

Status žene u procesu napredovanja u karijeri

Mihocek, Patricija

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:783053>

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

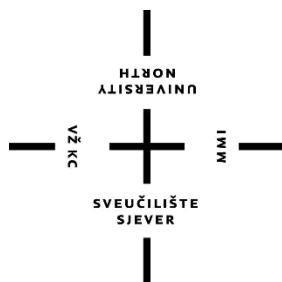
Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-01**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br.

Status žene u procesu napredovanja u karijeri

Patricija Mihocek, 1196/336

Koprivnica, rujan 2019. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za ekonomiju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment u medijima

PRISTUPNIK Patricija Mihocek

MATIČNI BROJ 1109/336

DATUM 08.02.2019.

KOLEGIJ Poslovna psihologija i medijsko komuniciranje

NASLOV RADA Status žene u procesu napredovanja u karijeri

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU The status of women in the career advancement process

MENTOR Ana Globočnik Žunac

ZVANJE docent

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. izv.prof.dr.sc. Ante Rončević, predsjednik povjerenstva
2. Ivana Grabar, viši pred., član
3. doc.dr.sc. Ana Globočnik Žunac, član mentor
4. Ivana Martinčević, pred., zamjenski član
- 5.

Zadatak završnog rada

BROJ 131/PMM/2019

OPIS

Polazeći od činjenice da različiti pojavni oblici diskriminacije kao ponašajne posljedice neke predrasude mogu značajno utjecati na efektivnost poslovanja, cilj ovog rada je na temelju primarnog istraživanja utvrditi stavove

ispitanika o statusu i percepciji žene u procesu poslovnog napredovanja i razvijanju poslovne karijere.

U okviru izrade ovog završnog rada studentica će ostvariti sljedeće zadatke:

- odrediti proces stvaranja stava, posebno stava predrasude i pojavu stereotipa;
- pojasniti kako dolazi do stvaranja diskriminacije;
- utvrditi iz teorije dostupne činjenice o utjecaju diskriminacije na poslovne procese i učinak poslovanja;
- proučiti rezultate ranijih istraživanja o statusu žena u poslovnom svijetu i u Hrvatskoj;
- provesti primarno istraživanje s ciljem utvrđivanja stavova ispitanika o statusu žene u poslovanju, posebno:
- utvrditi pojavne oblike diskriminacije žena u poslovanju ukoliko ih ima i
- analizirati i diskutirati dobivene rezultate istraživanja.

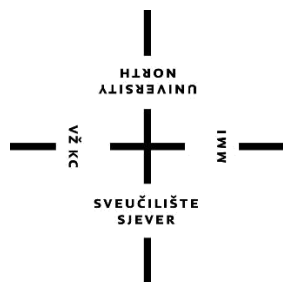
ZADATAK URUČEN

28/2/2019

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SJEVER





Sveučilište Sjever

Odjel za poslovanje i menadžment u medijima

Završni rad br.

Status žene u procesu napredovanja u karijeri

Student

Patricija Mihocek , 1196/336

Mentor

Dr. sc. Ana Globočnik Žunac, viši pred.

Koprivnica, rujan 2019. godine

Predgovor

Na samom početku rada željela bi se zahvaliti svima koji su me pratili na mojem putu obrazovanja. Želim zahvaliti svim profesorima Sveučilišta Sjever na prenesenom znanju, svim kolegama i kolegicama koji su mi studiranje učinili lakšim.

Veliko hvala mentorici Ani Globočnik Žunac na ukazanom povjerenju, strpljenju i savjetima oko izrade završnog rada.

Također, zahvaljujem se svojoj obitelji i prijateljima zbog njihove neizmjerne podrške tijekom čitavog školovanja.

Sažetak

Položaj žena danas je znatno drugačiji u odnosu na položaj tijekom povijesti. Rasprave o razlikama između muškaraca i žena kao i preobrazba rodnih odnosa u svijetu uvijek je aktualna i prisutna. U sklopu tih promjena javlja se pojam diskriminacije, predrasude i stereotipa.

Cilj ovog rada je istražiti položaj žena u poslovnom svijetu odnosno pomoću određenih teza saznati stajališta oba spola o položaju žena. Istraživanje je provedeno pomoću Google ankete na uzorku od 463 zaposlene osobe. Anketa se sastojala od 2 dijela, demografskih pitanja i 12 izjavnih rečenica gdje su ispitanici ocjenjivali tvrdnje sukladno vlastitim stavovima o statusu žena u poslovnom miljeu pomoću Likertove skale.

Nakon provedenog istraživanja može se potvrditi postavljena hipoteza: Problem diskriminacije žena u poslovnom svijetu još uvijek je prisutan.

Ključne riječi: diskriminacija, predrasuda, stereotip, rodne razlike, rodne razlike u poslovanju

Abstract

The position of women today is significantly different compared to the situation during history. Discussions about the differences between men and women and the transformation of gender relations in the world is always current and present. As part of these changes, the notion of discrimination, prejudices and stereotypes emerges.

The aim of this paper is to explore the status of women in the business world or by specific thesis to find out the point of view of both sexes on the situation of women. The study was conducted by Google survey on a sample of 463 employed persons. The survey consisted of two parts, demographic questions and 12 declarative statements where respondents evaluated the claims in accordance with their own views on the status of women in the business milieu using a Likert scale.

After the research, the hypothesis can be confirmed: The problem of discrimination against women in the business world is still present.

Key words: discrimination, prejudice, stereotype, gender differences, gender differences in business

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Stavovi	3
2.1. Podrijetlo stava.....	3
2.2. Nastanak stava.....	3
2.2.1. Spoznajno zasnovani stavovi	3
2.2.2. Emocionalno zasnovani stavovi.....	4
2.2.3. Stavovi zasnovani na ponašanju	4
2.3. Trokomponentni model stava	5
3. Predrasude	7
3.1. Socijalne kategorije	8
3.1.1. Socijalna spoznaja	8
3.2. Stereotipi.....	9
3.2.1. Rodni stereotipi.....	10
4. Diskriminacija	11
4.1. Diskriminacija u poslovnom svijetu	12
5. Status žena u poslovnom svijetu i Hrvatskoj	14
5.1. Žene u obrazovanju	14
5.2. Žene na tržištu rada	15
5.3. Zastupljenost žena na upravljačkim pozicijama u Hrvatskoj	16
5.4. Žene u EU	16
6. Metodologija istraživanja: Status žene u poslovnom svijetu	18
6.1. Problem istraživanja	18
6.2. Cilj istraživanja	18
6.3. Zadaci istraživanja.....	18
6.4. Hipoteze.....	18
6.5. Ispitanici	19
6.6. Istraživački instrument	21
7. Analiza rezultata	22
8. Diskusija.....	29
9. Zaključak.....	31
10. Literatura	33
Popis grafikona.....	36

Popis slika	36
Prilozi.....	37

1. Uvod

Kroz povijest naglašavala se potreba za ravnopravnosti spolova. Unatoč tome žene su se i dalje ograničavale na obiteljsku sferu, dok su danas prisutne i u javnoj sferi. Najveći pomak u rodnoj sferi može se prepisati srazu generacija i promjeni načina gledanja društva na ženu. Jačanjem svijesti o ravnopravnosti i jednakosti spolova u Hrvatskoj i svijetu, daje se prilika ženama da svojim znanjem i sposobnostima zauzmu neko od vodećih pozicija u organizacijama.

Ovim radom želi se utvrditi položaj žena na tržištu rada s obzirom na to da se on od svojih početaka uvelike promijenio. Unatoč raznim odredbama koje štite ženski rod, žena se u poslovnom svijetu i dalje suočava s diskriminacijom, stereotipima i podcjenjivanjem. Žena u poslovnoj organizaciji svojim rezultatima mora nadmašiti muškarca no njen doprinos će biti manji od muškog.

Ovaj rad se sastoji od devet poglavlja i podijeljen je na dva dijela. Prvi dio rada govori o stavovima, predrasudama, stereotipu, diskriminaciji te analizi žena na tržištu rada. Dok se drugi dio rada odnosi na istraživanje statusa žena na tržištu rada.

U drugom poglavlju definiramo pojam stava i njegov nastanak. Stavovi se sastoje od tri dijela spoznajne, emocionalne i ponašajne sastavnice. Dok složenu psihološku strukturu stava čine kognitivna, afektivna i konativna komponenta tj. trokomponentni model stava.

Treće poglavlje rada govori o predrasudama, njihovom nastanku te utjecaju na ljude. Vrste predrasuda su: socijalne kategorije, stereotipi i neke društvene norme. Socijalnom kategorizacijom pojedince se razdvaja po pripadnosti različitim društvenim grupama to rezultira pojačavanjem razlika između grupa i smanjenjem se razlika unutar članova iste grupe. Stereotip je predrasuda u kojima se nekoj skupini pripisuju pozitivne ili negativne značajke.

Sljedeće poglavlje govori o diskriminaciji i njezinim učincima na poslovanje. Glavni razlog diskriminacije žena leži predrasudama, stereotipu i tradicionalnom pogledu društva na svijet.

Peto poglavlje govori o analizi istraživanja žena u poslovnom svijetu. Žene prednjače pred muškarcima u visoko obrazovanju, no i dalje je postotak muškaraca na rukovodećim pozicijama veći od žena.

Šesto poglavlje sastoji se od istraživanja na temu Status žena u poslovnom svijetu. U istraživanju je sudjelovalo 463 ispitanika koji su se izjasnili o dvanaest izjava. Nakon toga slijedi analiza prikupljenih podataka te diskusija

Posljednje poglavlje odnosi se na zaključak. Na kraju rada nalazi se literatura.

2. Stavovi

Svaki čovjek ima određeno mišljenje o nečemu. Svaki čovjek ima vlastiti stav. Svi ljudi vole i mrze, odobravaju i ne odobravaju. Stavovi djeluju na ljudsko pamćenje, mišljenje, opažanje i ponašanje čovjeka. Prema Hewstone i Stroebe(2001):" Stav je psihološka tendencija koja se izražava vrednovanjem nekog objekta uz određeni stupanj sklonosti ili nesklonosti". Većina socijalnih psihologa stav definira kao vrednovanje ljudi, objekata ili ideja. Stav omogućuje pojedincu da stekne standarde za svoje prosuđivanje kako bi se lakše i brže snalazilo i djelovalo.

2.1. Podrijetlo stava

Mnogi psiholozi navode da smo podrijetlo stava djelomično proizlazi iz naših gena. Ta pretpostavka dolazi iz istraživanja A.Tessera (1978) gdje on zaključuje na temelju istraživanja stavova na jednojajčanim blizancima. Tesser dolazi do zaključka da jednojajčani blizanci, iako odrasli u različitim domovima, imaju sličnije stavove nego dvojajčani blizanci. Međutim treba imati na umu da se stavovi formiraju i putem okoline i ljudi koji nas okružuju (Živković; 2015).

2.2 Nastanak stava

Stavovi se izjednačavaju s vrednovanjem zato što se sastoje od pozitivnih ili negativnih reakcija na nešto. Ljudi nisu neutralni promatrači svijeta nego stalni procjenjivači onoga što vide. Stavovi se sastoje od tri dijela tj. socijalni psiholozi usmjerili su proces formiranja stavova kroz spoznajna,, emocionalna i ponašajna iskustva (Arson, Wilson, Akert; 2005.).

2.2.1. Spoznajno zasnovani stavovi

Prema Živkoviću (2015.) spoznajno zasnovani stavovi su stavovi koje formiramo na temelju informacija, iskustva, socijalizacije i edukacije. Ako se vrednovanje zasniva na vjerovanjima o obilježjima objekata to se zove spoznajno zasnovani stav. Funkcija tog stava je klasifikacija objekta prema nagradama i kaznama koje nam omogućuju. Svrha spoznajno zasnovanog

stava je prepoznati prednosti i nedostatke stava kako bismo odlučili je li taj objekt vrijedan našeg truda (Arson, Wilson, Akert; 2005.).

2.2.2. Emocionalno zasnovani stavovi

Prema Živkoviću (2015) to su stavovi zasnovani na emocionalnoj razini tj. stav koji se zasniva na emocijama i vrijednostima više nego na objektivnoj analizi prednosti i nedostataka. Mnogi socijalni psiholozi podrijetlo emocija traže u klasičnom ili operantnom uvjetovanju. " Klasično uvjetovanje je pojava kod koje neutralni položaj koji ne probuđuje emocionalni odgovor praćen podražajem koji probuđuje emocije." (Aronson, Wilson, Akert; 2005; 219 str.). Naprimjer ako ste neko vrijeme proveli na odmoru u planinama, vaš stav o planinama će biti povezan s pozitivnim emocijama koje vas vežu za planine. U tom slučaju procesom klasičnog uvjeravanja vaš će stav biti pozitivniji nego prije.

Kod operativnog uvjetovanja ponašanja koja se javljaju kao rezultat slobodnog izbora postaje rjeđa ili češća ovisno o tome jesu li popraćena pozitivnim potkrepljenjem ili kaznom (Aronson, Wilson, Akert; 2005). Vaš stav će se temeljiti na pozitivnim ili negativnom utjecaju tj. stav će se razlikovati ako vas je na planinama dočeka prijatelj s ljubavlju i slatkisima ili ako su vas dočekali teški poslovi.

Emocionalni stavovi imaju zajednička obilježja:

- Nisu rezultat racionalnog razmatranja pitanja
- Njima ne upravlja logika
- Često su vezani uz vrijednosti pa mijenjanje takvih stavova ugrožava sustav vrijednosti

2.2.3. Stavovi zasnovani na ponašanju

Prema Aronsonu, Wilsonu i Akertu (2005) stavovi zasnovani na ponašanju su stavovi zasnovani na opažanjima vlastitog ponašanja prema objektu stava. Ljudi se često ponašaju u skladu sa svojim stavovima. Vegetarijanci ne jedu mesu. Nepušači ne puše cigarete. Zagovornici zdravog života vježbaju. Međutim neki ljudi se ne ponašaju u skladu sa svojim stavovima i tu dolazi do zaključka da dosljednost između stava i ponašanja ovisi o snazi stava (Živković; 2015.).

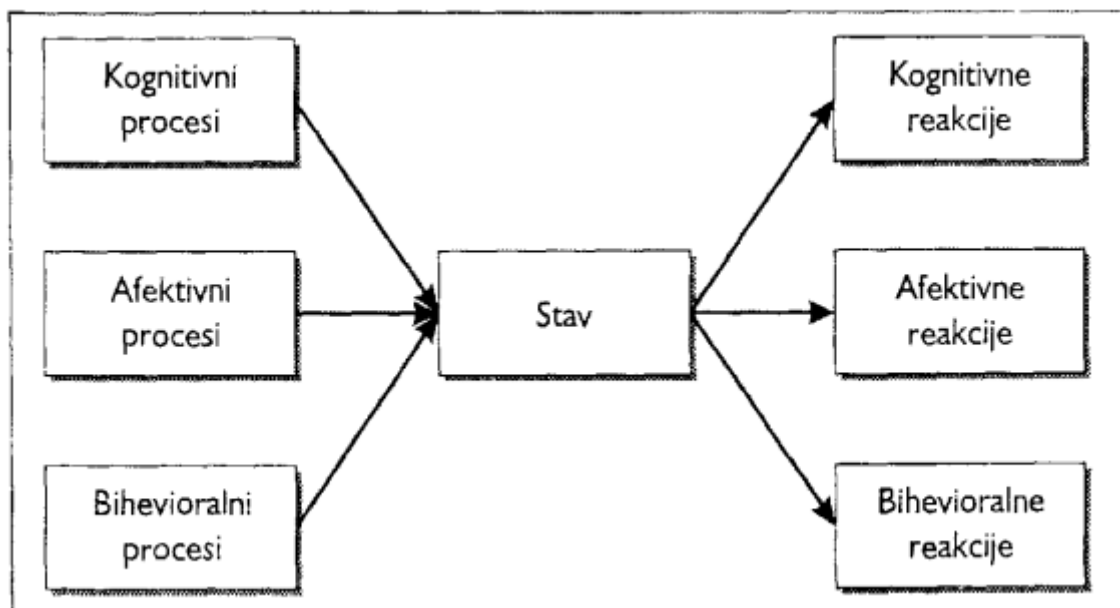
2.3. Trokomponentni model stava

Stavovi su kognitivne i ponašajne sklonosti tj. nesklonosti koje se izražavaju u procjenama određenih ljudi, mjesta ili stvari. Stavovi se uče i utječu na ponašanje. Smatra se da su stavovi naučeni, te da iako mogu proizaći iz ponašanja, oni ne moraju biti isto što i ponašanje. Pojedine osobe mogu imati različite stavove prema pojedinim ponašanjima, od kojih svako ponašanje odgovara određenoj situaciji. U svrhu boljeg razumijevanja odnosa između stavova i ponašanja, psiholozi su nastojali osmisliti modele koji prikazuju osnovne sastavnice stava. Kako bi bolje objasnili ili predvidjeli ponašanje, usredotočili su se na određivanje strukture stava (Penava Brekalo, 2010.).

Složenu psihološku strukturu stava čine: (Jonjić, 2017.)

- kognitivna komponenta – spoznaje o objektu stava (što pojedinac misli o objektu stava)
- afektivna (emocionalna) komponenta – čuvstveni odnos prema objektu stava (što pojedinac osjeća prema objektu stava)
- konativna (bihevioralna) komponenta – spremnost na ponašanje (kako se pojedinac ponaša prema objektu stava).

Riječ je o trokomponentnom modelu stava koji se sastoji od tri glavne sastavnice: kognitivne komponente, afektivne (emocionalne) komponente i konativne komponente (Penava Brekalo, 2010.). Trokomponentni model stava prikazan je na slici 1.



Slika 1 Trokomponentni model stava

Izvor 1 Aronson, E., Wilson, T., Akert, R.,(2005); *Socijalna psihologija*, MATE., Zagreb

Kognitivna komponenta sastoji se od uvjeravanja o objektu stava. Afektivna komponenta sadrži emocije i osjećaje potaknute objektom stava, a konativna (bihevioralna) komponenta obuhvaća akcije usmjerene prema objektu stava. Između svih komponenata stava postoji povezanost između stupnjeva razvijenosti pojedinih komponenata.

Osnovu kognitivne komponente stava čine stereotipi, dok kod afektivne komponente osnovu čine predrasude, a diskriminacija je konativna komponenta stava. Valjanost trokomponentnog modela stava pokazao je Breckler 1984 godine kada je ispitivao stav studenata prema zmijama. Koristeći konfirmatornu faktorsku analizu Breckler dokazao da trokomponentni model bolje tumači kovariranje mjera od jednofaktorskog rješenja (Hewstone, Stroebe; 2001.).

3. Predrasude

Predrasude (lat. *praejudicium*) su negativni kulturni stavovi usmjereni protiv pojedinaca ili grupa ljudi, a bazirani su na stereotipima. Sam pojam dolazi od riječi *prejudge*, što znači suditi bez dovoljnih informacija ili znanja. Predrasude karakteriziraju sljedeći segmenti: afektivni (odbojnost), kognitivni (stereotip o članovima vanjskih grupa) i konativni (diskriminirajuće ponašanje prema članovima vanjskih grupa) (Šadić S.,2004). Predrasude su površni i neutemeljeni stavovi prema nekim osobama ili skupinama. Kod afektivne komponente predrasuda može uključivati ljutnju ili blagost. Iako predrasude mogu biti pozitivne, najčešće ih se povezuje uz negativne generalizacije. Kod kognitivne komponente predrasuda uključuje vjerovanja ili misli koje čine stav prema predrasudama tj. predrasude su povezane s očekivanjima da će se ciljana skupina loše ponašati. Kod konativne komponente predrasuda određuje intenzitet ponašanja. Na toj razini predrasude su povezane s izbjegavanjem, agresijom i diskriminacijom (Živković I., 2015; str.82.). Predrasude se mogu iskazati na različite načine. Godine 1954. Alport je naveo neke od njih: izbjegavanje pripadnika manjinske skupine, ismijavanje i govor mržnje, fizički napadi, etničko čišćenje te genocid. Potrebno je primijetiti da se načini manifestiranja predrasuda u velikoj mjeri razlikuju, no da su svi uvredljivi za žrtvu (Maričić J.,2009.).

Predrasude su sastavni dio našeg biološkog mehanizma preživljavanja. Pomoću predrasuda izražavamo favoriziranje obitelji, plemena, rase ili izražavajući neprijateljstvo prema strancima. Ljudi mogu imati naslijeđene biološke tendencije zbog kojih su skloni predrasudnim ponašanjima, ali nitko ne zna jesu li predrasude vitalan i nužan dio našeg biološkog ustrojstva. Većina socijalnih psihologa se slaže da se sadržaj predrasuda mora naučiti. Tj. da mala djeca preuzmu većinu svojih predrasuda od svojih roditelja (Aronson E., Wilson T., Akert R.,2005).

Predrasude mogu biti stečene kulturnim nasljeđem, mogu se stvoriti produkcijom ili manipulacijom te kombinacijom utjecaja spornih strana tradicije s radom pogona i mehanizama koji proizvode i distribuiraju različite ideologijske tvorbe. Predrasude se iskazuju kao faktori koji ograničavaju polje i dosege djelovanja, usmjeravajući ponašanje, odnošenje i djelovanje osoba i skupina koje su obuzete predrasudama u krivom pravcu. Obuzetost nekom predrasudom, robovanje predrasudi bilo kojeg tipa, otežava i posve onemogućuje uvid u stvarno stanje stvari. Predrasude su često utemeljene u sferi iracionalnoga pa se protiv njih teško može boriti informiranjem i obrazovanjem (Veljak L., 2005.; str.454).

Predrasuda obuhvaća misli, vjerovanja, osjećaje i ponašanja te može dovesti do agresivnosti ako poraste napetost između grupa. Barada i Jelavić navode da se otvorenim predrasudama jasno pokazuje stav prema drugim grupama, a kod prikrivenih predrasuda ono se ne iskazuje, no svejedno utječe na ponašanje onih koji imaju predrasudu (Barada V., Jelavić Ž.,2004. Str.86.).

Vrste predrasuda su: socijalne kategorije, stereotipi i neke društvene norme.

3.1 Socijalne kategorije

Socijalnom kategorizacijom pojedince se razdvaja po pripadnosti različitim društvenim grupama. Time se pojačavaju razlike između grupa, a smanjuju se razlike unutar članova iste grupe (Barada V., Jelavić Ž.,2004., str 86.). Socijalna karakterizacija je osnovni ljudski proces, a odnosi se na klasifikaciju pojedinaca u različite kategorije ili grupe, javlja se automatski u brojnim situacijama te ima brojne posljedice na percepciju, procesiranje informacija te ponašanje ljudi. Postoje dvije posljedice socijalne karakterizacije: pristranost prema vlastitoj grupi i homogenost vanjske grupe. Pristranost prema vlastitoj grupi ljudi znači da ćemo prema članovima vlastite grupe ljudi imati pozitivniji odnos, nego prema članovima vanjske grupe ljudi. Dok kod homogenosti vanjske grupe članovi vlastite grupe opažaju članove vanjske grupe međusobno sličnijima nego članovi vlastite grupe (Aronson E., Wilson T., Akert R.,2005. Str. 502).

Prvi korak u predrasudama je formiranje grupa, tj. kategorizacija nekih ljudi u jednu grupu na osnovi određenih karakteristika. Takva karakterizacija je temelj ljudske socijalne spoznaje.

3.1.1 Socijalna spoznaja

U formiranju predrasuda veliku važnost ima socijalna spoznaja. Odnosno naša sklonost prema kategoriziranju i grupiranju informacija, formiranju shema i njihovoj primjeni te tumačenju novih informacija (Živković i.,2015., str. 89). Socijalna spoznaja objašnjava kako ljudi odabiru, tumače i koriste informacije dok donose odluke. Socijalna spoznaja se razvija polako te slijedi postupak suđenja i pogreške temeljene na promatranju. (Anonymus 1). Procesi socijalne spoznaje su važni u stvaranju predrasuda i stereotipa.

3.2. Stereotipi

Kako smo već i naveli u prošlom poglavlju stereotipi čine osnovu kognitivne komponente stava. Prema Hrvatskoj enciklopediji stereotip (franc. stéréotype) je sklop pojednostavnjenih i pretjerano uopćenih osobina koje se pridaju svim pripadnicima neke društ. skupine (etničke, rasne i dr.). Raširena i razmjerno trajna kognitivna shema o zajedničkim, češće negativnim nego pozitivnim značajkama društvene skupine (Leksikografski zavod Miroslav Krleža).

Stereotipom nazivamo one predrasude kojima se nekoj skupini pripisuju pozitivne ili negativne značajke, tj. značajke koje su zajedničke svim njezinim članovima te se od njih očekuje i određeno zajedničko ponašanje (Stobe. 1996., str. 420).

Sadržaj stereotipa je ideja, želja i slika koju imamo o nekome ili nečemu. Stereotip ne daje informaciju samo o onome što prikazuje već je i odraz mentaliteta onoga koji ga stvara, oblikuje i održava (Buljubašić, E., 2010.) .

Nastanak stereotipa može se raspodijeliti u dva uzroka. Jedan od važnijih uzroka je utjecaj odgoja i okoline u kojoj se odrasta na osobu u ranoj dobi kada se formira mišljenje. Mediji imaju veliku ulogu u formiranju mišljenja kod ljudi. Utjecaj medija potiče ljude da vjeruju u ono što vide u medijima o različitim etničkim skupinama jer su prikazani na televiziji ili u filmovima. Iz kognitivne perspektive stereotip se definira kao kognitivna struktura koja sadrži promatračevo znanje, uvjerenja i očekivanja o ljudskoj skupini (Hamilton., Sherman., str.3).

Oblikovanje stereotipa odvija se u nekoliko koraka. Prvi korak je imaginacija tj. zamišljanje neke činjenice koja čini sadržaj stereotipa. Totalizacija se služi indukcijom kako bi novonastala činjenica obuhvatila sve pripadnike "grupe" koja se u ovom procesu formira, u svrhu razlikovanja mi-oni i pripadajućeg vrjednovanja. Slijede naturalizacija i generalizacija, tj. prihvaćanje osmišljenog sadržaja kao prirodnog i samorazumljivog stanja te daljnje učvršćivanje imagologije primjeru pojedinca. Posljednji korak oblikovanja stereotipa je diskriminacija (Buljubašić, E., 2010.).

Razlika između stereotipa i predrasuda je paralelna razlici između vjerovanja ili mišljenja i stavova. Stereotipi su vjerovanja ili mišljenja o karakteristikama društvenih skupina ili njezinih članova, dok su predrasude negativni intergrupni stavovi (Šadić S.,2004).

3.2.1. Rodni stereotipi

Prema definiciji Europskog instituta za ravnopravnost rodni stereotipi su unaprijed stvorene ideje u kojima su ženskim i muškim osobama nasumično dodijeljene osobine i uloge koje određuje i ograničava njihov rod. Rodno stereotipiziranje ograničava razvoj prirodnih talenata i sposobnosti djevojčica, dječaka, žena i muškaraca, isto kao i njihova obrazovna i profesionalna iskustva i životne prilike. Uzrok i posljedica nastanka stereotipa o ženama su duboko usađenih stavovi, vrijednosti, norme i predrasude o ženama. Stereotipi se koriste kako bi se opravdali i održali povijesni odnosi nadmoći muškaraca nad ženama, te seksistički stavovi koji uspoređuju napredovanje žena (Europski institut za ravnopravnost).

Rodno stereotipiziranje je prisutno u svim porama života da ga gotovo više niti ne primjećujemo. Najčešći oblik rodnog stereotipiziranja se nalazi na TV reklamama gdje žena je ta koja očajnički pokušava otkloniti mrlju s omiljene haljine, izabrati najbolji šampon za kosu kojim će privući "sve muškarce", izabrati najzdravije kekse za svoju djecu, dok muškarac pomaže susjedu u kućanskim popravcima, zna koja banka nudi najpovoljniji kredit, i dobiva povišicu, ali s njom i fleksibilno radno vrijeme. Izloženost stereotipno prikazanim rodnim ulogama u televizijskim programima može dovesti do percepcije i stavova koji reflektiraju stereotipne prikaze u medijima i naposljetku u stvarnom životu (Penezić, Z., Šunjić, M.,2013).

Neosporna je činjenica kako su stereotipi nastali zahvaljujući čovjekovoj tendenciji k pojednostavljanju, grupiranju i tipiziranju kompleksnih vanjskih utjecaja koji potom njegovu percepciju svijeta čine poznatom i predvidljivom. Takve fiksirane stereotipne percepcije postaju otporne na promjene i teško ih je iskorijeniti, pogotovo u zrelijoj dobi. Koristeći taj princip iz stvarnoga života, svijet medija javno promovira rodni nesrazmjer između spolova, uvjerljivo satkan na arhetipskim stereotipnim obrascima, kojega publika potom prihvaća i tolerira kao reprezentativni, od medija kao sukreatora javnoga mišljenja, verificirani način ponašanja i razmišljanja (Lubina T., Brkić Klimpak I.,2014).

4. Diskriminacija

Diskriminacija čini osnovu konativne komponente stava. Diskriminacija je nejednako postupanje prema društvenim skupinama ili pojedincima u nekom društvu tj. samovoljno i nepravedno dijeljenje stanovništva na skupine koje imaju i na one koje nemaju pravo na isti društveni postupak (Leksikografski zavod Miroslav Krleža). Prema Zakonu o ravnopravnosti spolova (NN 82/08) diskriminacija je zabranjena na osnovu: spola, bračnog i obiteljskog statusa te spolne orijentacije. Diskriminacijom se smatra nepovoljnije postupanje prema ženama na osnovi trudnoće i materinstva. Zabranjena je diskriminacija u odnosu na mogućnosti dobivanja i nabave roba kao i diskriminacija u pružanju i pristupu uslugama (Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova).

Postoje dva oblika diskriminacije: izravna i neizravna diskriminacija. Izravna diskriminacija postoji ako se prema nekoj osobi zbog njezinog rasnog ili etničkog podrijetla postupa nepovoljnije nego prema nekoj drugoj osobi u sličnoj situaciji. Neizravna diskriminacija definira se kao dovođenje osobe određenog rasnog ili etničkog podrijetla u posebno nepovoljan položaj na temelju neutralne odredbe, kriterija ili prakse, osim ako se takva odredba, kriterij ili praksa mogu opravdati zakonitim ciljem, za čije se ostvarenje rabe prikladna i nužna sredstva (Bilić, A., 2007; str. 565).

Najčešći razlozi za diskriminaciju su stereotipi i predrasude, neinformiranost o društvenim grupama izloženim diskriminaciji, strah od nepoznatog i potreba da se prevlada vlastiti osjećaj niže vrijednosti. Stereotipi i predrasude koje razvijemo kao pojedinci i pojedinke u širem društvenom okruženju dovode do pojava kakve su: ksenofobija, islamofobija, rasizam (odnos omalovažavanja i negiranja određenih osoba zbog njihove boje kože), nacionalizam (uvjerenje o višoj vrijednosti vlastite nacije), seksizam (uvjerenje o višoj vrijednosti jednog spola) i slično. Te pojave dovode kako do individualne tako i do systemske i institucionalne diskriminacije (Petković B., Kodovšek N., 2011).

4.1. Diskriminacija u poslovnom svijetu

Temelji na kojima se diskriminacija pojavljuje u poslovnom svijetu su: rasa, boja kože, religija, političko mišljenje, godine života, invalidnost, obiteljske obveze, privatni život i spol. Međutim, valja istaknuti spol kao najčešći temelj diskriminacije.

Društvena diskriminacija žene ima svoj korijen u ženinoj fizičkoj predispoziciji. Žena je po svojoj fizičkoj konstituciji inferiornija u odnosu na muškarca zbog čega i nije mogla obavljati teške fizičke poslove. Ta fizička inferiornost prerasla je i u pravnu inferiornost. Zbog toga je njezina prvenstvena uloga bila rađanje i odgoj djece, kućanski poslovi i briga za starije članove obitelji. Žena je tako ostala zatvorena u privatnu obiteljsku sferu sa svojim striktnim zadaćama, dok je muškarac svoju ulogu imao na području javnoga društvenog djelovanja. Zbog takve rodne podjele uloga, privatna i javna sfera dugo vremena bile su dva potpuno odvojena pola. Tradicionalna podjela u društvu se danas uvelike promijenila i više nitko ne dovodi u pitanje da li žena može biti uspješan pilot, vozačica autobusa ili vojnik. Suvremeni ekonomski poredak i jednakopravnost žene na tržištu rada doveli su do smanjenja razlike zaposlenosti između muškaraca i žena. Ova činjenica izazvala je sukob između rada i obitelji te rodni sukob između muškarca i žene (Volarević., M. 2012.).

U razvijenim gospodarstvima žene čine polovicu radne snage. Udio žena na tržištu rada se stalno povećava, ali tradicionalna podjela poslova gdje žene rade u djelatnostima i na radnim mjestima koja su slabije plaćena još uvijek postoji. Prema službenim podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje udio nezaposlenih žena veći je od broja nezaposlenih muškaraca.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u djelatnostima koje zapošljavaju pretežno žensku radnu snagu kao što su obrazovanje, zdravstvena zaštita i socijalna skrb, trgovina na veliko i malo te financijske djelatnosti žene imaju manje plaće. Prosječna razlika u plaćama je 15% a u djelatnostima koje zapošljavaju uglavnom žensku radnu snagu se kreće od 15,2% u obrazovanju do 24,3% u zdravstvenoj zaštiti i socijalnoj skrbi (Vučemilović, V..).

Prosječno žene zarađuju 15% manje od muškaraca. Ovaj postotak je isti posljednjih desetak godina usprkos sve većem broju zaposlenih žena. Od 8 milijuna novih radnih mjesta otvorenih u EU od 2000. godine na čak 6 milijuna radnih mjesta su zaposlene žene, koje čine i 59% osoba s fakultetskom diplomom. Vještine koje se obično vežu uz žene često se manje vrednuju od vještina vezanih uz muškarce. Poslovi koji zahtijevaju slične kvalifikacije plaćaju se manje ako u njima dominiraju žene. Žene se zapošljavaju uglavnom u sektorima koji su

već rodno segregirani, koji su redovito slabije plaćeni i gdje teže dolaze do rukovodećih položaja (Genov B., Živković Lj., Đaković T.,2011., str.34.).

Strukturalne promjene na tržištu rada u suvremenom društvu uvjetovale su promjene u obrascima rodni odnosa. S druge strane, promjene rodni obrazaca povratno su utjecale na uvjete, strukturu i funkcioniranje tržišta rada. Otkad su žene ušle na tržište rada u velikom broju ono je doživjelo više aspekata transformacija koje su na različite načine uvjetovale i rodne odnose u društvu. Povećao se korpus feminiziranih zanimanja, a to usporedno smanjuje njihov društveni ugled i visinu plaća (učiteljice, odgajateljice, socijalna i medicinska skrb, razni tipovi usluga i administracije). To podrazumijeva horizontalnu segregaciju zapošljavanja žena i muškaraca na različitim poslovima, pri čemu žene dominiraju u onima nalik na kućanske, a muškarci u svim tipovima kvalificiranih poslova te na vodećim upravljačkim funkcijama (Kamenov Ž., Galić B.,2011.str.51.).

Dominacija uslužnog sektora na globalnom ekonomskom tržištu ukazuje na to da je plaćeni posao postao sve više feminiziran i fleksibilan, dok je način obiteljskog života postao sve više raznolik u svojoj složenosti. Iako se žene sve više okreću prema pozicijama viših razina zaposlenja, mnoge od tih žena također zadržavaju glavninu odgovornosti za kućanstvo i obiteljski život, održavajući tako i obrasce nejednakosti u zapošljavanju (Genov B., Živković Lj., Đaković T.,2011., str.39.).

5. Status žena u poslovnom svijetu i Hrvatskoj

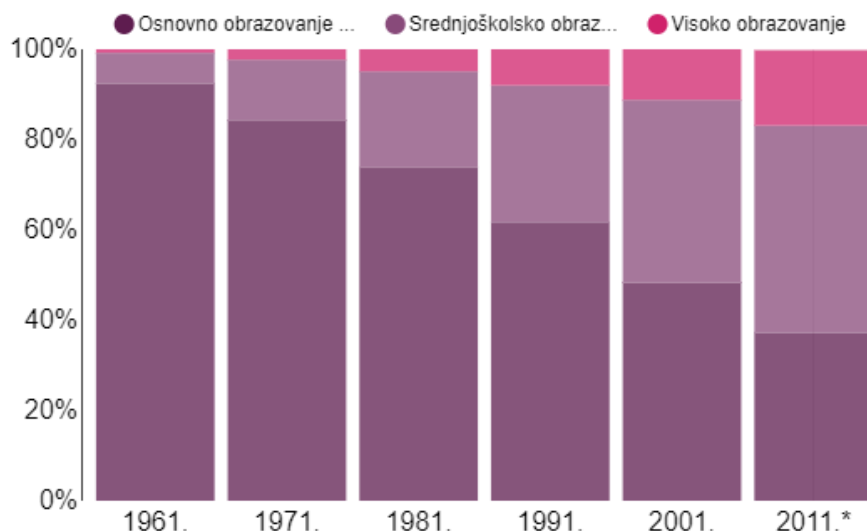
Državni zavod za statistiku povodom dana žena u 2019 godini objavio je podatke o položaju žena u Hrvatskoj. Unatrag četrdesetak godina, prosječna starost žena je u kontinuiranom porastu. 1971. prosječna starost žena iznosila je 35,5 godina da bi se do 2015. povećala za devet godina tj. 44 godine. Prema procjeni stanovništva krajem 2015. u Hrvatskoj bilo 2,2 milijuna (51,7%) žena.

5.1. Žene u obrazovanju

Od ukupnog broja studenata upisanih na visoka učilišta u akademskoj godini 2015./2016., studentice su činile 56,8%. Više od polovice ukupnog broja studentica upisalo je visoka učilišta s područja društvenih znanosti. U odnosu na akademsku godinu 2005./2006. ukupan broj upisanih studenata povećao se za 18,6%, a doprinos studentica u tom povećanju bio je znatno veći i iznosio je 71,2%.

Posljednjih desetak godina udio studentica koje su diplomirale na visokim učilištima u ukupnom broju diplomiranih nije se mijenjao te se kretao oko 60%.

Udio doktorica znanosti u 2015. iznosio je 56,6%. Najveći broj žena doktorirao je u području društvenih znanosti, biomedicine i zdravstva te humanističkih znanosti, a najmanji u umjetničkom području. Iako je u 2015. većina doktorica znanosti imala između 30 i 34 godine, njihova prosječna starost iznosila je 37,3 godine (Državni zavod za statistiku;2019).



Grafikon 1 Žene stare 15 i više godina, prema najvišoj završenoj školi

Izvor: https://www.dzs.hr/Hrv/important/Interesting/Dan_Zena/index.html

Iz grafikona se može izčitati da je 1961., čak je 92,4% žena imalo osnovno obrazovanje ili manje, a njih svega 0,8% visoko obrazovanje. Podaci posljednjeg Popisa stanovništva 2011. pokazuju da je najveći broj žena, točnije gotovo polovica ukupnog broja, imao srednjoškolsko obrazovanje. Na području visokog obrazovanja zabilježene su najveće promjene. Udio visokoobrazovanih žena iznosio je 16,7%, dok je udio visokoobrazovanih muškaraca iznosio 16%. Visoko obrazovanje je jedno od područja u kojem su žene postigle ravnopravnost s muškarcima, tj. nadamšile su ih.

5.2. Žene na tržištu rada

Promatrajući prosjek za 2015., 52,3% radno sposobnog stanovništva činile su žene, dok su u zaposlenima činile gotovo polovicu ukupnog broja zaposlenih, odnosno 46,1%

Prosječna mjesečna neto plaća žena u 2014. iznosila je 5 190 kuna te je bila za 10,9% manja od prosječne mjesečne neto plaće muškaraca. Najnižu neto plaću imale su žene zaposlene u administrativnim i pomoćnim uslužnim djelatnostima (3 986 kuna) i prerađivačkoj industriji (4 259 kuna), dok su najvišu neto plaću imale žene zaposlene u financijskim djelatnostima i djelatnostima osiguranja (7 140 kuna) te informacijama i komunikacijama (7 119 kuna).

Najveći broj zaposlenih žena u pravnim osobama u 2015. bio je u djelatnostima trgovine na veliko i na malo (17,4%) te obrazovanja (15,8%), dok je najveći udio zaposlenih žena bio u djelatnostima zdravstvene zaštite i socijalne skrbi (78,3%) te obrazovanja (77,4%).

5.3. Zastupljenost žena na upravljačkim pozicijama u Hrvatskoj

Prema istraživanju Centra za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR) iz 2018. saznaje se da jedna ili više žena posjeduje najmanje 51% udjela u vlasništvu. Udio vlasnica trgovačkih društava u ukupnom broju trgovačkih društava u 2016. godini bio je 21,8%, što je povećanje udjela poduzetnica za 3,5 postotna boda u odnosu na prethodnu godinu. U 2017. godini udio žena poduzetnica ostao je skoro nepromijenjen i iznosi 21,9%. (CEPOR, 2018).

Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova provela je u 2014. Godini istraživanje o zastupljenosti žena i muškaraca na upravljačkim pozicijama u poslovnim subjektima u Republici Hrvatskoj. U upravnim tijelima (uprava ili upravni odbor) poduzeća koja su sudjelovala u istraživanju žene čine 25,4%, a muškarci 74,6% svih članova uprave. U nadzornim odborima društava žene su zastupljene sa 22,7%, a muškarci sa 77,3%. Na poziciji predsjednika uprave ispitanih poduzeća, žene su zastupljene samo sa 9,4%, dok su žene na poziciji predsjednice nadzornog odbora zastupljene sa udjelom od 15,4%. Veća zastupljenost žena na vodećim pozicijama u poduzećima uočena je na pozicijama zamjenica predsjednika upravnog odbora (23,5%), odnosno zamjenica predsjednika nadzornog odbora (19,6%). (Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova;2014)

5.4. Žene u EU

U EU-u je 2017. bilo zaposleno 66,5% žena u dobi od 20 do 64 godine, što je povećanje u odnosu na 62,1% zaposlenih žena 2010. Stopa zaposlenosti muškaraca 2017. iznosila je 78%, a 2010. iznosila je 75,1%. Načelo jednake plaće uključeno je u ugovore EU-a te u pravila o jednakosti spolova na tržištu rada, međutim, sve države članice i dalje se suočavaju s poteškoćama u osiguravanju pravilne primjene tih pravila. (Europska komisija, 2019)

U Središnjoj Europi žene su vlasnice 29,5% od ukupnog broja privatnih tvrtki, dok se na menadžerskim pozicijama u tvrtkama središnje Europe nalazi 27% žena. U poslovnim

sredinama muškarci se po pravilu nalaze na višim položajima nego žene. Trećina (34 %) rukovoditelja u EU u 2017. bila ženskog spola. Udio žena na tom položaju nije prelazio 50 % ni u jednoj državi članici: najveći udio zabilježen je u Letoniji (46%), Poljskoj i Sloveniji (obje 41%), Bugarskoj, Estoniji, Litvi, Mađarskoj te Švedskoj (svi 39%). Najmanji su pak udjeli zabilježeni u Luksemburgu (19%), Cipru (21%) Češkoj (25%), Danskoj, Italiji i Nizozemskoj (svi 27 %).

U EU u 2016. žene su zarađivale 16,2% manje od muškaraca pri usporedbi njihovih prosječnih bruto plaća po satu. U prosjeku su žene zarađivale manje od muškaraca u svim državama članicama, no ta razlika u primanjima varira. Najveće razlike zabilježene su u Estoniji (25,3%), Češkoj (21,8%), Njemačkoj (21,5%), Ujedinjenoj Kraljevini (21,0%) i Austriji (20,1%). Najmanja pak razlika u primanjima između žena i muškaraca zabilježena je u Rumunjskoj (5,2%), Italiji (5,3 %), Luksemburgu (5,5 %), Belgiji (6,1 %) te Poljskoj (7,2 %) (Državni zavod za statistiku,2018).

6. Metodologija istraživanja: Status žene u poslovnom svijetu

U ovom dijelu rada bit će definirani problem i cilj istraživanja, zadatak istraživanja, hipoteze, bit će prikazani opći podaci o ispitanicima i istraživački instrument.

6.1 Problem istraživanja

Problem ovog istraživanja je percepcija žena u poslovnom svijetu. Za uzorak istraživanja odabrani su muškarci i žene u Republici Hrvatskoj, a temelju njihovih odgovora utvrdit će se status žena u poslovnom svijetu.

6.2 Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je ispitati muškarce i žene o njihovom iskustvu na poslu, njihovoj poslovnoj okolini, mogućnostima napredovanja te prema dobivenim rezultatima analizirati status žena u poslovnom svijetu.

6.3 Zadaci istraživanja

Zadatak ovog istraživanja bio je istražiti da li su žene u poslovnom svijetu zakinite za napredak čisto iz činjenice jer su žene ili su jednake kao muškarci.

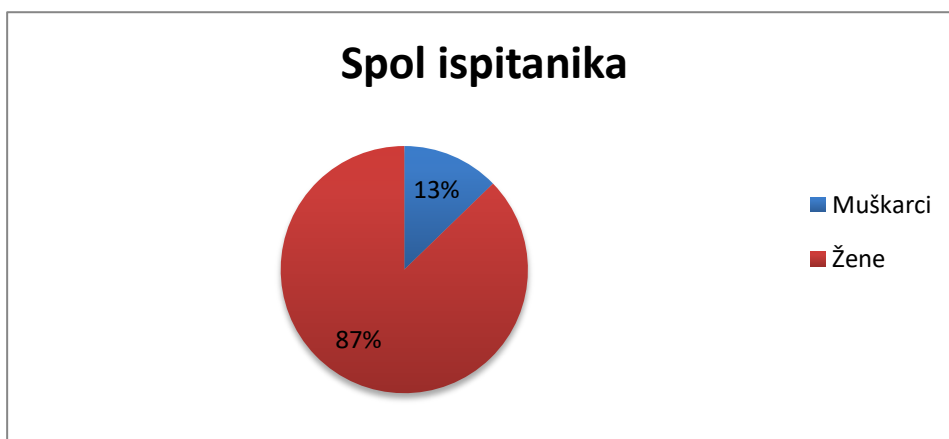
6.4 Hipoteze

Prema postavljenim ciljevima i zadacima ovog istraživanja postavljaju se hipoteza:

Hipoteza 1: *Problem diskriminacije žena u poslovnom svijetu i Hrvatskoj još uvijek je prisutan*

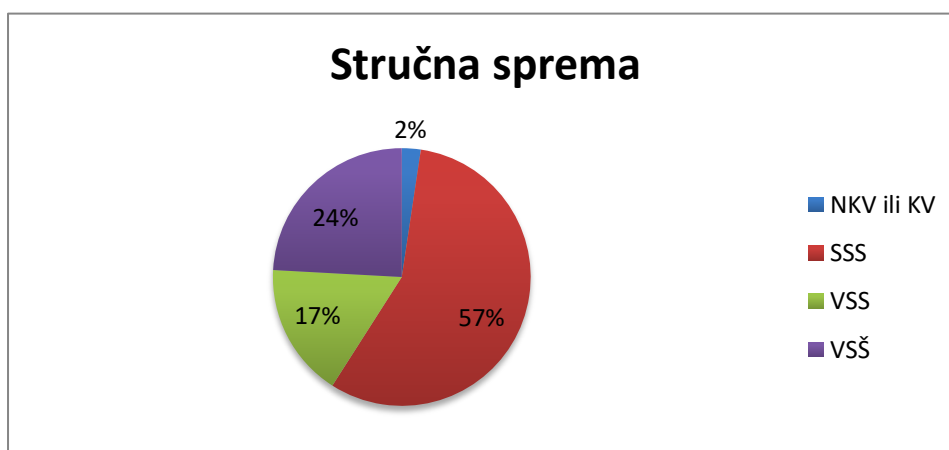
6.5 Ispitanici

Istraživanje se provodilo nad zaposlenim osobama u Republici Hrvatskoj. U istraživanju su sudjelovale 463 osobe od čega je bilo 404 tj. 87% žena i 59 tj. 13% muškaraca. U Grafikonu 1 su izraženi podaci u postocima.



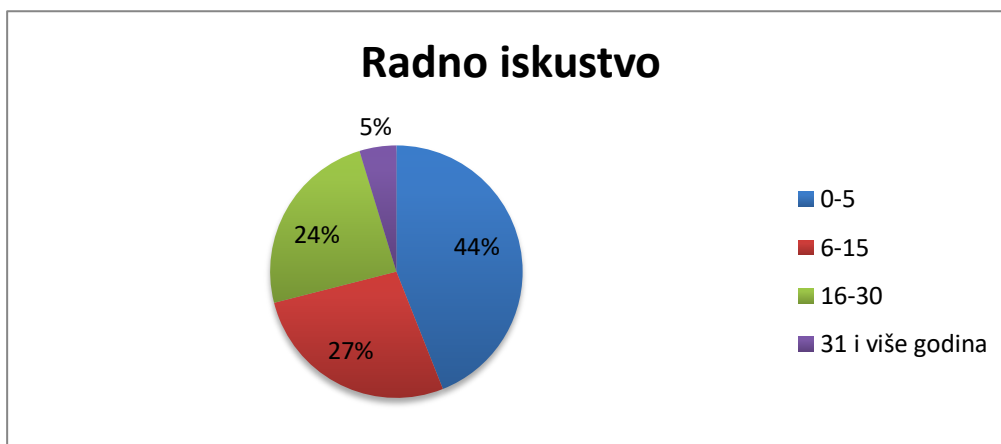
Grafikon 2 Spol ispitanika

Što se tiče stručne spreme ispitanika dolazimo do sljedećih podataka prikazanih u grafikonu 2: 57% ispitanika završilo je srednju stručnu spremu, višu stručnu spremu završilo je 24% ispitanika, 17% ispitanika izjasnilo se da je završilo visoku stručnu spremu, 2% ispitanika izjasnilo se da je nekvalificirani radnik ili kvalificirani radnik.



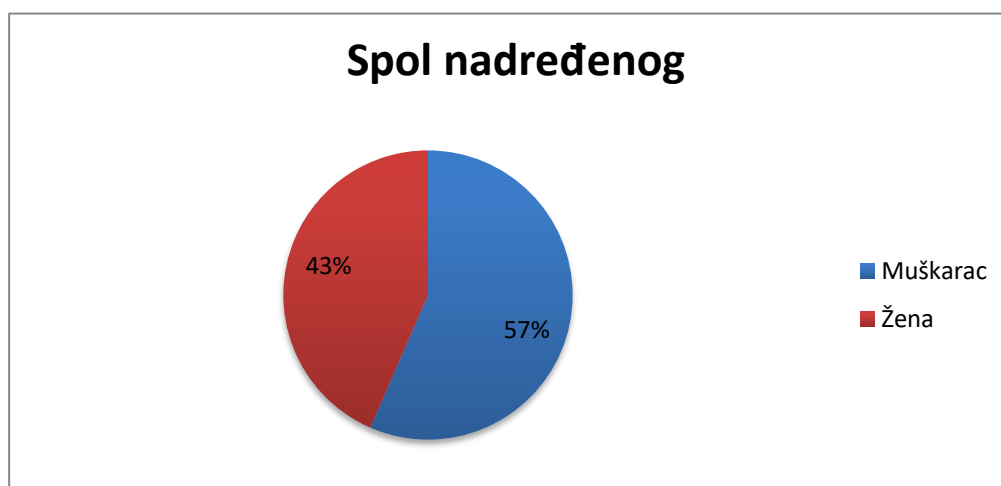
Grafikon 3 Stručna sprema

Što se tiče radnog iskustva, najviše ispitanika, njih 44%, izjasnilo se da ima od 0 do 5 godina radnog iskustva, 27% ispitanika ima od 6 do 15 godina radnog iskustva, 24% ispitanika ima od 16 do 30 godina radnog iskustva, dok 5% ispitanika ima 31 i više godina iskustva. Navedeni podaci navedeni su u grafikonu 3.



Grafikon 4 Radno iskustvo

U grafikonu 4. saznajemo da 57% ispitanika za svog nadređenog ima muškarca, dok 43% ispitanika za nadređenog ima ženu.



Grafikon 5 Spol nadređenog

6.6 Istraživački instrument

Istraživanje se provodilo putem ankete koja je bila napravljena pomoću Google obrasca te je bila podijeljena na društvenim mrežama. Istraživanje se provodilo od 3.12. 2018 do 3.1.2019 godine, a pristupilo mu je 463 osobe. Anketa se sastojala od 2 djela. Prvi dio ankete sastojao se od demografskih pitanja: spol, stručna sprema, radno iskustvo te spol nadređenog. Drugi dio ankete sastojao se od 12 izjavnih rečenica gdje su ispitanici ocjenjivali tvrdnje pomoću Likertove skale od uopće se ne slažem do u potpunosti se slažem.

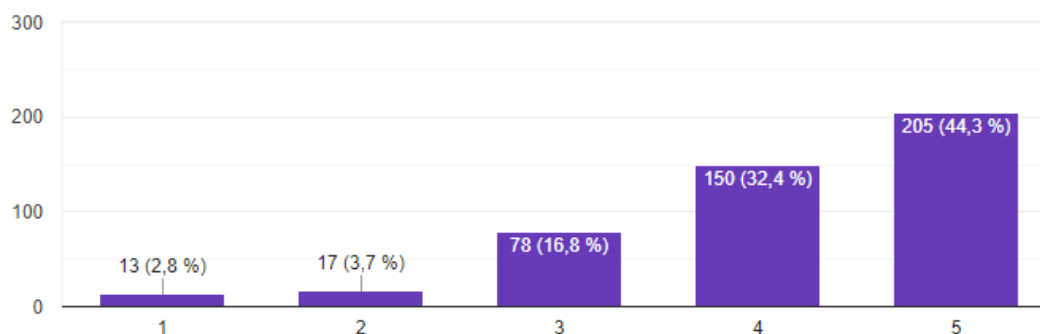
7. Analiza rezultata

Kao što je i spomenuto nakon demografskih pitanja ispitanici su ocjenjivali tvrdnje pomoću Likertove skale. Važno je napomenuti da svi ispitanici nisu odgovorili na svako pitanje, radi se o odstupanju od 2-3 odgovora.

Prva izjava bila je *Kod žena obrazovanje je važno za stvaranje poslovne karijere*. 44,3 % ispitanika u potpunosti se složilo s navedenom tvrdnjom, 32,4% ispitanika djelomično se slaže s navedenom tvrdnjom, 16,8% ispitanika se slaže i ne slaže s navedenom tvrdnjom, 3,7% ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 2,8% ispitanika uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom. Navedeni podaci prikazani su u grafikonu 5.

Kod žena obrazovanje je važno za stvaranje poslovne karijere

463 odgovora

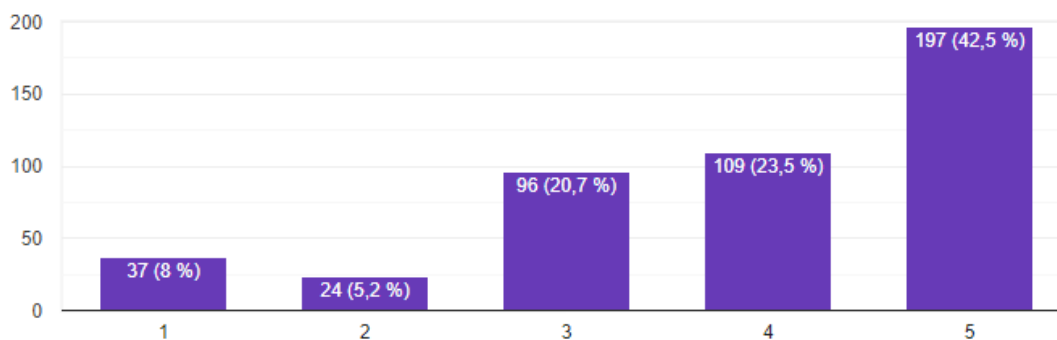


Grafikon 6 Obrazovanje žena

Druga izjava na koju su ispitanicu morali dati svoje mišljenje bila je *Za obavljanje istih poslova žene su manje plaćene od muškaraca*. Najviše ispitanika njih 42,5% se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom, 23,5% ispitanika djelomično se slaže s navedenom tvrdnjom, 20,7% ispitanika je neodlučno, 5,2% ispitanika se ne slaže s navedenom izjavom te 8% ispitanika uopće se ne slaže s navedenom izjavom. Navedeni podaci su navedeni u grafikonu 6.

Za obavljanje istih poslova žene su manje plaćene od muškaraca

463 odgovora

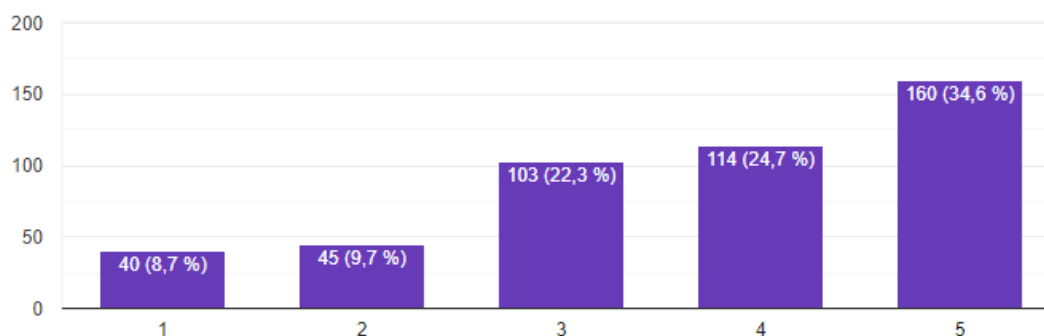


Grafikon 7 Žene su manje plaćene od muškaraca

S trećom izjavom, *Žene se zapošljavaju na manje plaćenim poslovima*, u potpunosti se slaže 34,6% ispitanika, njih 24,7% djelomično se slaže s navedenom izjavom, 22,3% ispitanika je neodlučno tj. slaže se i ne slaže se sa navedenom izjavom, 9,7% ispitanika se ne slaže s navedenom izjavom dok se njih 8,7% ispitanika uopće ne slaže s navedenom izjavom. Navedeni podaci su navedeni u grafikonu 7.

Žene se zapošljavaju na manje plaćenim poslovima

462 odgovora

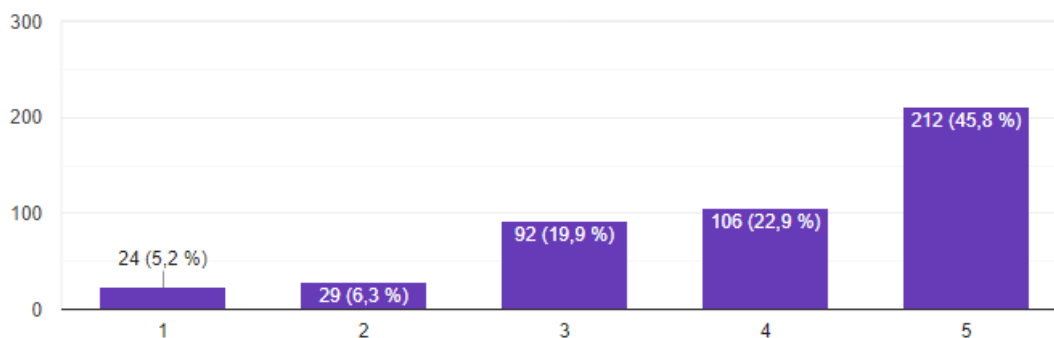


Grafikon 8 Žene se zapošljavaju na manje plaćenim poslovima

Četvrta izjava bila je *Pitanje bračnog statusa često se postavlja ženama prilikom razgovora za posao* 45,8% ispitanika se u potpunosti saže s navedenom izjavom, 22,9% ispitanika se djelomično slaže s navedenom izjavom, 19,9% ispitanika se slaže i ne slaže sa navedenom izjavom, 6,3% ispitanika se ne slaže s navedenom izjavom te svega 5,2% ispitanika se ne slaže s navedenom izjavom. Navedeni podaci nalaze se u grafikonu 8.

Pitanje bračnog statusa često se postavlja ženama prilikom razgovora za posao

463 odgovora

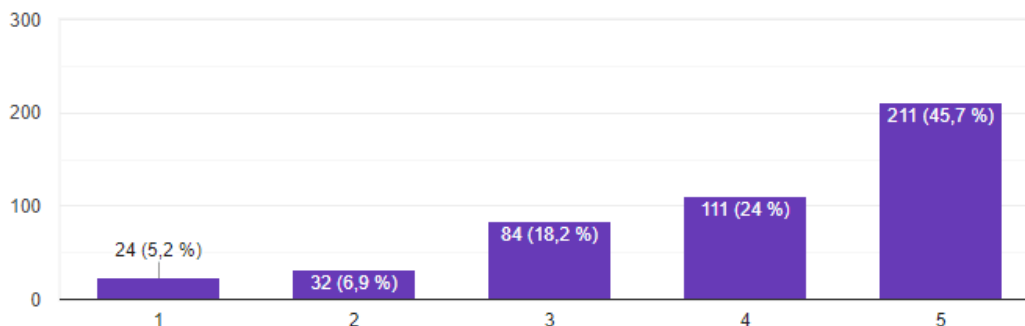


Grafikon 9 Pitanje bračnog statusa prilikom razgovora za posao

S petom tvrdnjom *Pitanje broja djece često se postavlja ženama prilikom razgovora za posao* u potpunosti se slaže 45,7% ispitanika. Sa navedenom izjavom djelomično se slaže 24% ispitanika. 18,2% ispitanika se slaže i ne slaže sa navedenom izjavom, dok njih 6,9% se ne slaže s navedenom izjavom. 5,2% ispitanika se u potpunosti ne slaže sa navedenom izjavom.

Pitanje broja djece često se postavlja ženama prilikom razgovora za posao

462 odgovora

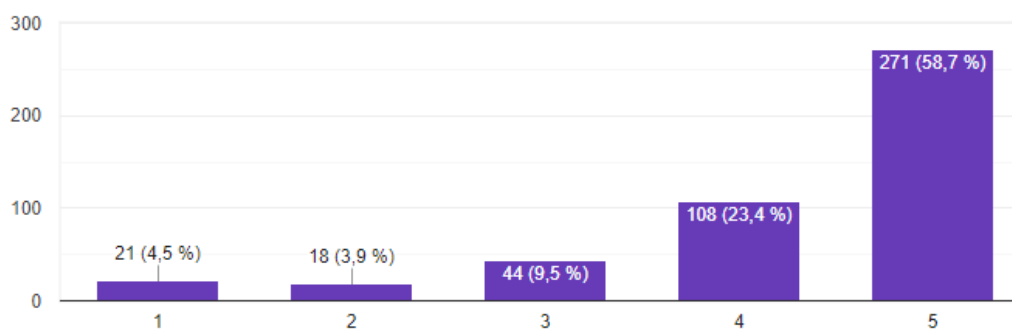


Grafikon 10 Pitanje broja djece kod razgovora za posao

Šesta tvrdnja bila je *Žene ulažu više napora da bi bile na istoj poziciji kao muškarci*. 58,7% ispitanika se u potpunosti slaže s navedenom izjavom. 23,4% ispitanika se djelomično slaže s navedenom izjavom. 9,5% ispitanika se slaže i ne slaže sa navedenom izjavom. Samo 3,9% ispitanika se ne slaže s navedenom izjavom te 4,5% ispitanika se uopće ne slaže s navedenom izjavom.

Žene ulažu više napora da bi bile na istoj poziciji kao muškarci

462 odgovora

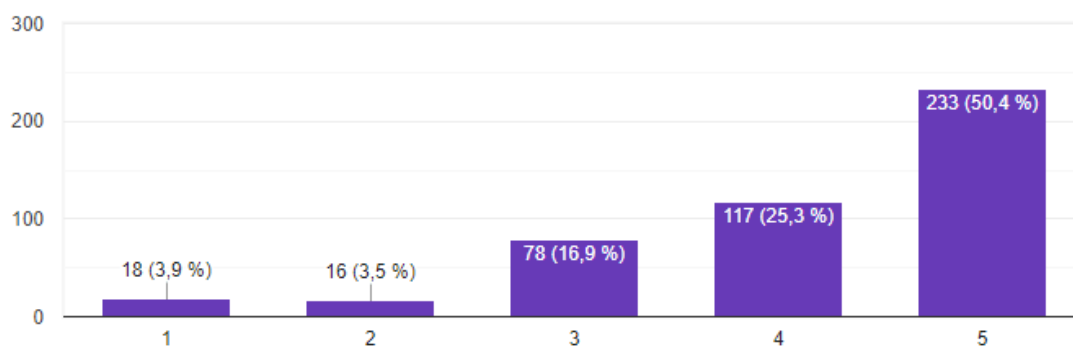


Grafikon 11 Žene ulažu više napora da bi bile na istoj poziciji kao muškarci

S sedmom tvrdnjom *Mobing nad ženama prisutniji je nego kod muškaraca* u potpunosti se slaže 50,4% ispitanika dok se njih 25,3% djelomično slaže s navedenom izjavom. 16,9% ispitanika se slaže i ne slaže s navedenom izjavom. 3,5% ispitanika se ne slaže s navedenom izjavom dok se njih 3,9% uopće ne slaže s navedenom izjavom.

Mobing nad ženama prisutniji je nego kod muškaraca

462 odgovora

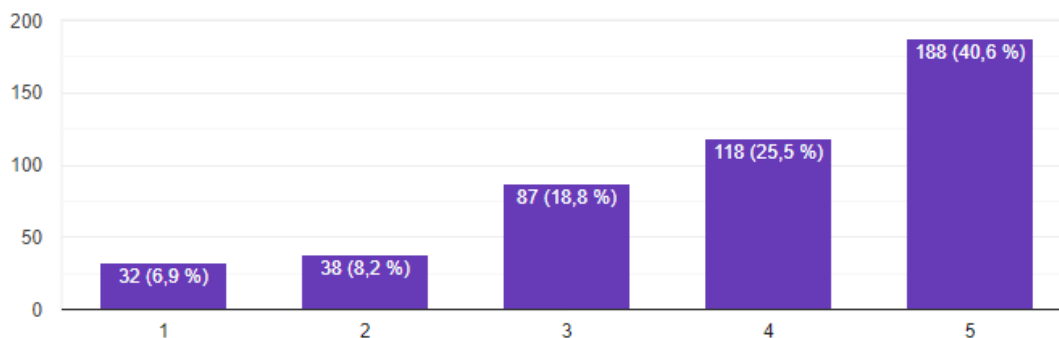


Grafikon 12 Mobing nad ženama

Osma tvrdnja glasi *Ženski rad se definira kao manje važan od muškog*. Sa njom se u potpunosti slaže 40,6% ispitanika, dok se njih 25,5% djelomično slaže. 18,8% ispitanika se slaže i ne slaže s navedenom tvrdnjom. 8,2% ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se njih 6,9% u opće ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Ženski rad se definira kao manje važan od muškog

463 odgovora

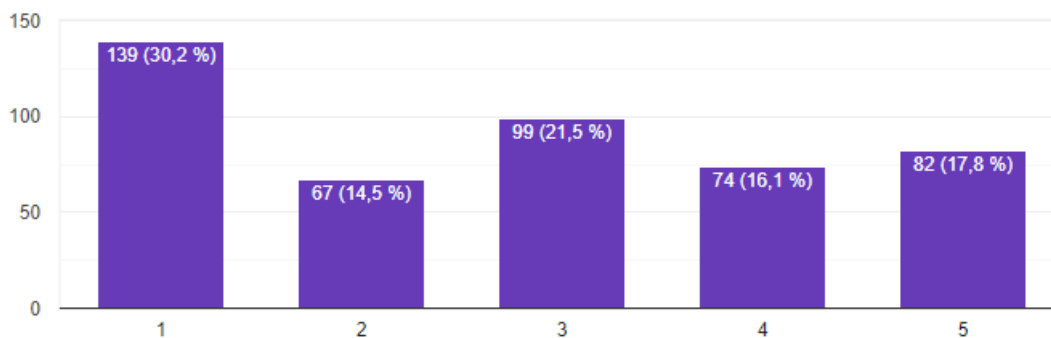


Grafikon 13 Ženski rad je manje važan od muškog

Deveta tvrdnja *Uspješna poslovna žena može postati samo uz značajnu podršku muškarca u poslovnoj okolini*. 17,8% ispitanika se u potpunosti slaže s navedenom izjavom, 16,1% ispitanika se djelomično slaže s navedenom izjavom. 21,5% ispitanika se slaže i ne slaže s navedenom izjavom. 14,5% ispitanika se ne slaže s navedenom izjavom dok se njih 30,2% u opće ne slaže sa navedenom izjavom.

Uspješna poslovna žena može postati samo uz značajnu podršku muškarca u poslovnoj okolini

461 odgovor

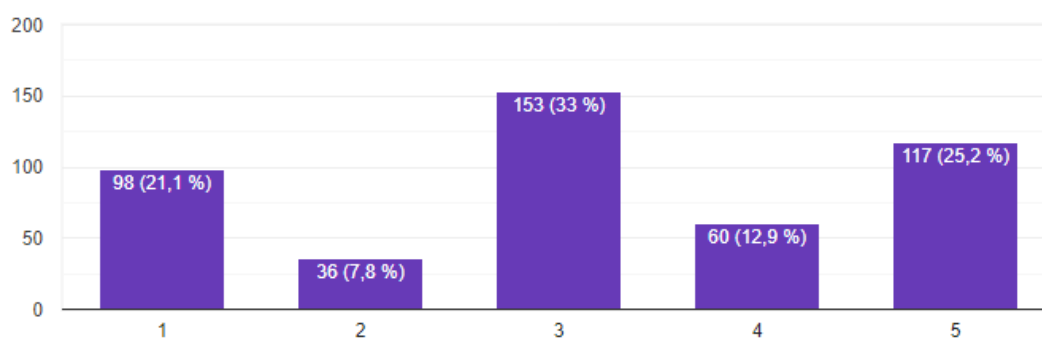


Grafikon 14 Uspješna poslovna žena može postati uz podršku muškarca

Deseta tvrdnja *Radije bih da mi je nadređeni muškarac nego žena*. 25,2% ispitanika se slaže s navedenom tvrdnjom, 12,9% ispitanika djelomično se slaže s navedenom tvrdnjom. 33% ispitanika je neodlučno. 7,8% ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se njih 21,1% uopće ne slaže s tom tvrdnjom.

Radije bih da mi je nadređeni muškarac nego žena

464 odgovora

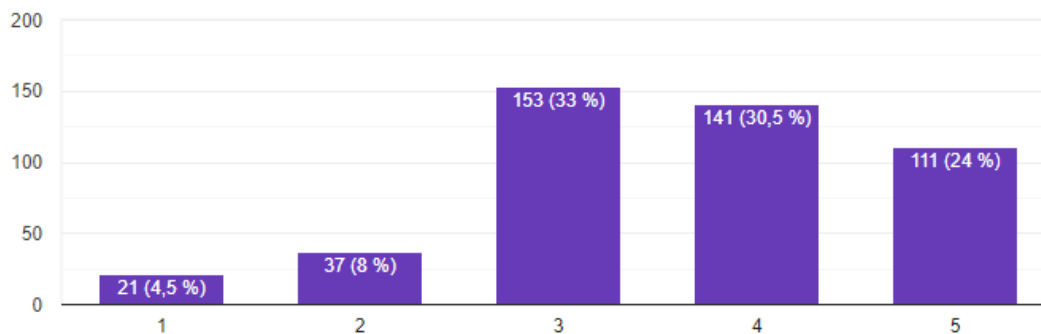


Grafikon 15 Radije bih da mi je nadređeni muškarac nego žena

S jedanaestom tvrdnjom *Seksizam žena visoko je zastupljen u poslovnom svijetu*. 24% ispitanika slaže se s navedenom tvrdnjom. 30,5% ispitanika djelomično se slaže s navedenom tvrdnjom, dok njih 33% se slaže i ne slaže. 8% ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se njih 4,5% uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Seksizam žena visoko je zastupljen u poslovnom svijetu

463 odgovora

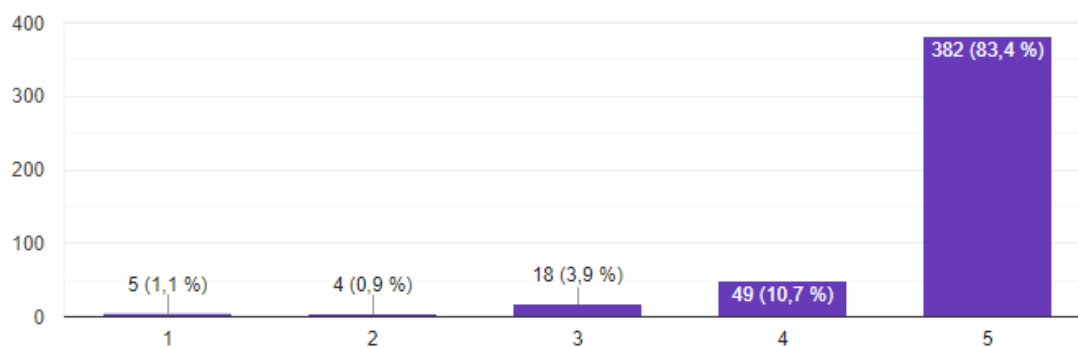


Grafikon 16 Seksizam žena visoko je zastupljen u poslovnom svijetu

S dvanaestom tvrdnjom *Žene su jednako sposobne za donošenje odluka u poduzeću kao i muškarci* u potpunosti se slaže većina sudionika istraživanja njih 83,4%. S tom tvrdnjom djelomično se slaže 10,7% ispitanika. 3,9% ispitanika nije sigurno, dok se njih 0,9% ne slaže s tom tvrdnjom. Tek 1,1% ispitanika se u opće ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Žene su jednako sposobne za donošenje odluka u poduzeću kao i muškarci

458 odgovora



Grafikon 17 Žene su jednako sposobne za donošenje odluka u poduzeću kao i muškarci

8. Diskusija

Analizirajući stavove ispitanika o položaju žena u poslovnom svijetu možemo doći do zaključka da se postavljena hipoteza: *Problem diskriminacije žena u poslovnom svijetu još uvijek je prisutan* može prihvatiti.

Do tog zaključka došlo se zbog velikog postotka slaganja ispitanika sa sljedećim izjavama: *Za obavljanje istih poslova žene su plaćene manje od muškaraca* gdje se 42,5% ispitanika slaže s tom izjavom.

S izjavom *Žene se zapošljava na manje plaćenim poslovima* slaže se 34,6% ispitanika.

Izjava *Pitanje bračnog statusa često se postavlja ženama prilikom razgovora za posao* pokazala se potvrdnom a čak 45,8% potvrdnih odgovora.

Izjava *Pitanje broja žena često se postavlja ženama prilikom razgovora za posao* pokazala se točnom s čak 45,7 % potvrdnih odgovora.

Više od pola ispitanika (58,7%) složilo se s izjavom da *Žene ulažu više napora da bi bile na istoj poziciji kao muškarci*.

Izjavom *Mobing nad ženama prisutniji je nego kod muškaraca* podupire se postavljena hipoteza s čak 50,4% slaganja.

Potvrdnom se pokazala i izjava *Ženski rad se definira kao manje važan od muškog* sa 40,6% slaganja.

Izjava *Žene su jednako sposobne za donošenje odluka u poduzeću kao i muškarci* sa čak 83,4% slaganja pokazuje kako ispitanici smatraju da su žene i muškarci imaju jednake predispozicije i sposobnosti za isto kvalitetno obavljanje poslova.

Odgovori za izjavu *Uspješna poslovna žena može postati samo uz značajnu podršku muškarca u poslovnoj okolini* su raznoliki. 17,8% ispitanika se u potpunosti slaže s navedenom izjavom, 21,5% ispitanika se slaže i ne slaže s navedenom izjavom dok se njih 30,2% u opće ne slaže s navedenom izjavom. Što nam govori kako status žena u poslovnom svijetu još uvijek ovisi o muškarcu.

Sa izjavom *Radije bih da mi je nadređeni muškarac nego žena* slaže se 25,2% ispitanika, 33% ispitanika je neodlučno dok se njih 21,1% uopće ne slaže s tom tvrdnjom što nam govori da

status žena u poslovnom svijetu još uvijek nije na istoj razini sa muškarcima te da se žena u poslovnom svijetu se još uvijek smatra kao manje sposobna za donošenje bitnih odluka.

9. Zaključak

Status žena u poslovnom segmentu nije se puno istraživao te je do konkretnih podataka vrlo teško doći. Kroz dostupna istraživanja vidljivo je da početkom devedesetih dolazi do povećanja trenda visoko obrazovanih žena. Kroz povijest, žene su prošle dug put kako bi se približile pravima koja imaju muškarci. Danas, u Hrvatskoj žene su u ravnopravnom položaju s muškarcima no na tržištu rada nema većeg pomaka. Obzirom da se posljednjih godina ulaže mnogo truda u razvijanje svijesti o ravnopravnosti spolova i suzbijanju diskriminacije očekuje se da će se položaj žena poboljšati. Trenutnom analizom tržišta i položaja žena na tržištu rada dolazi se do zaključka da se stanje promijenio na bolje, ali se diskriminacija ni u jednom području radnih odnosa nije iskorijenjena do kraja. Unatoč rastu trenda obrazovanih žena u odnosu na muškarce, žene nisu dovoljno zastupljene na rukovodećim funkcijama. Uglavnom napreduju do pozicije nižeg ili srednjeg menadžmenta, dok do položaja vrhovnog menadžmenta još uvijek teško dolaze.

Glavnom preprekom za napredak žena smatra se podjela poslova na muške i ženske, da muškarci trebaju imati veće plaće jer su sposobniji od žena i slična razmišljanja. Diskriminacija pri zapošljavanju na hrvatskom tržištu je još uvijek prisutna se pokazuje već kod razgovora za posao gdje većina poduzeća postavlja osobna pitanja o braku, zasnivanju obitelji, ispalti različite plaće.

Bez obzira na razvoj društva još uvijek glavna prepreka prema napretku žena u poslovnom svijetu je tradicionalan pogled na svijet. Unatoč raznim odredbama i zakonima koji štite žene od diskriminacije društvo treba raditi i na suzbijanju stereotipa. Rodni stereotipi i predrasude mogu nestati jedino ako se promijeni tradicionalno shvaćanje da su žene slabiji spol koji je pod dominacijom muškarca. Državne institucije, udruge koje promiču ravnopravnost spolova i mediji trebali bi u velikoj mjeri utjecati na daljnji pozitivan tijek suzbijanja diskriminacije te pridonijeti postizanju jednakih mogućnosti svima bez obzira na spol.

U Koprivnici _____

Potpis studenta: _____



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, PATRICIJA MIHOCEK (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom STATUS ŽENE U PROCESU NAPREDAVANJA U KARIJERI (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Patricija Mihocsek
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, PATRICIJA MIHOCEK (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom STATUS ŽENE U PROCESU NAPREDAVANJA U KARIJERI (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Patricija Mihocsek
(vlastoručni potpis)

10. Literatura

Knjige:

1. Aronson, E., Wilson, T., Akert, R.,(2005); *Socijalna psihologija*, MATE., Zagreb
2. Barada, V., Jelavić, Ž.,(2004); *Uostalom, diskriminaciju treba dokinuti*, Centar za ženske studije, Zagreb
3. Hewstone, M., Stroebe, W.,(2001); *Socijalna psihologija europske perspektive*, SLAP, Zagreb
4. Rodin, S.(2003); *Jednakost muškarca i žene:Pravo i politika u EU i Hrvatskoj*, IMO., Zagreb.
5. Živković, I.,(2015); *Temeljni koncepti socijalne psihologije*, Veleučilište Baltazar, Zaprešić

Priručnik:

1. Genov B., Živković Lj., Đaković T.,(2011); *Diskriminacija na radnom mjestu*; Centar za zdravo odrastanje IDEM i ja, Mali Lošinj
2. Kamenov Ž., Galić B. (2011); *Rodna ravnopravnost i diskriminacija u Hrvatskoj*, Intergrafika TTŽ d.o.o., Zagreb
3. Petković B., Kodovšek N., (2011): *O diskriminaciji - priručnik za novinare*; Fondacija Mediacentar Sarajevo, Sarajevo

Članci

1. Bilić, A. (2007); *Diskriminacija u europskom radnom pravu*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, Vol. 44., No.3-4. Str.565
2. Breglec, Z.(2015); *Rod, spol i žena u hrvatskom jeziku*, Jat, Vol. 1, Br. 2, str 206.
3. Buljubašić, E. (2010); *Stereotip stranca u početničkim udžbenicima inojezičnog hrvatskog*, Croatian Studies Review, Vol. 6., No.1.str.250-255
4. Lubina, T., Brkić Klimpak, I. (2014).; *Rodni stereotipi: objektivizacija ženskog lika u medijima*, Pravni vjesnik, Vol.30, No.2., str. 228-232
5. Maričić, J. (2009).; *Teorije i istraživanja predrasuda u dječjoj dobi*, Psihologijske teme, Vol.18, No.1, str.138-140.

6. Penava Brekalo, Z.(2010); *Socijalno-kognitivna teorija ličnosti u kontekstu osobnog marketinga*, Ekonomski vjesnik, Vol. XXIII. No.1, str. 244
7. Penezić, Z., Šunjić, M.,(2013); *Mediji, ženska rodna uloga i rodni stereotipi*, Kultura komuniciranja, Vol.2. str 80-85
8. Stobbe, Heinz-G.(1996); *Predrasude - stereotipi - slike o neprijatelju : napomene uz središnju problematiku socijalnih odnosa*, Crkva u svijetu, Vol.31., No.4, str. 420
9. Šadić, S.(2004); *Socijalni radnici i predrasude*, Ljetopis socijalnog rada, Vol.11, No.1, str.3.
10. Veljak, L.(2005); *Obrazovanjem protiv predrasuda*, Filozofska istraživanja, Vol.25, No.2.str.454-460
11. Volarević, M. (2012); *Novi feminizam i kulturalna promocija žene majke-radnice*, Obnovljeni život, Vol.67., No.2, str.225-227
12. Vučemilović, V. (2011); *Diskriminacija žena na tržištu rada s osvrtom na Hrvatsku*, Praktični menadžment, Vol.2., No.1.str.67-69

Završni rad:

1. Jonjić V.(2017); *Stavovi i stereotipi*. Završni rad. Sveučilište u Splitu, Split, str 5.

Diplomski rad:

1. Pavlin-Bernardić, N.(2003); *Ispitivanje utjecaja informacije o spolnoj orijentaciji aktera na objašnjavanje uspjeha/neuspjeha ovisno o vrsti zadatka*. Diplomski rad. Filozofski fakultet, Zagreb

Internet izvori:

1. Anonymus 1: https://hr.psychologyinstructor.com/sto-je-drustvena-spoznaja/#Kako_funkcionira_socijalna_spoznaja dostupno: 3.6.2019
2. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR): <http://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/>, dostupno: 17.8.2019

3. Državni zavod za statistiku
https://www.dzs.hr/Hrv/important/Interesting/Dan_Zena/index.html, dostupno:
 17.8.2019
4. Europski institut za ravnopravnost:
<https://eige.europa.eu/thesaurus/terms/1222?lang=en> dostupno: 15.8.2019
5. Europska komisija: <http://publications.europa.eu/webpub/com/factsheets/women/hr/>;
 dostupno: 17.8.2019
6. Granić M.,(2018): https://www.krenizdravo.rtl.hr/psihologija_p/sto-su-to-stereotipi-i-koliko-su-zapravo-tocni , dostupno: 3.6.2019
7. Hamilton, D.L.,Sherman J.W.,(2016); *Stereotypes*. UC Davis.,
<https://escholarship.org/uc/item/0c8744mq#main>, dostupno: 30.6.2019
8. Leksikografski zavod Miroslav Krleža:
<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=58036> dostupno: 30.6.2019
9. Leksikografski zavod Miroslav Krleža:
<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=15411>, dostupno: 16.8.2019
10. Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova:
<https://www.prs.hr/index.php/diskriminacija/osnove-diskriminacije>;
 dostupno:
 16.8.2019
11. Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova; <https://www.prs.hr/index.php/analize-i-istrazivanja/analize-rada-i-zaposljavanja/1794-istrazivanja-o-zastupljenosti-zena-i-muskaraca-na-upravljackim-pozicijama-u-trgovackim-drustvima-2014> dostupno
 17.8.2019

Popis grafikona

Grafikon 1 Žene stare 15 i više godina, orema najvišoj završenoj školi	15
Grafikon 2 Spol ispitanika	19
Grafikon 3 Stručna sprema	19
Grafikon 4 Radno iskustvo	20
Grafikon 5 Spol nadređenog	20
Grafikon 6 Obrazovanje žena	22
Grafikon 7 Žene su manje plaćene od muškaraca	23
Grafikon 8 Žene se zapošljava na manje plaćenim poslovima	23
Grafikon 9 Pitanje bračnog statusa prilikom razgovora za posao	24
Grafikon 10 Pitanje broja djece kod razgovora za posao	24
Grafikon 11 Žene ulažu više napora da bi bile na istoj poziciji kao muškarci	25
Grafikon 12 Mobing nad ženama	25
Grafikon 13 Ženski rad je manje važan od muškog	26
Grafikon 14 Uspješna poslovna žena može postati uz podršku muškarca	26
Grafikon 15 Radije bih da mi je nadređeni muškarac nego žena	27
Grafikon 16 Seksizam žena visoko je zastupljen u poslovnom svijetu	27
Grafikon 17 Žene su jednako sposobne za donošenje odluka u poduzeću kao i muškarci	28

Popis slika

Slika 1 Trokomponentni model stava	6
--	---

Prilozi

Prilog 1: Anketa o statusu žena u poslovnom svijetu

Poštovani,

Istraživanje se provodi u svrhu izrade završnog rada, s ciljem utvrđivanja položaja žena u poslovnom svijetu u okviru studija na Odjelu Poslovanje i menadžment u medijima na Sveučilištu Sjever.

1. **Spol :** M Ž

2. **Stručna sprema:** NKV ili KV
 SSS
 VŠS
 VSS

3. **Vaš nadređeni je:** M Ž

4. **Radno iskustvo:** 0-5 godina
 6-15 godina
 16-30 godina
 31 i više godina

Molim Vas da kod sljedećih pitanja kvačicom označite koliko se slažete da sljedećim izjavama?

- 1- uopće se ne slažem
- 2- ne slažem se
- 3- slažem se i ne slažem se
- 4- djelomično se slažem
- 5- u potpunosti se slažem

		1	2	3	4	5
1.	Kod žena obrazovanje je važno za stvaranje poslovne karijere					
2.	Za obavljanje istih poslova žene su manje plaćene od muškaraca					
3.	Žene se zapošljavaju na manje plaćenim poslovima					
4.	Pitanje bračnog statusa često se postavlja ženama prilikom razgovora za posao					
5.	Pitanje broja djece često se postavlja ženama prilikom razgovora za posao					
6.	Žene ulažu više napora da bi bile na istoj poziciji kao muškarci					
7.	Mobing nad ženama prisutniji je nego kod muškaraca					
8.	Ženski rad se definira kao manje važan od muškog					
9.	Uspješna poslovna žena može postati samo uz značajnu podršku muškarca u poslovnoj okolini					
10.	Radije bih da mi je nadređeni muškarac nego žena					
11.	Seksizam žena visoko je zastupljen u poslovnom svijetu					
12.	Žene su jednako sposobne za donošenje odluka u poduzeću kao i muškarci					