koje je provedeno 2015. godine u 77 zemalja zaključeno je kako su 10 najpoželjnijih zemalja za razvoj poduzetništva žena: SAD, Australija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Danska, Nizozemska, Francuska, Island, Švedska, Finska i Norveška. Hrvatska je u tome istraživanju zauzela 31. mjesto (Zirdum i Cvitanović, 2017).

Promatra li se 2019. godina, u Hrvatskoj je udio poduzeća sa ženskim udjelom u vlasništvu iznosio 31,7 %. Za takav rezultat, jednake razloge niske razine poduzetničke aktivnosti kod žena navode brojni autori, a isti razlozi navedeni su i u samoj Strategiji razvoja poduzetništva žena u Hrvatskoj (2014): problem niske financijske pismenosti, nedovoljno poslovnih vještina i ograničen pristup financijskih izvorima.

Aktivnosti trgovačkih društava i obrta u kojima jedna ili više žena posjeduju najmanje 51 % udjela u vlasništvu predstavlja dobar alat za statističko praćenje žena u poduzetništvu u Hrvatskoj. Podaci iz FINA-e govore kako je ukupan broj trgovačkih društava u 2019. godini iznosio 127.258 pa je udio trgovačkih društava čije su vlasnice isključivo žene u ukupnom broju trgovačkih društava bio 22,08 %, udio mješovitog vlasništva 9,43 %. Rezultat koji ne pokazuje značajan napredak povezuje se u razdoblju od 2017. godine sve do 2019. godine kada je broj žena osnivačica vlastitih tvrtki ostao skoro pa nepromijenjen pa se tako u 2017. godine govorilo o postotku 21,92 %, 2018. godine o 22,04 % te 2019. godine 22,08 % (Furundžija, 2021).

Na temelju rezultata GEM-a (2018) poduzetnički su najaktivniji muškarci dobne skupine od 25 do 34 godina, a žene od 35 do 44 godine, izuzev 2018. godine kada se poduzetnička aktivnost kod žena kretala između 25 do 34 godine. Ovakvi rezultati mogu biti potvrda istraživanja i razmatranja o tome kako se većina žena prvo odluči usmjeriti na obitelj, a nakon toga ukoliko ima poduzetničkih ambicija odlučuje slijediti realizaciju vlastite poslovne ideje.

U 2020. godini u Hrvatskoj je samo 66% žena (od 20 do 64 godine) bilo aktivno na tržištu rada, u odnosu na 78 % muškaraca. Prosječna plaća za žene iznosila je oko 88,7 % plaće za muškarce. Stopa izloženosti riziku od siromaštva za osobe starije od 65 godina iznosila je 29,5 % za žene, u odnosu na 21,9 % za muškarce (CEPOR, 2022, url).

Na razini EU, samo 34,8 % samozaposlenih osoba bez zaposlenih su žene, a samo 26,7% samozaposlenih osoba, koje imaju zaposlene su žene. U Hrvatskoj, postotak samozaposlenih žena bez zaposlenika odgovara prosjeku EU od 34,8 %, dok je postotak samozaposlenih žena, koje imaju zaposlenike nešto viši od prosjeka EU i iznosi 28,6 % (CEPOR, 2022, url).

Orijentiramo li se na žene u poduzetništvu u svijetu, pokrenuti su brojni programi koji za cilj imaju savjetovati, obrazovati, omogućiti sredstva, a sve potrebno za kompetentnost i razvijanje vještina kod onih žena koje se dvoume oko preuzimanja inicijative za razvoj vlastite ideje i pokretanja posla. Samo neki od programa koji su značajni za spomenuti su: Wells Fargo Bank (Sjedinjene Američke države), Access Bank, Plc (Nigerija), Westpac Banking Corporation (Australija), Banco Santander Santiago (Čile), Fondacion Zakoura (Maroko), Sero Lease and Finance Ltd. (Tanzanija), Trapezia (Ujedinjeno Kraljevstvo), Royal Bank (Kanada), The Global Banking Alliance for Women (GBA) (WBG – World Bank Group, 2017, url). Kako bi bolje shvatili koja je djelatnost navedenih institucija, u nastavku su opisane samo neke od njih.

Wells Fargo Bank (Sjedinjene Američke države) kao vodeća banka koja se fokusira na tržište rada na kojem posluju žene poduzetnice, kreditira projekte žena poduzetnica te na taj način radi iskorak u odnosu na ostale financijske institucije koje u takve pothvate teško ulaze jer smatraju kako bi takvi pothvati mogli biti rizični. Banka za tvrtke koje vode žene osigurava kredite, kreditne linije pa uključujući i one neosigurane kreditne linije do 100 000 \$ te ostale financijske usluge. Podaci govore kako je u prvom desetogodišnjem razdoblju programa za male tvrtke koje su u vlasništvu žena odobreno preko 700 000 kredita, u iznosu više od 25 milijardi dolara. Takvi rezultati pokazali su se daleko veći od postavljenih ciljeva. Wells Fargo Bank svakako je jedna od rijetkih velikih financijskih institucija usmjerena prema zajedničkom djelovanju sa ženama poduzetnicama (WBG – World Bank Group, 2017, url).

U Tanzaniji temeljem zakona žene su isključene iz posjedovanja zemljišta dok ih sustavi banke svjesno isključuju iz kreditiranja. Tako je Sero Lease and Finance kao financijska i leasing institucija za financiranje žena koje su u poduzetništvu, započela sa pružanjem usluga mikroleasinga još 1997. godine upravo kako bi ovaj veliki problem tanzanijskog društva bio riješen i kako bi žene nesmetano mogle nabavljati opremu koja im je potrebna za njihov rad. Neki od najznačajnijih ciljeva ove institucije su osiguravanje potrebne opreme kako bi žene poduzetnice mogle kvalitetno poslovati, povećati korištenje leasing usluga, širenje u području poljoprivrednog leasinga. Sve navedene aktivnosti povećavaju učinkovitost poduzeća koje vode žene te pomažu u modernizaciji i bržem napretku istih tih poduzeća (WBG – World Bank Group, 2017, url).

The Global Banking Alliance predstavlja svjetski konzorcij koji se bavi okupljanjem onih banaka koje su najuspješnije kada je riječ o provođenju prakse pružajući pomoć ženama poduzetnicama. Pristup dostupnim izvorima financiranja, važni izvori informacija, različiti tečajevi kao i mentorstva i sponzorstva samo su dio djelokruga rada ove institucije (WBG – World Bank Group, 2017, url).

Na temelju svega navedenog, neovisno radi li se o Republici Hrvatskoj ili o ostalim zemljama, poduzetnička aktivnost u EU i Hrvatskoj utvrđena je pomoću TEA indeksa³. TEA indeks predstavlja dio GEM istraživanja, a Hrvatska u takvim istraživanjima sudjeluje od 2002. godine (GEM Hrvatska, <https://www.gemhrvatska.org/rezultati2002.html>).

³ Total Entrepreneurial Activity Index – indeks poduzetničke aktivnosti koji pokazuje postotak odraslog stanovništva od 18 do 64 godine starosti aktivno angažiranih u pokretanju poslovnog pothvata ili u upravljanju/posjedovanju poduzeća ne starijeg od 42 mjeseca. (Preuzeto: GEM Hrvatska, <https://www.gemhrvatska.org/rezultati2002.html>)

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE O IZAZOVIMA RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ

4.1. Metodološki okvir istraživanja

Opis problema

Poduzetništvo kao područje koje ima tendenciju rasta oduvijek je bilo važna i neiscrpa tema brojnih teorija i različitih istraživanja. Iako se poduzetništvo ne treba dijeliti na muško ili žensko poduzetništvo, neosporna je činjenica, a temeljem dosadašnjih istraživanja, kako je zastupljenost žena značajno manja nego je to slučaj za muškarce u poduzetništvu. Zašto je to tako, različiti autori imaju različita mišljenja, statistički podaci govore za sebe, ali nikako ne treba staviti točku na razvoj i daljnje razmatranja o tome kako još više uključiti žene u svijet poduzetništva i biti dio koji će istom tom poduzetništvu svojim djelovanjem značajno doprinijeti.

Glavno problemsko pitanje anketnog istraživanja glasi: Kako ispitanici promatraju žene u poduzetništvu, smatraju li da postoje određene prepreke i izazovi s kojima se žene prilikom pokretanja vlastitog posla susreću, koje to prepreke i izazove ispitanici smatraju kao najveći problem te postoje li i utječu li specifične karakteristike ženskog poduzetništva na razvoj poduzetništva u cjelini?

Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je potvrditi mišljenje autora definirano hipotezama o tome kako i dalje postoje određene predrasude prema ženama u poduzetništvu kao i određene prepreke i izazovi s kojima se svaka žena može susresti prilikom razvoja vlastite ideje i realizacije poslovnog pothvata te zaključiti kako žene zaista posjeduju specifične karakteristike koje mogu doprinijeti razvoju poduzetništva u cjelini.

Zadatak istraživanja

Glavni zadatak istraživanja je kroz ciljano osmišljena anketna pitanja dobiti odgovor na zadano problemsko pitanje i potvrditi definirani cilj istraživanja.

Hipoteze

Polazeći od cilja i zadatka istraživanja postavljene su četiri hipoteze koje se kroz anketni upitnik nastoje potvrditi ili odbaciti, a obrada navedenih hipoteza bit će prikazana u poglavlju: Rasprava.

Hipoteza 1

H1: Socijalne prepreke predstavljaju glavne prepreke ulaska žena u poduzetništvo.

Hipoteza 2

H2: Specifične karakteristike ženskog poduzetništva doprinose razvoju poduzetništva u cjelini.

Istraživački instrument

Instrument istraživanja bio je anketni upitnik. Anketni upitnik izrađen je putem Google obrazaca, a anketa je ispitanicima isporučena putem elektroničke pošte. Anketa je provedena na uzorku od 157 ispitanika. Ciljna skupina bili su ispitanici različitih dobnih skupina od 15 godina sve do iznad 51 godinu. Anketa je bila otvorena mjesec dana, počevši od 25. svibnja 2024. godine.

Anketni upitnik sastavljen je kroz slijedeće dijelove:

Prvi dio koji se odnosi na sociodemografska pitanja spol i dob. Osim navedenog, u prvom dijelu ispitanici daju odgovore o stupnju obrazovanja kao i o njihovoj zaposlenosti.

Drugi dio obuhvaća pitanja koja se odnose na predrasude prema ženama u poduzetništvu, preprekama i klasifikaciji prepreka.

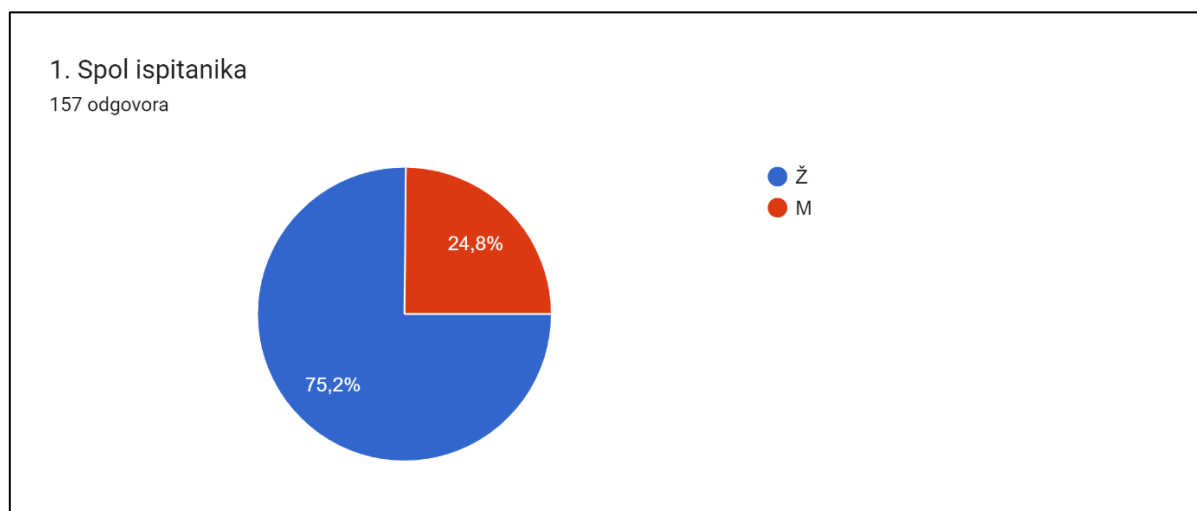
Treći dio obuhvaća pitanja o potrebnim faktorima za biti uspješan poduzetnik/ca te pitanja o specifičnim karakteristikama ženskog poduzetništva.

Zadnji dio ankete odnosi se na pitanja o razlici između ženskog i muškog poduzetništva, o poznavanju žena i muškaraca poduzetnika u okruženju ispitanika te kao zaključak ankete smatraju li ispitanici da društvo i okruženje potiču žene na razvoj vlastitih poslovnih pothvata.

4.2. Rezultati istraživanja

Rezultati istraživanja prikazani su kroz formirane grafikone iz Google obrasca. Grafikoni su obrađeni tekstualno, a sve kako bi se dobio jednostavan i jasan uvid u dobivene rezultate.

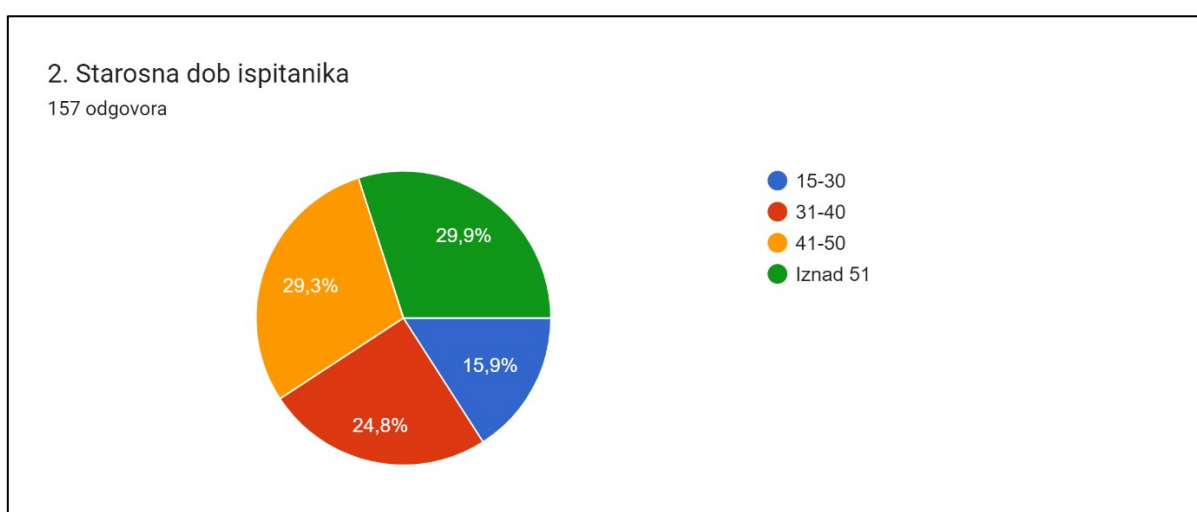
Grafikon 1 Spol ispitanika



Izvor: izrada autorice

Grafikon 1 prikazuje spol ispitanika. Od ukupno 157 osoba, ispitano je 118 osoba ženskog spola (75,2 %) i 39 osoba muškog spola (24,8 %).

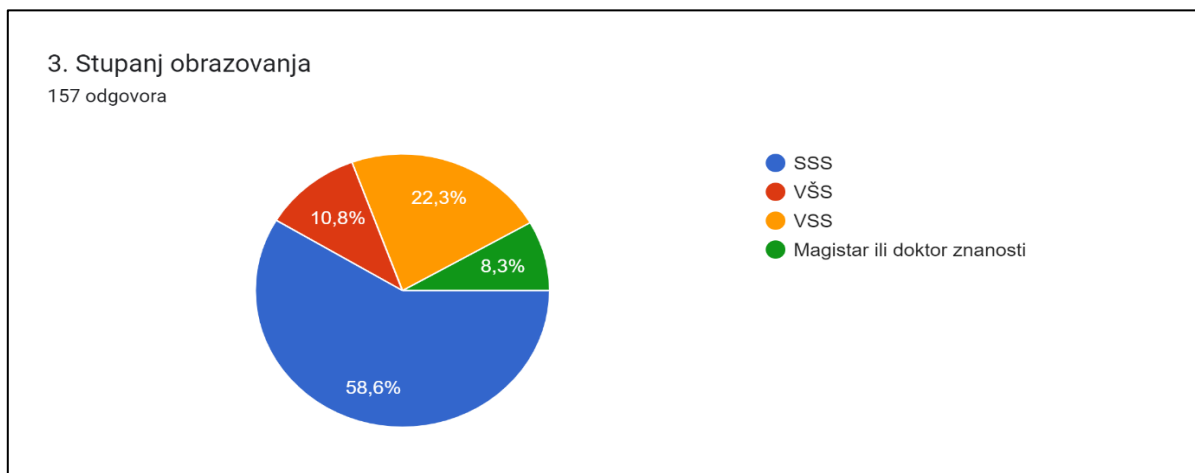
Grafikon 2 Starosna dob ispitanika



Izvor: izrada autorice

Grafikon 2 prikazuje starosnu dob ispitanika. Najveći broj ispitanika je iznad 51 godinu, njih 47 (29,9 %), a odmah slijede ispitanici između 41 i 50 godina, njih 46 (29,3 %). Između 31 i 40 godina je njih 39 (24,8 %) te između 15 i 30 godina njih 25 (15,9 %).

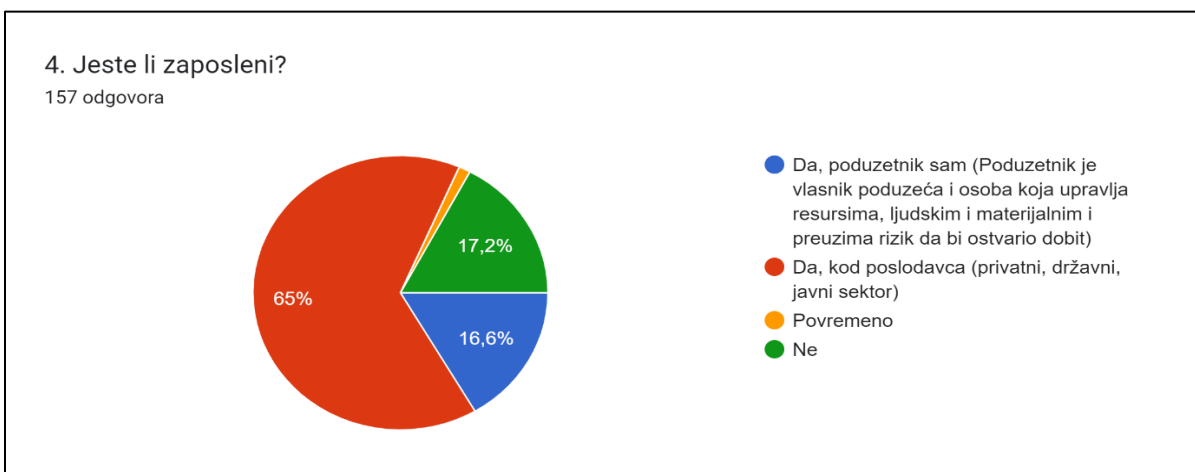
Grafikon 3 Stupanj obrazovanja



Izvor: izrada autorice

Grafikon 3 prikazuje stupanj obrazovanja ispitanika. Ispitanika koji imaju srednju stručnu spremu je najviše, njih 92 (58,6 %), ispitanika koji imaju višu stručnu spremu je 17 (10,8 %), ispitanika koji imaju visoku stručnu spremu je 35 (22,3 %) te ispitanika koji su magistri ili doktori znanosti njih 13 (8,3 %).

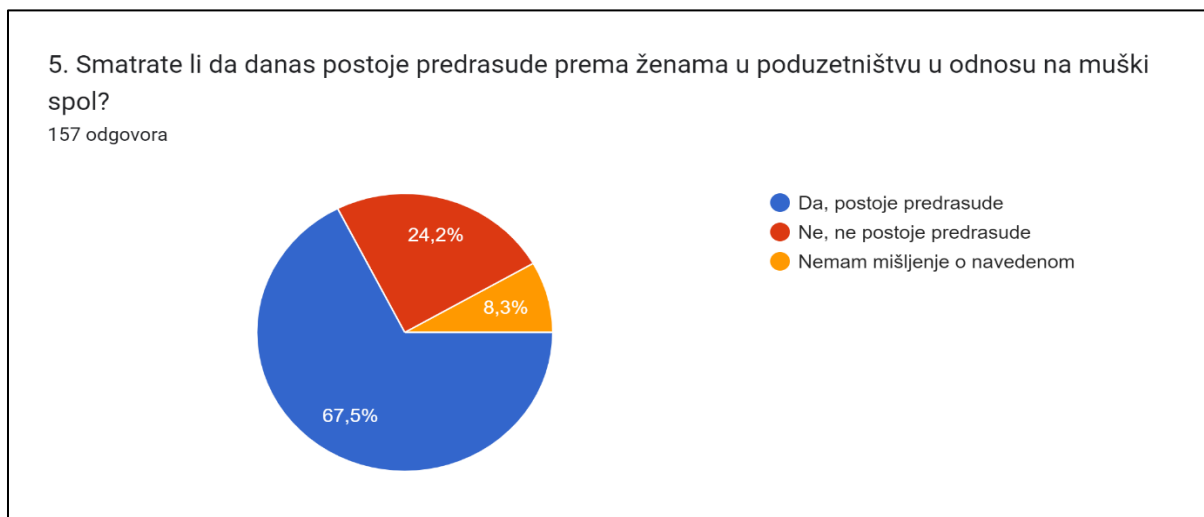
Grafikon 4 Zaposlenost ispitanika



Izvor: izrada autorice

Grafikon 4 prikazuje zaposlenost ispitanika. U ukupnom broju ispitanika najviše je onih koji su zaposleni kod poslodavca (privatni, državni ili javni sektor) i to njih 102 (65 %), slijede ih nezaposleni, njih 27 (17,2 %), poduzetnika je ukupnom broju ispitanih 26 (16,6 %), a povremeno su zaposlene 2 osobe (1,3 %).

Grafikon 5 Mišljenje ispitanika o predrasudama prema ženama u poduzetništvu u odnosu na muški spol



Izvor: izrada autorice

Grafikon 5 prikazuje mišljenje ispitanika o predrasudama prema ženama u poduzetništvu u odnosu na muški spol. Ukupno 106 ispitanika (67,5 %) smatra kako postoje predrasude, njih 38 (24,2 %) smatra kako ne postoje predrasude dok njih 13 (8,3 %) nema mišljenje o postavljenom pitanju.

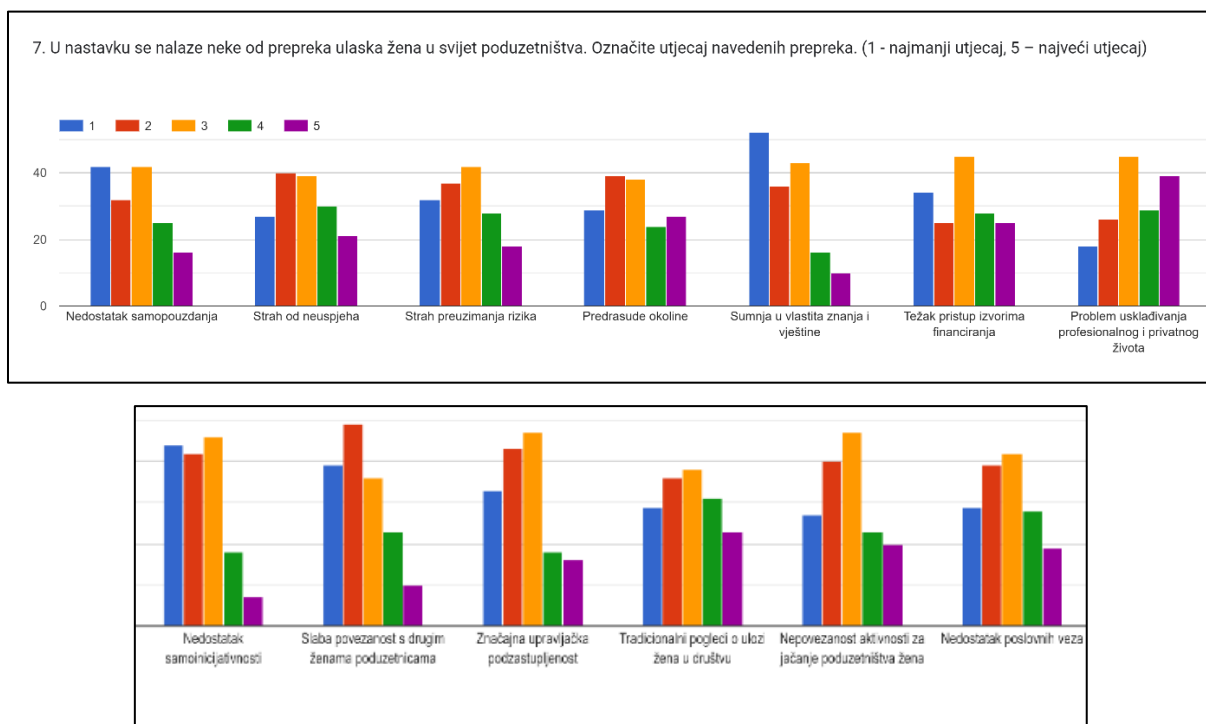
Grafikon 6 Mišljenje ispitanika o preprekama ulaska žena u svijet poduzetništva



Izvor: izrada autorice

Grafikon 6 prikazuje mišljenje ispitanika o preprekama ulaska žena u svijet poduzetništva. Ukupno 92 ispitanika (58,6 %) mišljenja je kako postoje prepreke, 47 ispitanika (29,9 %) mišljenja je kako ne postoje prepreke, a 18 ispitanika (11,5 %) nema mišljenje o postavljenom pitanju.

Grafikon 7 Odabir utjecaja prepreka (1. i 2. dio)



Izvor: izrada autorice

Grafikon 7 prikazuje utjecaj prepreka ulaska žena u svijet poduzetništva. Prepreke navedene u ovom pitanju odnose se na one prepreke već ranije definirane u postojećim teorijama i istraživanjima o ženama u poduzetništvu. Ispitanici su u ovom pitanju za svaku od navedenih prepreka trebali označiti razinu utjecaja od 1 – najmanji utjecaj do 5 – najveći utjecaj.

Prepreku nedostatak samopouzdanja prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 42 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 32 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 42 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 25 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 16 ispitanika.

Prepreku strah od neuspjeha prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 27 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 40 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 39 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 30 ispitanika dok je ocjenu 5 označio 21 ispitanik.

Prepreku strah preuzimanja rizika prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 32 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 37 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 42 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 28 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 18 ispitanika.

Prepreku predrasude okoline prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 29 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 39 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 38 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 24 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 27 ispitanika.

Prepreku sumnja u vlastita znanja i vještine prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 52 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 36 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 43 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 16 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 10 ispitanika.

Prepreku težak pristup izvorima financiranja prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 34 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 25 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 45 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 28 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 25 ispitanika.

Prepreku problem usklađivanja profesionalnog i privatnog života prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 18 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 26 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 45 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 29 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 39 ispitanika.

Prepreku nedostatak samoinicijativnosti prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 44 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 42 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 46 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 18 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 7 ispitanika.

Prepreku slaba povezanost s drugim ženama poduzetnicama prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 39 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 49 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 36 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 23 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 10 ispitanika.

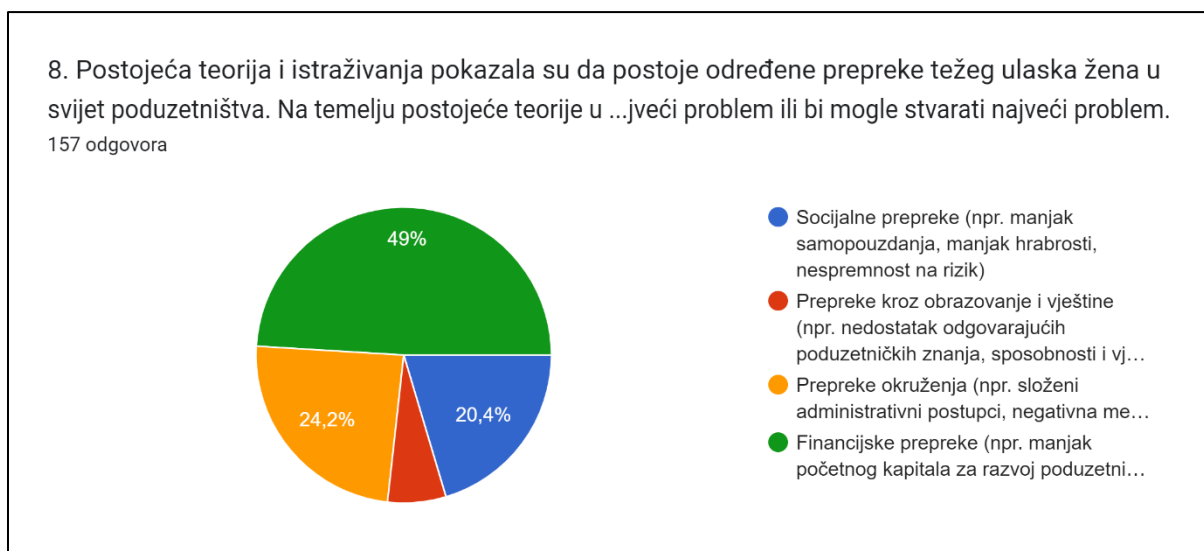
Prepreku značajna upravljačka podzastupljenost prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 33 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 43 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 47 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 18 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 16 ispitanika.

Prepreku tradicionalni pogledi o ulozi žena u društvu prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 29 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 36 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 38 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 31 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 23 ispitanika.

Prepreku nepovezanost aktivnosti za jačanje poduzetništva žena prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 27 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 40 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 47 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 23 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 20 ispitanika.

Prepreku nedostatak poslovnih veza prema stupnju utjecaja ocjenom 1 označilo je 29 ispitanika, ocjenom 2 označilo je 39 ispitanika, ocjenom 3 označilo je 42 ispitanika, ocjenom 4 označilo je 28 ispitanika dok je ocjenu 5 označilo 19 ispitanika.

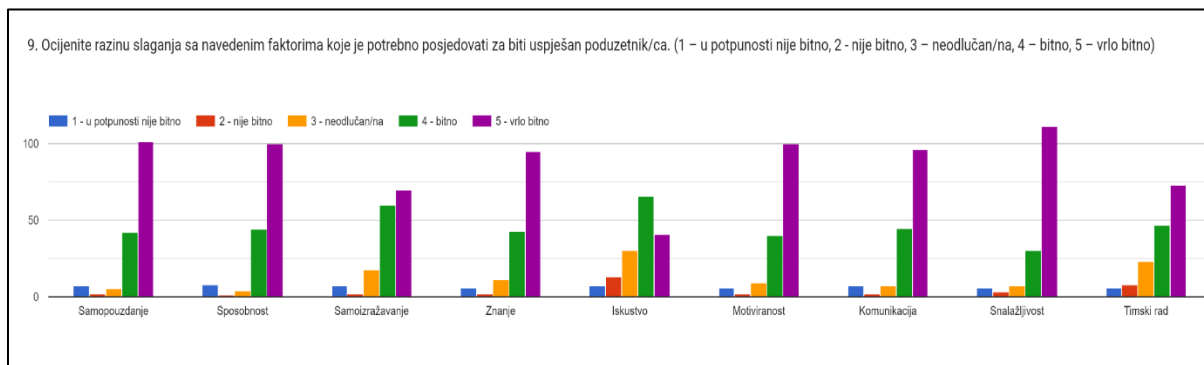
Grafikon 8 Mišljenje ispitanika na temelju klasifikacije prepreka



Izvor: izrada autorice

Grafikon 8 prikazuje mišljenje ispitanika na temelju klasifikacije prepreka. Ispitanici su se trebali odlučiti koje od navedenih prepreka stvaraju najveći problem ili bi mogle stvarati najveći problem za ulazak žena u svijet poduzetništva. Najveći broj ispitanika njih 77 (49 %) smatraju kako su najveći problem financijske prepreke, slijede ih prepreke okruženja za koje se odlučilo 38 ispitanika (24,2 %), za socijalne prepreke odlučila su se 32 ispitanika (20,4 %). Prema dobivenim rezultatima samo 10 ispitanika (6,4 %) odlučilo se za prepreke kroz obrazovanje i vještine kao najveći problem ulaska žena u svijet poduzetništva.

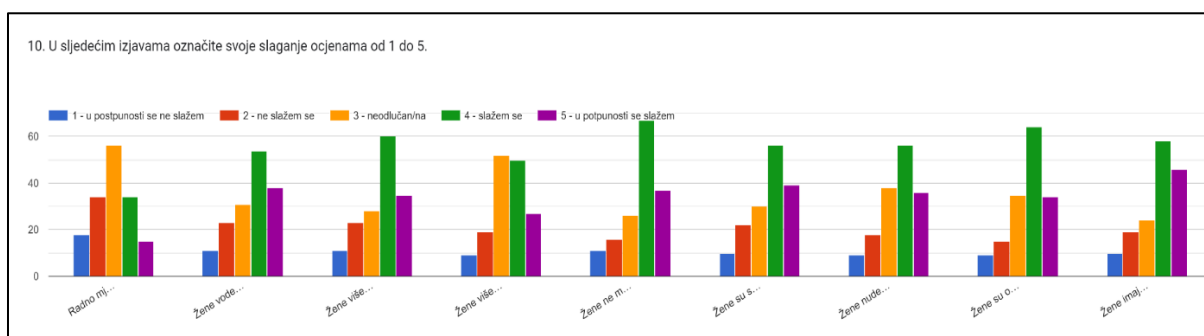
Grafikon 9 Mišljenje ispitanika o posjedovanju faktora za biti uspješan poduzetnik/ca



Izvor: izrada autorice

Grafikon 9 prikazuje razinu slaganja ispitanika na temelju ponuđenih faktora koje je potrebno posjedovati za biti uspješan poduzetnik/ca. Od ukupnog broja ispitanika, ocjenu 5 – vrlo bitan faktor, ispitanici potvrđuju na sljedeći način: kod faktora samopouzdanja 101 ispitanik, faktor sposobnosti 100 ispitanika, faktor samoizražavanja 70 ispitanika, faktor znanja 95 ispitanika, faktor iskustva 41 ispitanika, faktor motiviranosti 100 ispitanika, faktor komunikacije 96 ispitanika, faktor snalažljivosti 111 ispitanika, faktor timskog rada 73 ispitanika. Može se reći kako su ispitanici najsloženiji bili oko posjedovanja faktora snalažljivosti. U prosjeku oko 7 ispitanika smatra kako navedeni faktori u potpunosti nisu bitni potvrđujući ocjenu 1, odnosno mišljenja su kako nije potrebno navedene faktore posjedovati za biti uspješan poduzetnik/ca.

Grafikon 10 Slaganje ispitanika s ponuđenim izjavama



Izvor: izrada autorice

Grafikon 10 prikazuje različite izjave gdje su ispitanici trebali odrediti razinu slaganja s istima. Rezultati su prikazani na način kako je većina ispitanika od ukupnog broja ispitanika odredila razinu slaganja svakom pojedinom izjavom:

Radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije budući da su ženska poduzeća manja i zatvaraju manje radnih mjesta – najveći broj ispitanika njih 56 odlučilo se za ocjenu 3 – neodlučan/na.

Žene vode veću brigu za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose – najveći broj ispitanika njih 54 odlučilo se za ocjenu 4 – slažem se.

Žene više podupiru svoje zaposlene u njihovim ambicijama – najveći broj ispitanika njih 60 odlučilo se za ocjenu 4 – slažem se.

Žene više ulažu u školovanje zaposlenih – najveći broj ispitanika njih 52 odlučilo se za ocjenu 3 – neodlučan/na.

Žene ne mjere uspjeh samo profitom, već i zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međuljudskim odnosima – najveći broj ispitanika njih 67 odlučilo se za ocjenu 4 – slažem se.

Žene su spremnije na timski rad, važniji im je uspjeh organizacije ili neke ideje nego ego – najveći broj ispitanika njih 56 odlučilo se za ocjenu 4 – slažem se.

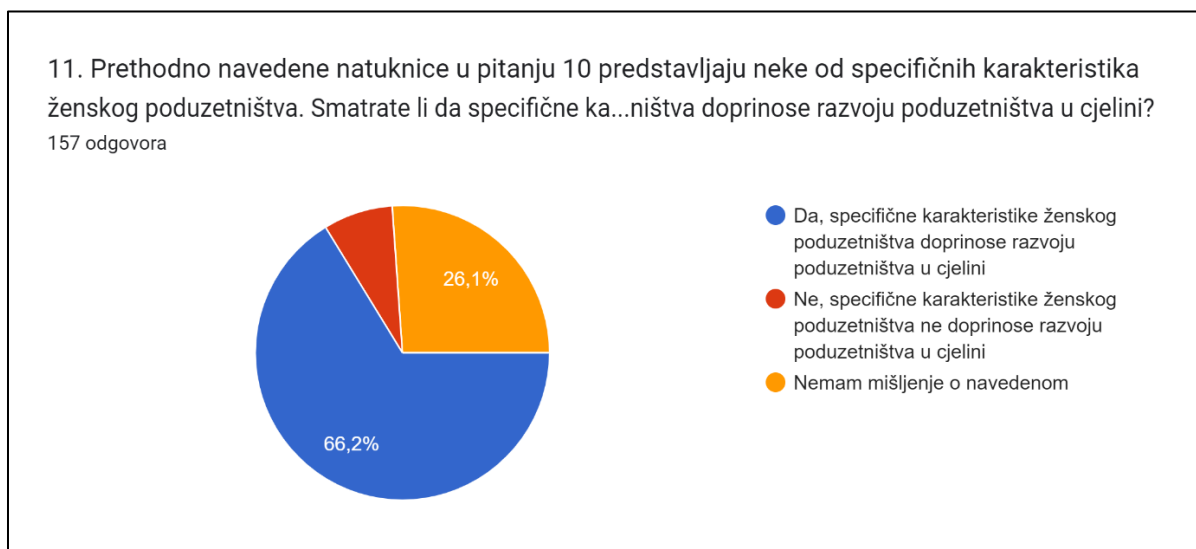
Žene nude više mogućnost za naknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme, širokogrudnije su kad je u pitanju porodiljni dopust – najveći broj ispitanika njih 56 odlučilo se za ocjenu 4 – slažem se.

Žene su opreznije kod uzimanja kredita – najveći broj ispitanika njih 64 odlučilo se za ocjenu 4 – slažem se.

Žene imaju veći osjećaj empatije prema zaposlenima i prema svojim suradnicima – najveći broj ispitanika njih 58 odlučilo se za ocjenu 4 – slažem se.

U prosjeku se oko 11 ispitanika u potpunosti ne slaže sa navedenim izjavama, a koje se odnose na specifične karakteristike ženskog poduzetništva, a čiji će rezultati biti obrađeni u pitanju 11 ovog anketnog istraživanja.

Grafikon 11 Mišljenje ispitanika o specifičnim karakteristikama ženskog poduzetništva



Izvor: izrada autorice

Grafikon 11 prikazuje mišljenje ispitanika o tome doprinose li specifične karakteristike definirane izjavama u pitanju 10 razvoju poduzetništva u cjelini. Ispitanici njih 104 (66,2 %) složilo se kako specifične karakteristike ženskog poduzetništva doprinose razvoju poduzetništva u cjelini dok njih 12 (7,6 %) smatraju suprotno. Za ponuđeni odgovor nemam mišljenje o navedenom složilo se 41 (26,1 %) ispitanik.

Grafikon 12 Mišljenje ispitanika o razlici ženskog i muškog poduzetništva



Izvor: izrada autorice

Grafikon 12 prikazuje mišljenje ispitanika o tome slažu li se kako ne treba raditi razliku između žena u poduzetništvu i muškaraca u poduzetništvu. Ovdje su se gotovo svi ispitanici

njih 147 (93,6 %) složilo oko toga kako ne treba pronalaziti razlike između ženskog i muškog poduzetništva, ipak 6 (3,8 %) ispitanika mišljenja su kako je razliku potrebno uvidjeti.

Grafikon 13 Okruženje ispitanika - žene poduzetnice ili muškarci poduzetnici



Izvor: izrada autorice

Grafikon 13 prikazuje poznaju li ispitanici u svome okruženju više žena poduzetnica, muškaraca poduzetnika ili podjednako i jedne i druge. Velik broj ispitanika njih 116 (73,9 %) poznaju više muškaraca poduzetnika, njih 8 (5,1 %) poznaju više žena poduzetnica dok njih 33 (21 %) podjednako u svome okruženju poznaju i žene i muškarce poduzetnike/ce.

Grafikon 14 Mišljenje ispitanika o stanju društva i okruženja prema poticanju žena na razvoj vlastitih poslovnih pothvata



Izvor: izrada autorice

Grafikon 14 prikazuje trenutno stanje o tome kako društvo i okruženje potiču žene na razvoj vlastitih poslovnih pothvata. Ispitanici njih 87 (55,4 %) smatraju kako društvo i okruženje ne potiču žene na razvoj vlastitih poslovnih pothvata dok njih 46 (29,3 %) smatra kako potiču. Neki ispitanici njih 24 (15,3 %) nije se moglo odlučiti.

4.3. Rasprava

Raspravom i interpretacijom rezultata ovog anketnog istraživanja dobivaju se odgovori na postavljeno problemsko pitanje, zadatke i cilj istraživanja. Kod sociodemografskih pitanja vidljivo je kako su anketni upitnik ispunili ispitanica zaista različitih dobnih skupina. Budući da tema nije određena na način da treba uključivati samo jednu dobnu skupinu kako bi se dobili kvalitetni odgovori, bilo je zanimljivo i korisno dobiti pregled odgovora od mlađe skupine ispitanika sve do starije skupine ispitanika upravo zbog različitih godina iskustva u poslovnom svijetu. Obratimo li pažnju na pitanje u kojem su ispitanici trebali odgovoriti jesu li zaposleni, može se vidjeti kako je najveći broj ispitanika zaposlen u privatnom, državnom ili javnom sektoru, puno manji je broj onih ispitanika koji su poduzetnici. Već na ovom broju od 157 ispitanika vidljivo je kako je i dalje biti vlasnik svoje tvrtke ili odlučiti se i prepoznati vlastitu poslovnu ideju ipak teže nego je to biti zaposlenik nekog drugog poduzeća.

Pitanje 5 anketnog istraživanja bavilo se utvrđivanjem postojanja predrasuda prema ženama u poduzetništvu u odnosu na muški spol, a rezultati su pokazali kako je više onih i veći broj onih ispitanika koji smatraju kako predrasude postoje. Od takvih dobivenih odgovora u kojem je utvrđeno kako predrasude postoje može se krenuti u obradu postavljenih hipoteza 1 i 2. Ako postoje predrasude, razumljivo je da time dolaze i određeni izazovi i prepreke, tumačenja, ali i specifično promatranje na ono kako i u kojim uvjetima žene odlučuju biti poduzetnice.

Hipoteza 1 Socijalne prepreke predstavljaju glavne prepreke ulaska žena u poduzetništvo.

Utvrđeno je kako u socijalne prepreke ulaze manjak samopouzdanja, nedostatak hrabrosti, nespremnost na rizične situacije. Socijalne prepreke često znaju biti problem ne samo kod dvojbe oko spremnosti ulaska žena u svijet poduzetništva, već općenito u poslovnom svijetu. Kako bi se navedena hipoteza potvrdila ili odbacila, potrebno je bilo dobiti odgovore na pitanja 6, 7 i 8. Dobiveni rezultati iz pitanja 6 potvrdili su kako veći broj ispitanika smatra da određene prepreke ulaska žena u poduzetništvo zaista postoje. U pitanju 8 ispitanici su imali klasifikaciju

prepreka gdje su ipak trebali odlučiti koja od navedene skupine prepreka ipak može biti najveći problem. Rezultati su pokazali kako se najveći broj ispitanika odlučio za financijske prepreke. Uzme li se u obzir i pitanje 7 gdje su navedene prepreke bile samo izdvojene iz ukupne klasifikacije gdje je trebalo ocijeniti njihov utjecaj, rezultati za navedenu prepreku: Težak pristup izvorima financiranja, potvrđuju rezultate dobivene u pitanju 8. Na temelju obrađenih rezultata, hipoteza 1 se odbacuje. Financijske prepreke su za ispitanike glavna skupina prepreka ulaska žena u poduzetništvo, a ne socijalne prepreke kako je početno postavljeno hipotezom 1.

Hipoteza 2 Specifične karakteristike ženskog poduzetništva doprinose razvoju poduzetništva u cjelini.

Neovisno radi li se o poduzetnicama ili poduzetnicima, činjenica je kako i žene i muškarci imaju sebi specifične urođene karakteristike ili naučene sposobnosti i vještine odnosno kompetencije koje im mogu pomoći ili odmoći bili oni vlasnici svojih tvrtki ili zaposleni u privatnom, državnom ili javnom sektoru. Postojeće teorija je prepoznala kako ipak postoje određene specifične karakteristike koje su nešto naglašenije kod žena nego je to slučaj kod muškaraca. Kako bi se isto provjerilo, navedena hipoteza potvrdila ili odbacila, potrebno je bilo dobiti odgovore na pitanja 9,10 i 11. Iz dobivenih rezultata na pitanje 9 u kojem su ispitanici imali ponuđene faktore koje je potrebno posjedovati za biti uspješan poduzetnik/ca, može se reći kako su ispitanici bili sigurni da su svi faktori vrlo bitni počevši od samopouzdanja pa sve do timskog rada. Neki više, neki manje, ali za biti uspješan poduzetnik/ca neupitno je da trebate imati naglašene neke od navedenih faktora. Pitanje 10 formirano je kroz izjave, izjave koje zapravo predstavljaju specifične karakteristike za koje do sada obrađena teorija smatra kako su kod žena izraženije i mogu doprinijeti razvoju poduzetništva u cjelini. Rezultati iz pitanja 10 pokazali su kako su sve izjave dobile najviše ocjenu 4, odnosno vrlo dobro razinu slaganja od većine ispitanika. Sve obrađeno pitanjem 10, potvrđeno je i u pitanju 11 gdje je prevladao broj onih ispitanika koji smatraju kako specifične karakteristike ženskog poduzetništva doprinose razvoju poduzetništva u cjelini. Time se hipoteza 2 potvrđuje.

Ostaje još u ovom poglavlju rasprave ukratko osvrnuti se i na preostala četiri pitanja, odnosno na pitanja 12, 13 i 14. Pitanja su postavljena kako bi se dobilo viđenje i za neka buduća istraživanja. Ispitanici su u pitanju 12 bili vrlo složni oko toga kako ne treba raditi razliku između ženskog i muškog poduzetništva, što dovodi do zaključka kako je potrebno i dalje raditi na smanjenju razlika koje su postavljene i u koje pojedini i dalje vjeruju. Iako je društvo u tome segmentu napredovalo i dalje isto nije moguće zanemariti. Iz pitanja 13 apsolutno se prepoznaje veći broj muškaraca poduzetnika jer od ukupno 157 ispitanika njih 116 i dalje u svom okruženju

poznaje više muških poduzetnika nego je to žena. Takav rezultat daje na znanje kako su žene u poduzetništvu napredovale, ali i dalje nedovoljno brzo i nedovoljno zastupljeno. Iz zadnjeg pitanja, pitanja 14, nije velika razlika, ali i dalje više ispitanika smatra kako društvo i okruženje ne potiču dovoljno žene na razvoj vlastitih poslovnih pothvata. Teorijom se utvrdilo kako su brojne aktivnosti i programi kako u Hrvatskoj tako i u svijetu upravo kako bi se potaknulo uključivanje žena u svijet poduzetništva, ali i dalje treba raditi na razvoju istih.

5. ZAKLJUČAK

Imati „poduzetničku crtu“ nije dovoljno kako bi se postigao uspjeh na suvremenom tržištu. Suvremeno tržište uvelike se razlikuje u svemu od onoga kako je bilo nekada. Osobne karakteristike, stečena znanja i vještine, razvoj kompetencije neophodno je za daljnji razvoj čovjeka u kojem god području poslovnog svijeta se nalazio.

Žene u poduzetništvu postale su područje interesa istraživača, nositelja politike, ali i sveukupne populacije. Iz teorije se može zaključiti kako je svim zemljama zajedničko i dalje manji broj žena u poduzetničkim aktivnostima. Kako bi žene mogle lakše krenuti u svijet poduzetništva, potrebno je da se poklope nekoliko uvjeta, počevši od gospodarskog okruženja, političkog okruženja, pravnog okruženja sve do kulturnog okruženja.

Obradom teorije, ali i anketnim istraživanjem utvrđeno je kako prepreke predstavljaju smetnju za brži razvoj poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj. Neke više, neke manje, ali socijalne prepreke, prepreke okruženja, prepreke obrazovanja i vještina, financijske prepreke postoje i predstavljaju veliki izazov. Kako bi razvoj žene u poduzetništvu bio brže vidljiv nužno je mijenjati percepciju i stavove koje društvo ima. Žene je potrebno poticati na poduzetničko obrazovanje te pružati im što veću potporu. Neupitno je da je i društvo napredovalo u razmišljanju o ovoj temi, ali može se reći i dalje nedovoljno. Žene prihvaćaju izazovnu ulogu, a to je nositi i upravljati utjecajem koji nose u svojoj obitelji, ostvariti svoje želje i potencijale, razvijati i realizirati vlastite ideje.

6. LITERATURA

Knjige:

1. Birkner et al. (2018) *Women's entrepreneurship in Europe: Multidimensional research and case study insights*. Springer.
2. Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2011) *Poduzetništvo*. Mate.
3. Kuratko, D. F.; Hodgetts, R. M. (2004) *Entrepreneurship*. Mason: Thomson South Western.
4. Turk, M. (1999) *Poduzetništvo za 21. stoljeće-priručnik za učitelje/trenere, savjetnike i promotore poduzetništva*. Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, Zagreb.
5. Vinze, M. D. (1987) *Women Entrepreneurs in India: A Socio-economic Study of Delhi. 1975-85*, Indija: Mittal Publications.

Članci:

6. Borčić, N.; Kostelac, S. (2014) Analiza značajki rodno uvjetovanog komunikacijskog stila u poduzetničkom diskursu. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 5(2), str. 7-16.
7. Brush, C. G.; de Bruin, A.; Welter, F. (2009) A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), str. 8–24.
8. Ferik, M. (2013) Boosting women entrepreneurship in Western Balkan countries-critical analysis and best practices. *Učenje za poduzetništvo*, 3(1), str. 49-56.
9. Henry, C.; Foss, L.; Ahl, H. (2016) Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), str. 217–241.
10. Ivanković, D.; Kulenović, Ž.; Sudarić, Ž. (2016) Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj. *International scientific conference Knowledge based sustainable economic development*, str. 576-582.
11. Kružić, D. (2007) Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomska misao i praksa*, 16(2), str. 167-191.
12. Minniti, M.; Arenius, P. (2003) Women in entrepreneurship. In *The entrepreneurial advantage of nations. First annual global entrepreneurship symposium*, Vol. 29, str. 1-28.

13. Roy, S.; Manna, S. (2014) Women in entrepreneurship: Issues of motivation and choice of business. *Journal of Entrepreneurship and Management*, 3(2).
14. Softić, L. (2021) Značaj feminističke ekonomije i ženskog poduzetništva za regionalni razvoj. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 11(1), str. 82-93.
15. Štavlić, K. (2018) *Mikro poduzetništvo - resursi, potencijali i uspješnost*. Požega: Veleučilište u Požegi.
16. Stilin, A. (2016) Suvremeni trendovi u poduzetništvu. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 7(1), str. 39-46.
17. Zirdum, G.; Cvitanović, V. (2017) Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 7(2), str. 205-222.

Diplomski i završni radovi:

18. Furundžija, K. (2021) *Žene i poduzetništvo*. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet.
19. Mutavdžić, D. (2023) *Utjecaj poduzetništva na razvoj gospodarstva države*. Završni rad. Varaždin: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike.

Internet izvori:

20. CEPOR (2022) *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: „MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOJ U UVJETIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-19“*, <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf> [pristup: 26.7.2024.]
21. MINPO (2014-2020) *Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj*, https://mingo.gov.hr/UserDocsImages/GLAVNO%20TAJNI%C5%A0TVO/Strategija,%20planovi%20i%20ostali%20dokumenti/Strategija_razvoja_poduzetni%C5%A1tva_zena_RH12117.pdf [pristup: 25.7.2024.]
22. World Bank Group (2017) *Women entrepreneurs and access to finance : program profiles from around the world*, <https://documents.worldbank.org/pt/publication/documentsreports/documentdetail/434>

[111484644430498/women-entrepreneurs-and-access-to-finance-program-profiles-from-around-the-world](https://doi.org/10.111484644430498/women-entrepreneurs-and-access-to-finance-program-profiles-from-around-the-world) [pristup: 26.7.2024.]

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Slika 1 5M okvir - poduzetnički pothvat.....	3
Grafikon 1 Spol ispitanika.....	13
Grafikon 2 Starosna dob ispitanika	13
Grafikon 3 Stupanj obrazovanja.....	14
Grafikon 4 Zaposlenost ispitanika.....	14
Grafikon 5 Mišljenje ispitanika o predrasudama prema ženama u poduzetništvu u odnosu na muški spol	15
Grafikon 6 Mišljenje ispitanika o preprekama ulaska žena u svijet poduzetništva.....	15
Grafikon 7 Odabir utjecaja prepreka (1. i 2. dio)	16
Grafikon 8 Mišljenje ispitanika na temelju klasifikacije prepreka	18
Grafikon 9 Mišljenje ispitanika o posjedovanju faktora za biti uspješan poduzetnik/ca	19
Grafikon 10 Slaganje ispitanika s ponuđenim izjavama	19
Grafikon 11 Mišljenje ispitanika o specifičnim karakteristikama ženskog poduzetništva	21
Grafikon 12 Mišljenje ispitanika o razlici ženskog i muškog poduzetništva.....	21
Grafikon 13 Okruženje ispitanika - žene poduzetnice ili muškarci poduzetnici.....	22
Grafikon 14 Mišljenje ispitanika o stanju društva i okruženja prema poticanju žena na razvoj vlastitih poslovnih pothvata	22

POPIS KRATICA

GEM Global Entrepreneurship Monitor – Globalni monitor poduzetništva, Svjetsko istraživanje poduzetničke aktivnosti

GAB Global Banking Alliance for Women – Globalni bankarski savez za žene

TEA Total Entrepreneurial Activity Indeks – Ukupni indeks poduzetničke aktivnosti

POPIS PRILOGA

PRILOG 1 - ISTRAŽIVANJE O IZAZOVIMA RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Dragi ispitanici,

za potrebe završnog rada provodim anketno istraživanje o izazovima razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Anketa je u potpunosti anonimna. Unaprijed zahvaljujem na Vašem izdvojenom vremenu za ispunjavanje ove ankete i nadam se potpuno iskrenim odgovorima jer samo takvi mogu koristiti za kvalitetno razumijevanje teme istraživanja. Vašim odgovorima dobit će se još jedna slika, stanje i mogućnosti napretka žena u svijetu poduzetništva.

Danijela Kordoš

Pitanje 1. Spol ispitanika

Ž

M

Pitanje 2. Starosna doba ispitanika

15-30

31-40

41-51

Iznad 51

Pitanje 3. Stupanj obrazovanja ispitanika

SSS

VŠS

VSS

Magistar ili doktor znanosti

Pitanje 4. Jeste li zaposleni?

Da, poduzetnik sam (*Poduzetnik je vlasnik poduzeća i osoba koja upravlja resursima, ljudskim i materijalnim i preuzima rizik da bi ostvario dobit*)

Da, kod poslodavca (privatni, državni, javni sektor)

Povremeno

Ne

Pitanje 5. Smatrate li da danas postoje predrasude prema ženama u poduzetništvu u odnosu na muški spol?

Da, postoje predrasude

Ne, ne postoje predrasude

Nemam mišljenje o navedenom

Pitanje 6. Smatrate li da postoje određene prepreke ulaska žena u svijet poduzetništva?

Da, postoje prepreke

Ne, ne postoje prepreke

Nemam mišljenje o navedenom

Pitanje 7. U nastavku se nalaze neke od prepreka ulaska žena u svijet poduzetništva.

Označite utjecaj navedenih prepreka. (1 - najmanji utjecaj, 5 – najveći utjecaj)

- Nedostatak samopouzdanja
- Strah od neuspjeha
- Strah preuzimanja rizika
- Predrasude okoline
- Sumnja u vlastita znanja i vještine
- Težak pristup izvorima financiranja
- Problem usklađivanja profesionalnog i privatnog života
- Nedostatak samoinicijativnosti
- Slaba povezanost s drugim ženama poduzetnicama
- Značajna upravljačka podzastupljenost
- Tradicionalni pogledi o ulozi žena u društvu
- Nepovezanost aktivnosti za jačanje poduzetništva žena
- Nedostatak poslovnih veza

Pitanje 8. Postojeća teorija i istraživanja pokazala su da postoje određene prepreke težeg ulaska žena u svijet poduzetništva. Na temelju postojeće teorije u kojoj je definirana klasifikacija prepreka koje su razlog sporijeg pristupa žena prema poduzetničkim pothvatima i svijetu poduzetništva, koje od navedenih prepreka prema vašem mišljenju stvaraju najveći problem ili bi mogle stvarati najveći problem.

1. Socijalne prepreke (npr. manjak samopouzdanja, manjak hrabrosti, nespremnost na rizik),
2. Prepreke kroz obrazovanje i vještine (npr. nedostatak odgovarajućih poduzetničkih znanja, sposobnosti i vještina),
3. Prepreke okruženja (npr. složeni administrativni postupci, negativna medijska prezentacija poduzetništva u društvu, nedovoljno promicanje pozitivnih primjera i dobre prakse, nedovoljna suradnja između različitih institucija),
4. Financijske prepreke (npr. manjak početnog kapitala za razvoj poduzetničkog pothvata, nedostatak informacija i neodgovarajuće informacije o postojećim državnim financijskim potporama, nepovoljan sustav oporezivanja, odnos banaka prema malim poduzetnicima).

Pitanje 9. Ocijenite razinu slaganja sa navedenim faktorima koje je potrebno posjedovati za biti uspješan poduzetnik/ca. (1 – u potpunosti nije bitno, 2 – nije bitno, 3 – neodlučan/na, 4 – bitno, 5 – vrlo bitno)

- Samopouzdanje
- Sposobnost
- Samoizražavanje
- Znanje
- Iskustvo
- Motiviranost
- Komunikacija
- Snalažljivost
- Timski rad

Pitanje 10. U sljedećim izjavama označite kvačicom svoje slaganje ocjenama od 1 do 5. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – neodlučan/na sam, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

- Radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije budući da su ženska poduzeća manja i zatvaraju manje radnih mjesta.
- Žene vode veću brigu za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose.
- Žene više podupiru svoje zaposlene u njihovim ambicijama.
- Žene više ulažu u školovanje zaposlenih.
- Žene ne mjere uspjeh samo profitom, već i zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međuljudskim odnosima.
- Žene su spremnije na timski rad, važniji im je uspjeh organizacije ili neke ideje nego ego.
- Žene nude više mogućnost za naknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme, širokogrudnije su kad je u pitanju porodiljni dopust.
- Žene su opreznije kod uzimanja kredita.
- Žene imaju veći osjećaj empatije prema zaposlenima i prema svojim suradnicima.

Pitanje 11. Prethodno navedene natuknice u pitanju 11 predstavljaju neke od specifičnih karakteristika ženskog poduzetništva. Smatrate li da specifične karakteristike ženskog poduzetništva doprinose razvoju poduzetništva u cjelini?

Da, specifične karakteristike ženskog poduzetništva doprinose razvoju poduzetništva u cjelini
Ne, specifične karakteristike ženskog poduzetništva ne doprinose razvoju poduzetništva u cjelini

Nemam mišljenje o navedenom

Pitanje 12. Smatrate li da ne treba raditi razliku između ženskog i muškog poduzetništva?

Smatram da ne treba raditi razliku

Smatram da treba raditi razliku

Ne znam

Pitanje 13. U svom okruženju više poznam žena poduzetnica ili muškaraca poduzetnika?

Žena poduzetnica

Muškaraca poduzetnika

Podjednako

Pitanje 14. Smatrate li da društvo i okruženje potiču žene na razvoj vlastitih poslovnih pothvata?

Smatram da potiču

Smatram da ne potiču

Ne znam

IZJAVA O AUTORSTVU RADA

Ja, **Danijela Kordoš**, pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog/diplomskog rada pod naslovom: **Izazovi razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj** te da u navedenom radu nisu na nedozvoljen način korišteni dijelovi tuđih radova.

U Požegi, 11.09.2024.

Potpis studenta

Danijela Kordoš