

Žene i poduzetništvo

Jerešić, Romina

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:519393>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**

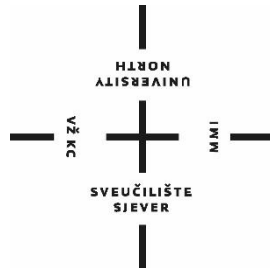


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
DIPLOMSKI STUDIJ POSLOVNA EKONOMIJA



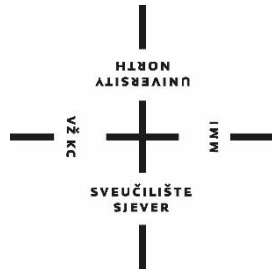
DIPLOMSKI RAD br. 510/PE/2024

ŽENE I PODUZETNIŠTVO

Romina Jerešić

Varaždin, rujan 2024.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
DIPLOMSKI STUDIJ POSLOVNA EKONOMIJA



DIPLOMSKI RAD br. 510/PE/2024

ŽENE I PODUZETNIŠTVO

Studentica:
Romina Jerešić

Mentorica:
prof. dr. sc. Anica Hunjet

Varaždin, rujan 2024.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija		
PRISTUPNIK	Romina Jerešić	MATUČNI BROJ	0303084979
DATUM		KOLEGIJ	Ekonomika poduzetništva
NASLOV RADA	Žene i poduzetništvo		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Women and entrepreneurship		
MENTOR	Anica Hunjet	ZVANJE	prof. dr. sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Dijana Vuković, predsjednica		
	2. doc. dr. sc. Damira Keček, članica		
	3. prof. dr. sc. Anica Hunjet, mentorica		
	4. doc. dr. sc. Ivana Martinčević, zamjenski član		
	5.		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	510/PE/2024
OPIS	<p>Žene i poduzetništvo u suvremenom svijetu predstavljaju ključnu temu te se sve više prepoznaje važnost ženskog doprinosa ekonomiji. Žene poduzetnice se vrlo često suočavaju sa izazovima poput rodne diskriminacije, stereotipa, nedostatka pristupa resursa. Buduće uspješne poduzetnice mogu inspirirati uspješni primjeri žena poduzetnica koje već inspiriraju mnoge generacije te potiču društvo na preispitivanje tradicionalnih uloga žena. Na razvoj žena poduzetnica uvelike može utjecati podrška vlade i institucija.</p> <p>Cilj rada jest uspostaviti ravnotežu žena poduzetnica između poslovnih obaveza i privatnog života, postizanje financijske stabilnosti i neovisnosti kroz uspješno poslovanje te osnaživanje žena u poduzetništvu. Također, cilj jest i istražiti rodnu ravnopravnost te promjene percepcije o spolovima u društvu.</p> <p>U diplomskom radu provest će se empirijsko istraživanje putem anketnog upitnika te će se na temelju rezultata obraditi podatci i donijeti zaključak rezultata istraživanja.</p>

ZADATAK UGOĐEN 26.09.2024



A. Hunjet

SAŽETAK

Prava žena današnjice predstavljaju jedno od najznačajnijih pitanja u suvremenom društvu, u pogledu zakonske jednakosti, a i ekonomskih i kulturnih prava. Iako žene postižu velike napretke u poslovnom sektoru i dalje se vrlo često suočavaju sa brojnim problemima i izazovima te su potrebni daljnji napori kako bi se osigurala rodna ravnopravnost te uvjeti da bi žene mogle ravnopravno doprinosti gospodarskom razvoju.

Diplomski rad bavi se sa analizom i mogućnostima koje se nude ženama, potencijalnim rješenjima, identifikacijom ključnih izazova. Također se istražuje uloga u obrazovanju, vladine politike te programi koji su usmjereni na osnaživanje žena poduzetnica. Također, uključuje i primjere uspješnih žena poduzetnica te njihove inicijative u različitim granama i sektorima. Naglašava i potiče edukacije i razvoj mreža podrške za buduće poduzetnice koje ujedno i služe u svrsi promocije.

Oснаživanje žena poduzetnica ima velik i širok društveni značaj jer doprinosi povećanju zaposlenosti i održivom razvoju. Diplomski rad također daje preporuke za daljnji razvoj i unapređenja položaja žena u društvu kao i anketu o primjeni prava žena što se tiče svakodnevnog života.

Ključne riječi: žene poduzetnice, ravnopravnost, razvoj

ABSTRACT

Today's women's rights represent one of the most important issues in modern society, in terms of legal equality, as well as economic and cultural rights. Although women achieve great progress in the business sector, they still often face numerous problems and challenges, and further efforts are needed to ensure gender equality and the conditions for women to contribute equally to economic development. The thesis deals with the analysis and opportunities offered to women, potential solutions, identification of key challenges. It also examines the role of education, government policies and programs aimed at empowering women entrepreneurs. It also includes examples of successful women entrepreneurs and their initiatives in different branches and sectors. It emphasizes and encourages education and the development of support networks for future entrepreneurs, which also serve the purpose of promotion. The empowerment of women entrepreneurs has great and broad social significance as it contributes to increased employment and sustainable development. The thesis also provides recommendations for further development and improvement of the position of women in society, as well as a survey on the application of women's rights in everyday life.

Keywords: women entrepreneurs, equality, development

SADRŽAJ

Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.2. Ciljevi i hipoteze rada	2
1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka.....	3
1.4. Struktura rada	3
2. OPĆENITO O PODUZETNIŠTVU.....	4
2.1. Tko je poduzetnik?	6
2.2. Što je poduzetništvo žena	8
2.3. Povijesni razvoj žena u poduzetništvu.....	9
2.4. Potrebni uvjeti za razvoj poduzetništva žena.....	10
2.5. Savjeti i trikovi prilagođeni ženama poduzetnicama.....	11
2.6. Kako postati uspješna poduzetnica?	12
2.7. Karakteristike uspješnih žena poduzetnica	13
3. PREPREKE ŽENAMA U PODUZETNIŠTVU	16
3.1. Samopouzdanje i spolni stereotipi.....	16
3.2. Diskriminacija žena u poduzetništvu	17
3.3. Otklanjanje barijera u poticanju poduzetništva žena	20
3.4. Žene i muškarci u poduzetništvu	24
3.5. Razlike žena poduzetnica i kolega poduzetnika	27
3.6. Strategija za rodnu ravnopravnost	28
3.7. Ženska ljudska prava.....	29
4. PODUZETNIŠTVO ŽENA U HRVATSKOJ.....	31
4.1. Preporuke za promociju poduzetništva žena u Hrvatskoj	32
4.2. Strategija razvoja poduzetništva žena u RH 2014. – 2020. (Ciljevi razvoja poduzetništva žena u Hrvatskoj)	33
4.3. Poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika	34
4.4. Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena	34
4.5. Uvođenje poduzetništva žena u institucionalnu infrastrukturu	35
4.6. SWOT analiza poduzetništva žena u Hrvatskoj.....	36
4.7. Uspješne žene poduzetnice u Hrvatskoj	37
5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE	40
5.1. Cronbach Alpha.....	54
5.2. Deskriptivna statistika H1, H2, H3	56
5.3. Pearsonov koeficijent korelacije H1, H2 i H3	61
5.4. Ograničenja istraživanja	68
5.5. Zaključak rezultata istraživanja	69

6. LITERATURA:	70
-----------------------------	-----------

1. UVOD

Poduzetništvo žena ima vrlo značajan utjecaj na društvo, ekonomiju i kulturu te predstavlja vrlo dinamičan i rastući fenomen. Posljednjih godina sve se više žene uključuju u poduzetništvo, no muškarci i dalje dominiraju. Žene za samoostvarenjem su potaknute željom za ekonomskom neovisnošću, fleksibilnosti u radu te vlastitim ostvarivanjem. U svijetu današnjice dolazi do laganih pomaka, ali se žene poduzetnice i dalje suočavaju sa stereotipima te teškog balansiranja poslovnog i privatnog života. Poduzetnice se često preispituju društvenom odgovornosti i održivošću, pa do pokretanja biznisa žena često dolazi radi inicijative poboljšanja kvalitete života u zajednici, promicanju ravnopravnosti i zaštite okoliša.

Prisutnost žena poduzetnica jest vrlo važan faktor u poticanju inovacija čime se i oblikuje sama budućnost poslovanja žena. Razvoj tehnologije i digitalizacija danas uvelike pomaže ženama prilikom poslovnog pothvata što se tiče online platformi, društvenih mreža, marketinga. Povećanje dostupnosti raznih programa te resursa za razvoj vještina mogu pomoći poduzeticama za stjecanje novih znanja te kompetencija.

U diplomskom radu želi se istaknuti i naglasiti važnost žena u poduzetništvu te njihov značaj kroz poslovanje. Uključivanje žena u poduzetništvo pomaže razbijanju predrasuda, potiče druge žene da ostvare svoje ideje i ambicije te se tako potiče suzbijanje ravnopravnosti spolova.

1.1. Problem i predmet istraživanja

Predmet istraživanja jesu žene u poduzetništvu koje se bore za svoja ženska ljudska prava te razvoj i vrednovanje Zakona o zaštiti ženskih ljudskih prava koji ima za cilj unapređenje prava žena u raznim aspektima života koji sprječava bilo kakve oblike kršenja ženskih ljudskih prava. Unatoč 21. stoljeću te moderniziranju svijeta, žene poduzetnice još se uvijek bore sa ravnopravnošću spolova, jednakosti na tržištu rada, diskriminacijom te stereotipima koji se vrše nad ženama što je ujedno i problem istraživanja ovog diplomskog rada.

1.2. Ciljevi i hipoteze rada

Cilj rada jest uspostaviti ravnotežu žena poduzetnica između poslovnih obaveza i privatnog života, postizanje financijske stabilnosti i neovisnosti kroz uspješno poslovanje te osnaživanje žena u poduzetništvu. Također, cilj jest i istražiti rodnu ravnopravnost te promjene percepcije o spolovima u društvu.

Hipoteze rada:

Hipoteza H1: U 21. stoljeću još uvijek postoji neravnopravnost spolova.

Objašnjenje hipoteze H1: Iako su žene sve prisutnije na tržištu rada još uvijek se suočavaju sa nižim plaćama u usporedbi sa muškarcima za iste poslove. Žene su još uvijek manje zastupljene na pozicijama odlučivanja te takva nerazmjernost može utjecati prilikom donošenja odluka koja se tiču rodne neravnopravnosti. Razumijevanje ovih aspekata može pomoći prilikom identifikacije prepreka i izazova s kojima se žene suočavaju.

Hipoteza H2: Žene poduzetnice još uvijek se suočavaju sa većim izazovima prilikom ulaska u biznis zbog nedostatka podrške i resursa u odnosu na muškarce.

Objašnjenje hipoteze H2: Žene poduzetnice vrlo često imaju ograničen pristup financijskim resursima što dodatno otežava pokretanje i razvoj poslovanja. Razvoj mreža podrške može olakšati ulazak žena u poduzetništvo te se smatraju jednim od ključnih za uspjeh u poslovanju. Društvene norme i očekivanja vezana uz rodne uloge utječu na sposobnost žena kao poduzetnica te to može smanjiti prilike u poslovnom svijetu.

Navedena hipoteza želi naglasiti potrebu za podrškom, resursima te promjenama društvenih normi koje mogu osnažiti žene u poduzetništvu.

Hipoteza H3: Žene su često suočene sa diskriminacijom te nejednakim tretmanom društva što često rezultira ograničenim pristupom u obrazovanju, napredovanju na poslu ili pri zapošljavanju.

Objašnjenje hipoteze H3: Žene se često susreću sa diskriminacijom te sa nejednakim tretmanima u različitim aspektima života, poslovnog ili privatnog. Želi se naglasiti razvoj aktivnosti te organizacija žena kako bi se ženama poduzetnicama pružila dodatna podrška te pomoć. Isto tako, vrlo je bitno naglasiti Zakon o zaštiti ženskih ljudskih prava koji se fokusira na sprečavanje diskriminacije te drugih oblika kršenja ljudskih prava žena. Navedena hipoteza

naglašava potrebe za preispitivanjem društvenih normi kako bi se omogućio ravnopravan pristup pri zapošljavanju te profesionalnom napredovanju.

1.3.Izvori i metode prikupljanja podataka

U navedenom istraživanju koristila se primarna i sekundarna literatura. Primarna literatura obuhvaća prikupljanje podataka o percepcijama ispitanika putem anketnog upitnika u vezi razmišljanja na navedenu temu te hipoteze, dok sekundarna literatura obuhvaća knjige, članke te akademske radove.

1.4.Struktura rada

U uvodnom dijelu rada opisan će se ciljevi i hipoteze rada, izvori i metode prikupljanja podataka te struktura rada. Drugo poglavlje govori općenito o poduzetništvu, o poduzetništvu žena, povijesnom razvoju poduzetništva žena, savjete i trikove prilagođene ženama poduzetnicama, kako do uspješne poduzetnice te njihove karakteristike. Treće poglavlje opisuje prepreke na koje nailaze žene u poduzetništvu, spominje se i opisuje diskriminacija žena, otklanjanje barijera u poticanju ženskog poduzetništva, opisuju se sličnosti i razlike žena i muškaraca u poduzetništvu. Spominje se i vrlo bitna strategija za rodnu ravnopravnost te ženska ljudska prava. U četvrtom poglavlju ističe se poduzetništvo žena u Hrvatskoj, preporuke za promociju poduzetništva u RH, strategiju razvoja poduzetništva žena u RH. Glavnina četvrtog poglavlja jest kako poboljšati sustavne podrške ženama te usklađenost i umreženost javnih politika. Detaljno je opisana SWOT analiza poduzetništva u RH koje može pomoći budućim uspješnim poduzetnicama. Peto poglavlje se odnosi na empirijsko istraživanje koje obuhvaća deskriptivnu statistiku, Cronbach Alfu, Pearsonov koeficijent korelacije te na kraju zaključak rezultata istraživanja.

2. OPĆENITO O PODUZETNIŠTVU

Poduzetništvo se može definirati kao neprekidan proces stvaranja nove vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja tržišnih prilika. (H. H. Stevenson, J. C. Jarillo, Mossi, 1986.) Ovo nije jedinstvena definicija poduzetništva, ima ih mnoštvo te ukoliko bi ih sve zajedno spojili ona bi bila preopširna kako bi obuhvatila sve značajke.

Pojam „poduzetništvo“ dolazi od riječi „poduzeti“ što znači da pojedinac sam poduzima akcije. Poduzetništvo jest također svrha prepoznavanja prilika, prikupljanja sredstava za realizaciju, stvaranje i raspodjele novostvorene vrijednosti.

Ono se još tumači kao praksa, teorija i znanost. Pod praksom se podrazumijeva vlastito iskustvo, vještine, primjene, stečeno znanje i djelovanje koje se primjenjuje u poslu. Teorija znači proučavanje društvenih i prirodnih pojava koje imaju za cilj objasniti uzrok i posljedicu kako bi se mogle ustanoviti određene zakonitosti, dok je znanost tematski zaokružena, sređena te verificirana teorija. (Bolfek i Sigurnjak, 2011.)

Poduzetništvom se može upravljati te se dijeli na faze, zato se i kaže da je poduzetništvo neprekidan proces stvaranja novih vrijednosti. Pod stvaranjem novih vrijednosti misli se na ujedinjavanje kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja tržišne prilike te je upravo i to posao poduzetnika. Poduzetnici u prijetnjama vide nove prilike, na tržištu i u poduzeću. Srž razvoja poduzetničkog procesa jest prepoznavanje vanjskih prilika, procjenjivanje razine prioriteta u uočenim prilikama te izvedba i provođenje navedenih prilika u poslovanje. (B. R. Barringer, R. D. Ireland, 2006)

Neke od osnovnih karakteristika modernih poduzeća jesu inovativnost, pro aktivnost te sklonost rizicima. Tako Schumpeter i Cantillon rizik definiraju kao element poduzetništva. Sklonost riziku predstavlja mogućnost neuspjeha te gubitaka uloženi resursa koji su usko vezani sa brzim i hrabrim potezima ulaska u poslovne prilike.

Uz sve gore navedeno, može se zaključiti kako su tri glavne karakteristike poduzetništva: (Buble, 2014)

1. Kreativnost i inovacija
2. Prikupljanje resursa i utemeljenje ekonomske organizacije
3. Prilika za dobitkom uz rizik i neizvjesnost

Za stvaranje novog pothvata ključni su sljedeći elementi u tablici 1.

Tablica 1: Dimenzije stvaranja novog pothvata

Individualne karakteristike
1. Baza osobnih resursa <ul style="list-style-type: none">- Potreba za postignućem- Znanje i iskustvo- Sklonost riziku i reputacija 2. Sociološki faktori <ul style="list-style-type: none">- Percepcije željenog i ostvarenog- Modeli uloga- Mreže i kontakti 3. Demografski faktori <ul style="list-style-type: none">- Spol, starost i obrazovanje
Organizacija
1. Strategije – generičke strategije <ul style="list-style-type: none">- Diferencijacija- Fokus 2. Mehanizmi izolacije – Primarni načini ulaska na tržište <ul style="list-style-type: none">- Novi proizvod ili usluga- Konkurencija 3. Funkcijske strategije <ul style="list-style-type: none">- Financijska, marketinška i organizacijska
Ograničenja u okolini
<ol style="list-style-type: none">1. Barijere ulaska2. Supstituti3. Moć pogađanja kupaca4. Moć pogađanja dobavljača5. Utjecaj vlade

Resursi u okolini:

- Transport, iskusni poduzetnici, radna snaga, veća urbana područja, dostupnost dobavljača, dostupnost kupaca, blizina sveučilišta, raspoloživost potpornih službi

Izvor: samostalna izrada autora (prema M. Buble, Poduzetništvo)

Tablica 1. prikazuje značajne dimenzije poduzetništva kojeg čine pojedinci, okolina i organizacije. Tablica također želi približiti psihološke, sociološke i demografske karakteristike svake osobe, a tako i poduzetnika koje umanjuju ili uvećavaju njegovu poduzetničku sposobnost.

Govoreći o individualnim karakteristikama, odnosno o individualnom poduzetniku on vrlo često nije sam. Pritom se misli na to kako se poduzetnici uzdaju u mrežu drugih fizičkih i pravnih osoba, odnosno drugih poduzetnika. Navedeni kontakti su vrlo personalni resursi koji pomažu poduzetniku pri pribavljanju resursa za svoj biznis.

Okolina u tablici prikazuje prilike i prijetnje koje se nalaze pri stvaranju poslovnog pothvata. Resursi okoline predstavljaju poduzetnički izazov koji njihovom kombiniranju s drugim resursima koje poduzetnik kombinira za novi poslovni pothvat, organizaciju.

Organizacija ima strategiju koja joj omogućuje da stvara tržište te da zaštiti svoju poziciju mehanizmom izolacije. Također, ima kulturu koja podupire performanse te etičko vladanje. Kultura isto tako može biti izvor konkurentske prednosti upravo zbog toga jer je to rijetkost te teško za ostvariti.

2.1. Tko je poduzetnik?

Poduzetnik je osoba koja je sposobna voditi organizaciju. To je kreativna i inovativna osoba koja brzo uočava nastale poslovne prilike te koja je sposobna pronaći nove resurse, tehnologije te dobro mjesto na tržištu gdje bi mogao realizirati svoj poduzetnički pothvat. Poduzetnik mora biti i lider što znači da mora optimalno rasporediti zadatke na zaposlenike te mora motivirati i nagrađivati.

Karakteristike poduzetnika su: (Bolfek, Sigurnjak, 2011)

- Preuzimatelj rizika
- Začetnik ideje
- Neovisan i fleksibilan

- Donositelj odluka
- Usmjeren na uspjeh
- Veliki poduzetnički sanjari
- Rade više od većine ljudi te su vrlo nemirna duha
- Izrazito su natjecateljskog duha
- Nemaju toleranciju za tračeve te salonske razgovore

Mnogi ljudi smatraju kako su navedene karakteristike urođene poduzetnicima te kako se čovjek rađa sa „šestim čulom“.

Radi takvih dilema u suvremenoj ekonomiji razvilo se nekoliko škola poduzetnika:

1. Karizmatička – naglasak je na osobnim značajkama poduzetnika te su mu karakteristike visoka intuicija, hrabrost, ustrajnost
2. Psihološka – uvjerenje da se poduzetnici rađaju te da se osobine poduzetnika ne mogu stvoriti i naučiti u školi, karakterizira ga poštenje i odgovornost, etičnost te velika želja za uspjehom
3. Klasična – temelji se na definiciji poduzetnika kao osobe koja je sposobna voditi odluke u neizvjesnim situacijama
4. Menadžerska – uvjerenje da je poduzetnik moguće postati treningom te izobrazbom
5. Voditeljska – Poduzetnik mora biti dobar govornik, zna motivirati zaposlenike, vizionar je te je vješt u komuniciranju
6. Unutarnje – poduzetnička – naglasak je na poduzetnicima unutar poduzeća „intra poduzetnici“

Kako bi poduzeće ostvarilo profit, to ne znači kako on mora nuditi skup ili luksuzan proizvod. Za ostvarenje profita potrebno jest imati ekonomiju opsega gdje ne postoji veliki profit po jedinici proizvoda već zbog velike količine proizvedenih proizvoda ukupni profit raste. Tako zbog visokih profita nije od najveće važnosti da je proizvod kvalitetan nego da ima visoku razinu inovativnosti implementiranu u proizvod. (Bolfek, Sigurnjak, 2011)

2.2. Što je poduzetništvo žena

Prvo žensko poduzetničko udruženje osnovala je Yvonne Foinant 1945. godine u Francuskoj. Nakon gubitka muža u ratu, Yvonne je htjela pomoći drugim ženama te podijeliti svoja iskustva. Poduzetništvo žena najviše jest zastupljeno u zemljama srednje i istočne Europe. Nastalo jest prilikom prelaska netržišnog gospodarstva u tržišno te je za vrijeme istog puno žena ostalo bez posla. Tako su žene pokrenule poduzetničku inicijativu te su ušle u postupak samozapošljavanja.

Prema Vuku, žene lakše rješavaju konflikte, socijalno su osjetljive i pravilnije ocjenjuju i procjenjuju ponašanje zaposlenika u organizaciji te ponašanje ljudi općenito u privatnom životu. Žene daju prednost transformacijskom vodstvu slušajući svoje podređene te im dajući priliku usklađuju vlastite interese te ih povezuju sa interesima skupine. To je jedan od razloga zašto se sve više žena želi okušati u poduzetništvu, ali taj u odnosu na muškarce još uvijek je manji. (B. Vuk, 2006)

Cilj im je bio postati neovisne, uspješne te se dokazati na tržištu prvenstveno suprotnom spolu kako žene ne vrijede manje. No, na višim razinama u organizacijama još uvijek dominiraju muškarci dok su žene vezane značajnoj podzastupljenosti. Žene su još uvijek u poziciji da moraju birati između karijere i obitelji. Trebalo bi se težiti osvještavanju želja žena, kako bi mogle slijediti svoje ambicije, svoje snove te uspješno djelovati na upravljačkim razinama.

Poduzetništvo žena jest važan element gospodarskog rasta te društva što se tiče stvaranja novih radnih mjesta te sektora koji donose kreativnost, inovativnost i slično. (Kelly Ng-Lun, Natasha Shahbaz & Nuray Ozbay)Jedan od ekonomskih problema današnjice jest nezaposlenost te se to pitanje kod žena nastoji riješiti samozapošljavanjem. Duboko ukorijenjeni u dugogodišnjim društvenim normama te pogoršane strukturirane prepreke, izazovi služe i kao dokaz otpornosti žena u poslovanju te je uz to i potreban podsjetnik na rad za izjednačavanje rodnih uvjeta. Stvaranje novih radnih mjesta desetljećima nije bio iskorišten te zbog toga u posljednje vrijeme 5 od 6 poduzeća osnivaju žene.

Žene poduzetnice se najčešće žale na manjak potpore obitelji, na socijalne pritiske zbog tradicionalne podjele uloga te na zakonodavne okvire. (N. Miošić Lisjak i I. Ćurlin, 2002)

2.3. Povijesni razvoj žena u poduzetništvu

Posljednjih desetljeća uloga poduzetništva žena se poboljšava laganim koracima. Povijest žena poduzetnica utkana je u strukturu društvenih normi te rodni uloga. Ulaskom u poslovni svijet žene su nailazile na velike prepreke kao što su ograničeni pristup obrazovanju, zapošljavanju, kapitalu te općem društvenom prihvaćanju. Na svijet poduzetništva gleda se kao na područje gdje češće vlada i dominira muška populacija.

Pionirka Madam CJ Walker svojom uspješnošću pokazala je i dokazala društvu da žene nisu ništa manje vrijedne od muškaraca poduzetnika. Proglašena kao prvom milijunašicom koja je srušila barijere u industriji ljepote i kozmetike srušila je konzervativni pogled na poduzetništvo žena. (HERA - Hubs for entrepreneurs from rural areas - Centri za poduzetnike iz ruralnih područja, str 8)

Sredinu 20. stoljeća obilježila jest Coco Chanel sa svojom modnom industrijom te Estee Lauder koja je svojom ustrajnošću također izgradila carstvo ljepote na čemu i danas uspješno napreduje. Unatoč tome, žene su i dalje ostale ograničene i manje vrijednima u poduzetništvu. Feministički pokreti iz 1960 – ih i 1970 – ih ohrabivali su i poticali žene na slobodu društvenih ograničenja.

Feministička ekonomija stavlja u fokus na oblasti koje se ne uključuju u agregatne, makroekonomske pokazatelje kao što su neplaćeni kućni radi, briga za djecu. Za makroekonomske ciljeve predviđa da budu i stavlja fokus da su vođeni etikom brige. To se kao prirodna potreba žena, pri osiguravanju vlastite financijske samostalnosti i financijske sigurnosti svoje obitelji pojavljuju alternativni oblici ekonomske moći koja je zasnovana na načelu suradnje, solidarnosti, ekološke održivosti te otvorenosti. (L. Softić, 2021)

Brojne uspješne žene dale su značajan doprinos poduzetništvu, a neke od njih su:

1. Indra Nooyi koja je bila izvršna direktorica tvrtke PepsiCo. Istaknuto ju je učinilo jednom od istaknutijih žena u korporativnom svijetu te se pod njezinim vodstvom PepsiCo razvio u portfelj proizvoda koji su usredotočeni na zdraviju hranu i piće.
2. Angela Merkel koja je poznata kao političarka, bila je prva kancelarka Njemačke. Karakterizira se snažnom zagovornicom poduzetništva i inovacije kao i poticanje gospodarskog rasta.
3. Whitney Wolfe Herd koja je osnivačica tvrtke Bumble te je poremetila industriju online upoznavanja dajući ženama kontrolu započinjanjem razgovora. Tada se Bumble proširio na druga područja što uključuje umrežavanje te profesionalne veze.

4. Rosalind Brewer jest izvršna direktorica Walgreens Boots Alliancea. Isto tako, ima i iskustva u maloprodaji te je bila na vodećim pozicijama u tvrtkama poput Walmarta i Starbucksa.
5. Sheryl Sandberg potiče žene na zauzimanje vodećih uloga na radnim mjestima te je bila zagovornica rodne ravnopravnosti te raznolikosti u tehnologiji.
6. Mary Kay Ash jest osnovala Mary Kay Cosmetics tvrtku koja se bavi prodajom proizvoda za njegu kože te šminku. Poticala je i osnaživala žene da postanu poduzetnice kroz poslovni model tvrtke. Prioritet je pridavala mentorstvu te priznanju.
7. Sara Blakely kao osnivačica Spanxa, tvrtke vrijedne milijarde dolara. Sara je revolucionirala industriju ženskog donjeg rublja sa svojim inovativnim dizajnom.

Uspješne spomenute žene postigle su velike uspjehe no uz to poticale su žene na poduzetništvo. Cilj im je bio da svojim pričama i uspjesima nadahnjuju buduće poduzetnice kojima jest potrebna motivacija. Isto tako, svojim pričama apsolutno ruše prepreke industrija gdje dominiraju muškarci.

Od povijesne borbe žena u poduzetništvu do ekonomskog napretka važnost žena je značajno evoluirala. Stalno preispitivanje važnosti i vrijednosti žena u poduzetništvu, još uvijek postoje naponi za dokazivanjem preostalih izazova i mogućnostima da žene mogu jednako napredovati u poslovnom svijetu kao i muškarci poduzetnici. (HERA - Hubs for entrepreneurs from rural areas - Centri za poduzetnike iz ruralnih područja, str 12)

2.4.Potrebni uvjeti za razvoj poduzetništva žena

Za razvoj poduzetništva potrebno jest pokrenuti poduzetničke aktivnosti te je isto tako potrebno slobodno tržišno gospodarstvo. Četiri temeljna uvjeta razvoja poduzetništva jesu: (B. Vuk, 2006)

1. Gospodarsko okruženje koje se odnosi na vrstu gospodarstva u zemlji, tržišno, plansko, mješovito gospodarsko vođenje.

Hrvatska je zemlja na prijelazu iz planskog u tržišno gospodarstvo gdje količina proizvodnje dobara i usluga ovisi o ponudi i potražnji na tržištu.

2. Političko okruženje koje određuje Hrvatsku kao demokratsku zemlju koja prolazi kroz politički nestabilnu situaciju koju prate malverzacije i slično.
3. Pravno okruženje koje čine pravni i zakonski akti kojima se reguliraju gospodarski procesi u državi. Hrvatski pravni sustav nije djelotvoran te stalno traži promjene i

modernizaciju, prilagođenost zakonima Europske unije što potiče razvoj žena poduzetnica.

4. Kulturno okruženje podrazumijeva kulturne vrijednosti društva, moral, vjeru, umjetnost.

2.5.Savjeti i trikovi prilagođeni ženama poduzetnicama

Svakoj budućoj poduzetnici potrebni su „tips and tricks“ kako bi bolje vodile vlastito poslovanje, kako bi bile konkurentnije i uspješnije na tržištu.

Jedan od glavnih savjeta za lakši ulazak u poduzetništvo jest pobjeda straha. Svaki poduzetnik, a i poduzetnica trebaju znati da je svaki početak težak, a isto tako i neizvjestan. Uzrok straha jest nesigurnost te ga je potrebno ublažiti strateškim planiranjem, ali i dalje navedenim savjetima.

Neki od općih savjeta i trikova jesu da jest potrebno izgraditi mrežu podrške. Potrebno jest biti okružen podrškom mentora, savjetnika te uspješnim poduzetnicama. Važno jest međusobno se povezati kako bi mogle razmjenjivati mišljenja i međusobno se savjetovati, učiti od drugih te povezivati iskustva onih uspješnih koja bi se mogla primijeniti sa vlastitim planovima. Potrebno jest konstantno ulaganje u vlastito znanje i vještine uz poslovanje. Čitajući stručnu literaturu, blogove, pohađajući tečajeve koji u današnje vrijeme mogu biti online te slušajući mentore može itekako pospješiti vlastiti poslovni pothvat. Tako jest u naposljetku važno znanja primjenjivati u praksi te ih kombinirati sa stečenim iskustvom. (I. Matić, 2017)

Prednost ulaska u poduzetništvo daje povjerenje u samog sebe, prihvaćanje jedinstvenosti te mogućnost iskorištavanja istih u svoju korist. Ona je moćna te nam je zbog toga nitko ne može oduzeti. Postavljanje kratkoročnih i dugoročnih ciljeva može pomoći ženama poduzetnicama. Savjet koje uspješne poduzetnice kažu i primjenjuju jest podjela većih ciljeva na manje zadatke kako bi se napredak mogao lakše pratiti. Unatoč postavljanju ciljeva, nekad dolazi i do neuspjeha. Na njega buduće poduzetnice trebaju gledati kao novu priliku za učenje i vlastiti rast. Tada jest potrebno analizirati neuspjeh te pronaći rješenje za njihovo poboljšanje. Bitno jest i proširivanje profesionalne mreže, odnosno posjećivanje mrežnih stranica te iskorištavanje online i offline platforme.

Između ostalog, vrlo je bitan balans. Balans između privatnog i poslovnog života. Ukoliko buduće poduzetnice ne pronađu ravnotežu neće izbjeći izgaranje te će nedostajati granice i vrijeme za dobrobit same sebe i obitelji.

Svaka od poduzetnica ima jedinstvenu perspektivu koja se može karakterizirati i snagom u vlastitom poslovnom pothvatu stoga je treba znati iskoristiti na vrijeme. Potpuno je jasno kako neće uvijek biti uspjeha po tom pitanju, ali zato postoje partnerstva koja mogu doprinijeti jačanju poslovanja. Savjet ženama poduzetnicama jest da ostanu otporne. To znači kako trebaju biti svjesne da poduzetništvo dolazi sa izazovima, učenje iz neuspjeha te koračati pozitivnim načinom razmišljanja. (HERA - Hubs for entrepreneurs from rural areas - Centri za poduzetnike iz ruralnih područja, str 245)

Potrebno jest stalno ustrajanje ka cilju, biti prilagodljiva te tražiti načine poboljšanja i inovacija. Bitan je način razmišljanja poduzetnica što uključuje kombinaciju vještina i razvijanja strategija.

Kontinuirano ulaganje u osobni i profesionalni razvoj, žene ostaju informirane o trendovima, uvidom u tržište te novim tehnologijama potrebnih za poslovanje žena poduzetnica. Bitno jest i zagovaranje sebe, vlastite ideje kao i posla. Ponekad jest potrebno pregovaranje za ono što žene zaslužuju, je li to financiranje, sklapanje partnerstva ili pak prilika za rast.

Educirajući se i dajući same sebe u poslovanje ojačati će buduće poduzetnice koje će kroz neko vrijeme osnaživati i jačati druge žene. Tako jedino može i opstati poduzetništvo žena – međusobnim osnaživanjem i jačanjem što pozitivno utječe na poslovni svijet žena.

2.6. Kako postati uspješna poduzetnica?

Prvi korak prema uspješnosti poduzetnica jest definiranje svrhe i misije. Upravo to počinje sa pitanjem „Zašto?“. Tek kada poduzetnice odgovore na pitanje, shvatit će da nema mjesta posustajanju ili padu. Upravo „Zašto?“ će žene poduzetnice motivirati, ne samo njih već i zaposlenike te kupce.

Tada slijedi vizija – gdje se vidite za nekoliko godina? Definiranjem vizije potrebno jest postupiti korektno i bez oklijevanja. Potrebno jest imati jasno definirane prioritete i želje. Nadalje, potrebno jest definirati vrijednosti. Poduzetnicama jest bitno da učvrste što im je bitno, u što vjeruju te od čega ne žele odustati. U poslovanju vrlo se bitno i okružiti zaposlenicima koji dijele isti sustav vrijednosti i promišljanja. (I. Matić, 2017) Usklađivanjem vizije sa vrijednostima i misijom dolazi do stvaranja osjećaja svrhe.

Postavljanjem prioriteta te jasnih ciljeva vodi žene poduzetnice u pozitivnom smjeru i rastu poslovanja. Ciljeve jest potrebno podijeliti na djelotvorne korake te ih je potrebno priopćiti timu. Potrebno jest okružiti se talentiranim i vrijednim ljudima koji su usklađeni s ciljevima

organizacije te koji neprestano žele pridonositi uspješnosti poslovanja. Stvaranjem dobrog tima važno jest i njegovati kulturu otvorene komunikacije te transparentnost unutar organizacije. Bitno jest obavještavanje tima o ciljevima organizacije, o izazovima te odlukama. Tako se stvara međusobno povjerenje i angažman između poduzetnika i zaposlenika.

Pokazivanje integriteta, otpornosti i odgovornosti znači da se poslovanje vodi primjerom. Poticanje kreativnosti, eksperimentiranje te poboljšanje organizacije govori kako prihvaćate inovacije i prilagođavanje promjena na tržištu i u industriji. (HERA - Hubs for entrepreneurs from rural areas - Centri za poduzetnike iz ruralnih područja, str 267)

Poduzetnicama se također preporuča da napišu vlastiti manifest. To znači da sva svoja razmišljanja stave na papir – sve svoje smjernice, korake, mogućnosti koje se nude, prednosti i nedostatke. Tako će se žene poduzetnice lakše usredotočiti na izvršenje i rezultate te iste smatrati prioritetima. To će pomoći poduzetnicama da lakše prate napredak prema ciljevima te će tako prema potrebi lakše prilagoditi strategije za postizanje željenih rezultata.

Poduzetnicama će također olakšati put prema uspjehu ukoliko će se usredotočiti na izvršenje i rezultate. Potrebno jest pratiti napredak prema ciljevima te ukoliko ima potrebe prilagoditi strategiju za postizanje rezultata. Ništa manje nije bitna izgradnja snažnih odnosa sa kupcima, zaposlenicima, investitorima te drugim dionicima. Traženjem povratne informacije, aktivnim slušanjem i povjerenjem pokazat ćete im zahvalnost za njihov doprinos poslovanju. Time će se i oni osjećati ugodno te će te im time i pokazati znak pažnje, da su oni isto vrijedni baš kao i same poduzetnice. I naposljetku svega, bitno jest da poduzetnice unatoč svom uspjehu ostanu i dalje skromne kao što su bile i na početku pothvata jer će jedino tako dalje i uspješno voditi svoj poslovni pothvat i biti sve bliže vlastitim ciljevima.

U vidu jest bitno imati i kvalitetu usluge. Većina poduzetnica ovdje griješi jer se ne može suočiti sa istinom, ukoliko ona nije takva kakvu priželjkuju. Potrebno jest zamisliti se sa druge strane poslovanja, sa strane kupca. Na taj način će žene poduzetnice najbolje znati i razumjeti vlastitu ideju. Kvaliteta usluge jest presudna te ima veliki utjecaj na profit organizacije dok je njome moguće nadmašiti i najbolje konkurente.

2.7. Karakteristike uspješnih žena poduzetnica

Ne postoji jednoznačan odgovor na pitanje što čini uspješne poduzetnice, ali postoje zajedničke karakteristike koje dijele mnoge uspješne poduzetnice, a neke od njih su: (I. Matic, 2017)

1. Umrežavanje

Poduzetnice imaju vrlo jaku sposobnost umrežavanja što im pomaže u izgradnji odnosa s drugim ljudima o svom poslovanju te da pronađu potencijalne kupce i partnere. Umrežavanje jest vrlo vrijedna vještina koja im omogućuje pristup resursima i informacijama koju inače ne bi imale.

2. Dobro upravljanje vremenom

Jedna od ključnih karakteristike uspješnih poduzetnica jest učinkovito upravljanje vremenom. Znaju odrediti svoje prioritete te su sposobne za obavljanje najvažnijih stvari. Ova karakteristika im omogućuje održavanje ravnoteže između poslovnog i privatnog života. Dokaz dobrom upravljanju vremenom jesu žene poduzetnice jer one moraju znati i dobro planirati vrijeme za posao i obitelj.

3. Komunikativnost

Komunikativnost je vrlo važna vještina i karakteristika poduzetnica jer se one moraju znati kako ponašati sa svojim zaposlenicima i u timu. Važno je jer moraju znati kako prenijeti svoje vizije poslovanja te nadahnuti svoj tim kako bi oni isto radili i podržavali poslovanje. One nisu samo dobre u govoru već i u slušanju. Ženama jest općenito urođen osjećaj sposobnosti percepcije govora tijela i osjećaja stoga su poduzetnice izvrsni motivatori za svoj radni tim.

4. Otpornost i ustrajnost

Bez obzira na spol poduzetništvo jest vrlo izazovno. Pokraj posla postoji i obitelj žena poduzetnica, stoga je njima svijet poduzetništva još izazovniji. Unatoč tome, mnoge žene ne odustaju od svoje organizacije zbog svoje upornosti. Općenito u životu, tako i u poslu ništa ne dolazi lako. Da bi žene poduzetnice, a i poduzetnici uspjeli potrebno jest puno raditi na tome što se želi postići. Ali na kraju, upornost jest neophodna za rast poslovnih žena.

5. Intuicija

Žene općenito imaju razvijen osjećaj intuicije. Osim korištenja činjenica i podataka kroz poslovanje, za smjernice žene mogu koristiti i vlastitu intuiciju. Također, žene su vješte u uočavanju potencijalnih problema te imaju razvijene vještine „čitanja“ zaposlenika u organizaciji. Zbog toga, žene poduzetnice mogu koristeći se ovom vještinom izabrati lojalne timove zaposlenika.

6. Empatija

Žene općenito imaju razvijen osjećaj razumijevanja emocija drugih, kako u privatnom tako i u poslovnom svijetu. Empatija može poboljšati odnos s klijentima, zaposlenicima i partnerima.

7. Marljivost i kreativnost

8. Snaga

Uspješne poduzetnice vole iznositi svoje ideje te se pripremiti na mentalne izazove ne zanemarujući i tjelesnu spremnost.

9. Neustrašivost

Uspješne poduzetnice nikada ne odustaju pred dobronamjernim i zlonamjernim kritikama – prve navedene trebaju biti korektiv, a druge poticaj!

3. PREPREKE ŽENAMA U PODUZETNIŠTVU

Ubrzani razvoj tehnologije, globalizacija i promjene stavova društva vezanih uz rodno izjednačavanje imaju izravni utjecaj na razvoj poslovne kreativnosti, poduzetničkog potencijala žena u pokretanju samostalnih poslovnih pothvata. Činjenica leži u tome kako se sve više žena želi uključiti u poduzetničke aktivnosti no zbog manjka samopouzdanja, spolnih stereotipa, rodne ravnopravnosti i diskriminacije jednostavno odustanu prije nego li su krenule. (G. Zidrum, V. Cvitanović) Društvene norme i predrasude mogu ograničiti pristup ulaska u poduzetništvo, kao i pristup financijskim resursima, mentorstvu i mrežama podrške.

3.1. Samopouzdanje i spolni stereotipi

Samopouzdanje se gradi godinama, a samopouzdana žene znaju koliko vrijede te ne podcjenjuju same sebe. Samopouzdanje se odnosi na vjerovanje kako je osoba sposobna razmišljati, donositi odluke i učiti. Ovdje se javljaju spolni stereotipi koji su puno štetniji za žene nego li za muškarce. Oni su prisutni te vrlo rasprostranjeni, a često ih i iskušavaju same poduzetnice kojima oni direktno štete. (N. M. Lisjak, I. Ćurlin, 2002)

Spolni stereotipi o ženama poduzetnicama odnose se na predrasude te generaliziranje koje može ograničiti mogućnost i potencijal žena u poduzetništvu. Spolni stereotipi mogu nanijeti direktnu štetu na žene tako da primjerice nisu primljene na određene poslove iako zadovoljavaju iste uvjete kao i muškarci. Više muškaraca odlučuje se na vlastiti pothvat jer im se pridaju osobine odlučnih, dominantnih, sklonih riziku te ambicioznih što dodatno potiče njihovo samopouzdanje i ego. Žene se smatra emocionalno nestabilnima, manje sposobnima u prirodnim znanostima te se nameće nekompetitivnost što nikako nije točno. To utječe na njihovo mentalno zdravlje, a tako i na izgradnju samopouzdanja.

Žene izložene konstantnim negativnim komentarima te manipulacijama dodano onemogućuje izgradnju samopouzdanja. Izložene tome, nažalost i same počinju vjerovati u stereotipe te sumnjati u vlastitu vrijednost, sposobnost te ih i same počinju podržavati. Utječu negativno na stvaranje vlastite slike o sebi, poduzetnica i sama pretpostavlja da nema određene sposobnosti. Takvi stereotipi nažalost utječu na nedostatak prilike za napredovanje te nejednakim tretmanom žena u poduzetničkom okruženju. Upravo zbog tih razloga mnogo žena blokira svoje djelovanje te niti ne pokušava izgradnju vlastitog poslovanja.

3.2. Diskriminacija žena u poduzetništvu

Diskriminacija se može definirati kao svaka razlika, isključenje ili ograničenje na osnovi spola kojemu je svrha da ženama ugrozi, tj. onemogući uživanje ili korištenje ljudskih prava temeljenih na političkom, gospodarskom, kulturnom području na osnovi ravnopravnosti žena i muškaraca. (European Institute for Gender Equality) Nedostatak rodne ravnopravnosti može rezultirati diskriminacijom žena na radnom mjestu te otežavati napredovanje žena poduzetnica u poslovnom svijetu.

Zbog toga prvi puta su Hymowitz i Schelhardt spomenuli pojam „stakleni strop“ misleći dakle na nevidljivu barijeru koju žene teško zaobilaze kako bi došle do vodećih pozicija u organizacijama. Pojam „stakleni strop“ osim za žene može se odnositi i na osobe drugih rasa i nacionalnosti. (I. B. Barčan, J. Burušić, 2021) Kako se razvijalo društvo, mijenjao se i stupanj izobrazbe žena u društvu.

Najčešće se pojam „stakleni strop“ koristi kada su u pitanju prava žena, radna mjesta, ravnopravnost spolova, zastupljenost patrijarhalnog društva. Istraživanja su potvrdila bilo da je riječ o politici i gospodarstvu, znanosti i obrazovanju, žene su i dalje podcijenjene što se tiče zapošljavanja. Istraživanja pokazuju kako je u svim područjima društvenog života zastupljenost žena na vodećim pozicijama još uvijek manja od muških kolega. Zakonska podloga što se tiče ravnopravnosti spolova i suzbijanja diskriminacije u RH postoji već desetljećima, no čini se kako postojanje „staklenog stropa“ i dalje postoji za većinu žena te da se poslovi i dalje dijele temeljen rodne segregacije. (I. B. Barčan, J. Burušić, 2021)

Na uklanjanju nedostataka može se raditi kroz podršku ženskom liderstvu te osnaživanju žena pri ostvarenju svojih ciljeva. Diskriminacija može rezultirati manjim brojem žena na visokim pozicijama, iako se bilježi kako je obrazovano više žena nego muškaraca. Može rezultirati manjim приходima za žene poduzetnice te ekonomskom nejednakosti. Nedostatak prilika za promociju ideja žena poduzetnica te nedostatak podrške također rezultira problemom ulaska u poduzetništvo što se ujedno smatra i diskriminacijom u poduzetništvu žena.

Najčešće su diskriminacije na tržištu rada razlike u plaćama, diskriminacija pri zapošljavanju, diskriminacija pri napredovanju žena i slično. Postoje tri ekonomske teorije koje se koriste kako bi se objasnili čimbenici koji uzrokuju diskriminaciju kroz razliku u plaćama. To su: (V. Vučemilović)

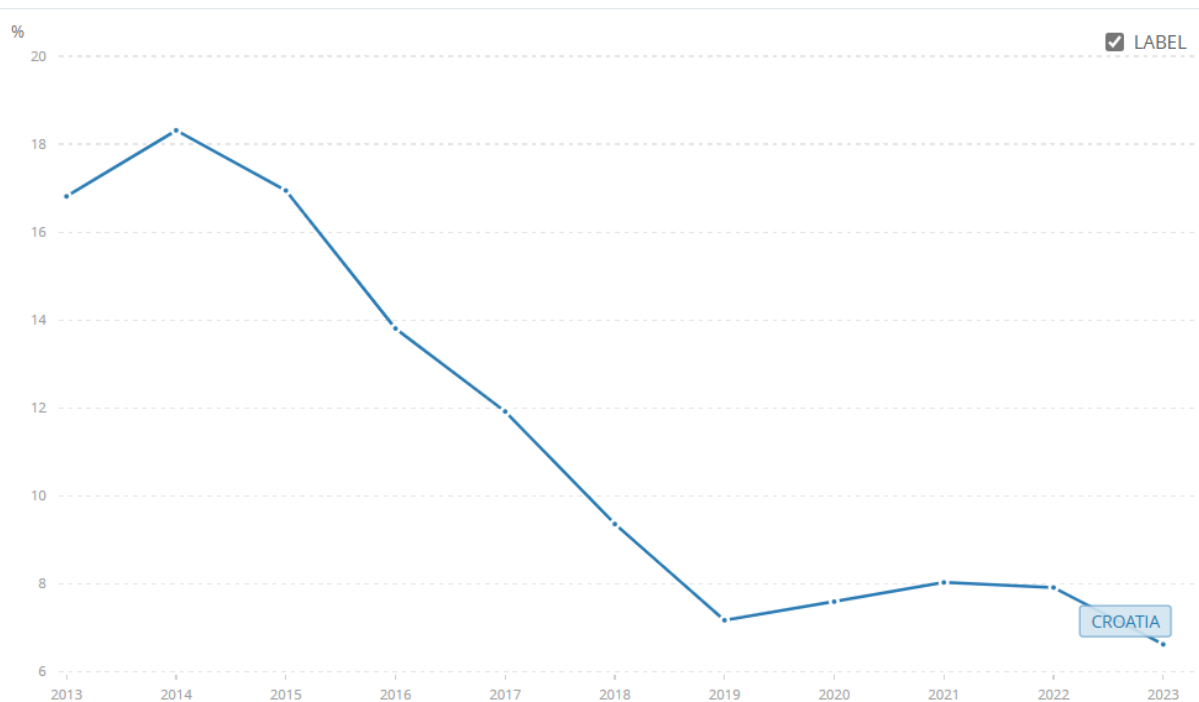
1. Teorija ljudskog kapitala razliku u plaćama objašnjava razlikom u razini obrazovanja i radnog iskustva.

2. Teorija podjele tržišta rada na dva sektora – primarni i sekundarni sektor. Primarni sektor čine izjednačena, sigurna i dobro plaćena radna mjesta, a sekundarni sektor se sastoji od povremenih slabije plaćenih radnih mjesta koja nose manje povlastica.
3. Teorija rezervne armije radne snage tvrdi da kapitalizam sam po sebi ovisi o postojanju jeftine radne snage.

Bez obzira na radno zakonodavstvo i zakone koji jamče jednakost spolova još uvijek postoje razlike u plaćama. Naime, nekad žene i same izaberu poslove sa fleksibilnim radnim vremenom koji su slabije plaćeni kako bi im ostalo više vremena za obitelj.

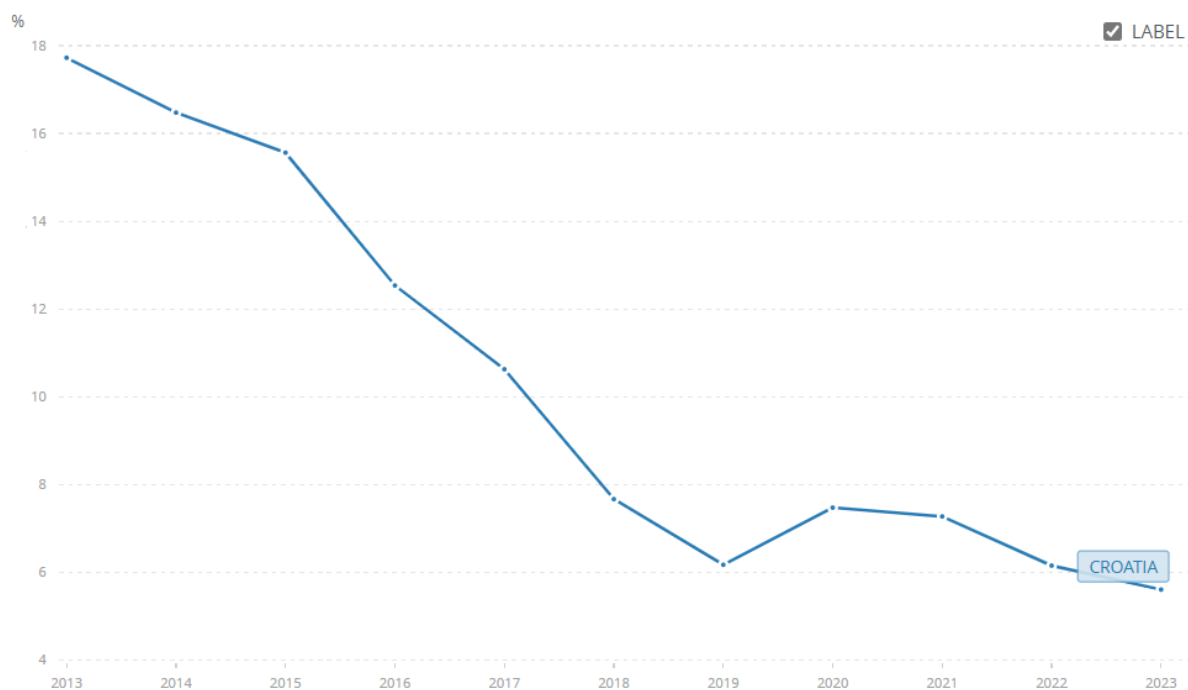
Isto tako, broj nezaposlenih žena veći je od broja muškaraca te tako stvara rezervnu armiju radne snage koja ima slabije pregovaračke pozicije na tržištu rada te manje mogućnosti.

U nastavku je graf 1. koji prikazuje nezaposlenost žena u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2013. do 2023. godine te je u nastavku također prikazan graf 2. koji prikazuje nezaposlenost muškaraca u istom razdoblju.



Grafikon 1. Nezaposlenost žena u RH u razdoblju od 2013. – 2023. godine

Izvor: samostalna izrada autora prema World Bank Group



Grafikon 2. Nezaposlenost muškaraca u RH u razdoblju od 2013. do 2023. godine

Izvor: samostalna izrada autora prema World Bank Group

Grafikon 1. prikazuje da je u 2013. godini bilo više (16,8%) nezaposlenih žena nego li u 2023. godini (6,6%) što ukazuje na rast zaposlenih žena u RH u navedenom razdoblju. Isto je bilo sa nezaposlenošću muškaraca što prikazuje grafikon 2. gdje se vidi da je u 2013. godini bilo više (17,7%) nezaposlenih nego li u 2023. godini (5,6%).

U knjizi „*Diskriminacija žena u Hrvatskoj*“ navode se četiri tipa diskriminacije na tržištu rada te u procesu obrazovanja, od kojih su: (M. Kokanović, 2020)

1. Diskriminacija prilikom zapošljavanja – prednost pri zapošljavanju pridaje se muškom rodu
2. Diskriminacija u dostupnosti određenih zanimanja – arbitražna ograničenja ili zabrana pristupa ženama određenim zanimanjima iako imaju iste sposobnosti za obavljanje istih kao i muškarci („getoiziranje“ – ženska zanimanja kao što su medicinske sestre, učiteljice)
3. Diskriminacija u obrazovanju i napredovanju – smanjene mogućnosti za povećanje znanja i vještina (dodatno usavršavanje i edukacije)

Konstantno preispitivanje sebe „Mogu li ja to?“, „Kako ću reagirati na izazove i jesam li dovoljno sposobna?“, „Mogu li samostalno donositi odluke?“ jest jedan od razloga zašto se žene teže odlučuju na poduzetništvo od muškaraca.

Organizacije koje se bave i rade na poticanju ženskog poduzetništva i osnaživanju žena svjesne su problema sa kojima se žene susreću te im je u cilju rješavanje istih što se tiče ulaska u poduzetništvo.

3.3.Otklanjanje barijera u poticanju poduzetništva žena

Svakodnevna borba sa predrasudama, poticanje razvoja poduzetništva žena te otklanjanje prepreka ne treba biti otklanjanje svih različitosti poduzetnika i poduzetnica – legitimne su i dobre u nekim elementima jer doprinose raznolikosti ideja te poduzetničkih pothvata.

Aktivnosti koje mogu doprinijeti uklanjanju barijera te u pokretanju novih poduzetničkih pothvata žena jesu: (KRUG – Hrvatska udruga poslovnih žena, 2002)

1. Razvoj poduzetničkih vještina

Pokretanje poduzetničkog pothvata zahtjeva određeni nivo znanja i posjedovanje određenih vještina koji su vrlo često manje dostupni poduzetnicama. Sadržaj poduzetničkih obrazovnih programa se ne razlikuje od postojećih na tržištu, ali ih je potrebno prilagoditi ženama poduzetnicama kako bi se osjećale sigurno te kako bi one ispunjavale njihove potrebe.

2. Jačanje financijske pismenosti te povećanje financijskih instrumenata

3. Stvaranje poduzetničke mreže i povezanost sa poduzetničkom infrastrukturom (poduzetnički inkubatori, razvojni centri za poduzetništvo)

4. Balans privatnog i poslovnog (uključivanje žena na tržište općenito)

Otklanjanje barijera u razvoju poduzetništva žena te programi podrške poduzetnicama ovise o situaciji u kojoj se nalaze. Ukoliko se žene nalaze u društvu gdje imaju otežan pristup obrazovnim sadržajima i edukacijama potrebno im je pružiti ciljane i posebne programe podrške. Isto tako, ženama koje se nalaze u društvu gdje je odnos ravnopravniji – opći programi poticanja poduzetništva žena mogu se sasvim sigurno uklopiti u poduzetništvo. Poduzetničko obrazovanje treba mijenjati prema „spolno – neutralnom“ poduzetničkom obrazovanju koje je preduvjet i mijenjanja društvenih stavova te uključivanje sve više žena u poduzetničke aktivnosti. (KRUG – Hrvatska udruga poslovnih žena, 2002)

Udruge podrške i zaštitu žena u poduzetništvu pružaju organiziranje radionica, edukacija, poticanje žena za ulazak u poduzetništvo, razmjenjivanje iskustva i kontakta te povezivanje sa drugim poduzetnicama. Neke od njih su:

1. Međunarodna mreža poslovnih žena

Udruga Međunarodna mreža poslovnih žena osnovana je 2017. godine u Zagrebu te je najveća mreža poslovnih žena u jugoistočnoj Europi. Organizacija se bavi razvojem žena u poduzetništvu, promicanjem jednakosti poduzetnica. Cilj jest pružanje kvalitetne usluge podrške ženama u sferama poslovanja na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Među spomenutim ciljevima udruge još su poticanje ravnopravnosti muškaraca i žena u poduzetništvu, međudržavne suradnje žena, povećavanje vidljivosti žena poduzetnica, unaprjeđenje žena (mentorstvo), održivost poslovanja, naglasak na fizičkom i psihičkom zdravlju u poslovanju, isticanje društvene odgovornosti, naglašavanje etike u poslovanju te cjeloživotno obrazovanje.

Predstavnice organizacije ponose se dosad uspješnim rezultatima koje su ostvarile. Pritom misle na održavanje konferencija o aktualnim temama sa stručnjacima i gostima iz političkog i poslovnog svijeta, organizacija panel diskusija te okrugli stolovi, suradnja sa poduzetničkim hubovima te razvojnim agencijama i mnogim udruženjima u regiji i Europi. Od svega navedenog, najviše su ponosne na „Malu školu“ poduzetništva za žene koju je uspješno do sad završilo više od 700 žena koja je vođena u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom i Europskom poduzetničkom mrežom. Pokrenule su i hrvatski časopis pod nazivom „Časopis Ženial“ koji je osnovan 2020. godine kada je izbila pandemija. Cilj pokretanja časopisa bio je osiguravanje članicama besplatno predstavljanje i promociju stavljajući u prvi plan aktualne poslove i društvene teme koje su u skladu sa udrugom.

Susret žena poduzetnica iz Varaždina i Međunarodne mreže poslovnih mreža održava se u Tehnološkom parku Varaždin. Odvijaju se prezentacije te se predstavlja inicijativa koja se bavi temama žena u poduzetništvo pod nazivom „Here we grow“. (Međunarodna mreža poslovnih žena, 2017) „Here we grow“ ženske inicijative cilj jest promicanje i poticanje ulaska žena u poduzetništvo, umrežavanje žena na lokalnoj i regionalnoj razini kroz razne evente, druženja, pružanja podrška, predstavljanje raznih projekata i inicijativa vezano uz žene poduzetnice. Navedena inicijativa povezana je sa EU projektima „We Grow“ i Enterprise Europe Network.

Događanja na temu poduzetništva žena organizira se na dvomjesečnoj ili tromjesečnoj bazi te se tako prati napredak projekata i inicijativa, druženje kroz okrugli stol na unaprijed dogovorenu temu. Na eventima sudjeluju predstavnice iz područja žena privatnih sektora, predstavnice

znanstvenica, inovatorice, predstavnice školske i studentske populacije, predstavnice odgojno – obrazovnih ustanova, predstavnice područja sporta. Lokalne partnerske mreže ženske inicijative biti će organizacije koje podupiru i pospješuju razvoj ženskog poduzetništva ili pak slične inicijative koje su već pokrenute ili će se naknadno pokrenuti, a vezane su uz temu poduzetništva žena.

2. Konferencija „Žene i točka“

Konferencija „Žene i točka“ ima godišnje okupljanje uspješnih poduzetnica s ciljem razmjene iskustva, iskustva i stvaranje partnerstva. Naglasak leži u promicanju napretka žena u poduzetništvu uz primjere dobre prakse iz Hrvatske i zemalja regija u svrhu razmjene znanja vezana uz aktualne teme uz panel – rasprave te govornice.

Organizator konferencije jest Hrvatska gospodarska komora – Županijska komora Otočac. Nastoji povezati poduzetnice u dijalog oko izazova, prilika i praksi u izgradnji biznisa sa inozemnim partnerima te zajedno gradeći nacionalnu i međunarodnu poduzetničku mrežu koja promiče žensko poduzetništvo u javnom i privatnom sektoru. (HGK, Hrvatska gospodarska komora)

Konferencija jest namijenjena svima koji su zainteresirani u razvoju poduzetništva. Naglasak je na ženama poduzetnicama i obrtnicama u Hrvatskoj i inozemstvu, predstavnicama gospodarskih institucija i udruženja.

Ove godine organiziraju se tri panela na kojima će uspješne žene poduzetnice govoriti o svojim iskustvima i dosezima koje su ostvarile karijere u raznim poduzetničkim granama.

Prvi panel glasi „Žene koje ponovno definiraju poduzetništvo“. U ovom panelu kombinirati će se nekoliko tema važnih za svaku poduzetnicu od kojih su financijska neovisnost, donošenje odluka, upravljanje vlastitim životom i poslovanjem. Naglasak ovog panela leži u činjenici tradicionalnih norma koje su nezadovoljne žene odlučile preispitati te ostvariti vlastiti put koji leži u poduzetništvu.

Drugi panel glasi „Ruralna R – evolucija“. Navedeni panel nastao je jer je puno žena nositeljica razvoja ruralnih područja, neke od njih proizvode hranu, čuvaju biološku raznolikost te obiteljsku vrijednost. U panelu će se govoriti o tome kako žene oblikuju ruralne perspektive, naglasiti će se važnost žena u mijenjanju ruralnih područja te napredak koje žene nose ruralnim zajednicama te će im biti u cilju proširiti vidike uz pomoć ženske perspektive.

Treći panel će se baviti temom „Poduzetnice bez granica“. Pri tom se misli na migracije, iseljništvo te izazove s kojima se žene suočavaju u navedenim okolnostima. Također, govoriti će se o tome kako je u takvim situacijama važno razumijevanje s različitih aspekata koji izuzetno ima globalni utjecaj te na uspješnost žena u poduzetništvu.

3. Udruga „Ženska pomoć sada“

Udrugu „Ženska pomoć sada“ osnovala je grupa aktivistica s ciljem promicanja ženskih ljudskih prava te unaprjeđenja odnosa i ravnopravnosti spolova, pružanje podrški ženama te pomoć djeci koja su žrtva nasilja čije je sjedište u gradu Zagrebu (Trešnjevka). Udruga je organizirana 1998. godine.

Navedeno provodi kroz tri programa:

- SOS linija – dostupna 0 – 24
- Savjetovalište – psihološka, pravna i savjetodavna pomoć
- Prihvatni centar – smještaj na tajnoj adresi

Udruga provodi programe vezane uz ženska ljudska prava, rodnu ravnopravnost, smanjenje diskriminacije žena. Posljednjih godina Udruga „Ženska pomoć sada“ svojim dugogodišnjim radom te djelovanjem postala je udrugom posebnog društvenog značaja.

Vizija udruge jest poticati žene na razvoj u poslovanju, kao i smanjenje tolerancije na obiteljsko nasilje te smanjenje rodne diskriminacije kao društvenog problema. (HGK, Hrvatska gospodarska komora)

Misija udruge jest osigurati rast i razvoj udruge s ciljem napredovanja kako bi postala profesionalna organizacija sastavljena od stručnih kadrova. Cilj jest surađivati sa institucijama na nacionalnoj i lokalnoj razini kada je u pitanju zaštita prava žena i edukacija građana.

3.4. Žene i muškarci u poduzetništvu

Vrlo je jasna činjenica kako žene čine većinu svjetske populacije, no što nije slučaj u sferi poduzetništva. Isto tako, jasna je činjenica kako postoji velika nejednakost žena i muškaraca na tržištu rada, nejednakost napredovanja. U poduzetništvu ima manje žena nego muškaraca, no hrvatsko gospodarstvo opaža i bilježi sve veći porast žena u istom te je gospodarstvu potrebno što više stručnih i obrazovnih ljudi bez obzira na spol.

Žene poduzetnice u svom poslovanju postupaju na drugačiji način nego muškarci poduzetnici. Poduzetnice su realnije, opreznije, rjeđe ulaze u riskantne poslove stoga su njihovi projekti realniji od projekata poduzetnika. Izrađuju bolje poslovne planove, vrlo su pažljive u pripremi istih. Poduzetnici vrlo često mijenjaju svoje ideje, pothvate, mišljenja i sl. dok su poduzetnice predanije uspjehu svog pothvata. Prilikom savladavanja vještina, poduzetnice su strpljive, znatiželjne, imaju više razumijevanja nego li poduzetnici te su otvorene za nove tehnologije i toleranciju. Svjesne su vlastite nesavršenosti, ali ih uz to i prati glas da su točne, korektne i predane poslu.

Pothvate koje pokreću i razvijaju žene malo su drugačiji u odnosu na muške poduzetnike. Manje pothvate žene češće razvijaju te su oni najčešće u timu. Također, žene pokreću pothvate koji su najčešće u zdravstvenom sektoru, uslužnim djelatnostima, obrazovanju i trgovini, u odnosu na muškarce koji se većinom bave građevinskim djelatnostima, transportom i skladištenjem. Žene stvaraju stabilne pothvate koji su otporni na krize, no u prosjeku rade manje od muškaraca dok je takva i zarada.

Osim toga, potrebna im je podrška društva. Današnje društvo ima pogled na žene koje samostalno djeluju da to mogu samo ukoliko su usredotočene na djecu i obitelj. Tada se motivacija smanjuje, time i otežava put samozapošljavanja i razvoja obiteljske podrške. U takvoj okolini poduzeticama nedostaje hrabrost otvaranja i pokretanja vlastitog *businessa*. Takav stav društva destimulira žene poduzetnice koje žele krenuti za vlastitim pothvatom te svoje ideje realizirati prema vlastitom cilju.

Također, prisutno jest i vjerovanje kako je poduzetništvo „muški posao“ te se smatra kako su žene manje sposobne biti uspješne poduzetnice. Razlozi zbog kojih žene ulaze u poduzetništvo jesu prvenstveno radi obiteljskih i poslovnih obveza. Poduzetništvom se počinju baviti radi „nužnosti“ jer ne vide drugačiji izlaz na tržište. Unatoč tome, Robb i Watson utvrdili su da manja i srednja poduzeća koje vode poduzetnice nisu manje uspješna od poslovanja poduzetnika te da razlika neuspjeha između njih nije značajna. 2008. godine provedeno jest

istraživanje od strane Ekonomske komisije te je ona utvrdila tri skupine prepreka razvoja poduzetništva za žene od kojih su: (A. Stilin)

Strukturne prepreke koje se odnose na obrazovni izbor, stereotipe o ženama u znanosti i tehnologiji. Odnosi se na tradicionalni pogled o ulozi žena u društvu te nedostatak podrške za žene s dva posla (obitelj i profesija). Strukturalne prepreke su najzahtjevnije jer su rezultat kulturoloških nasljeđa (vrijednosnih temelja), nedostatka političke volje za primjenu političko – regulatornog okvira te infrastrukturne nedostatnosti za podršku obiteljskog života. Za njihovo rješenje ili otklanjanje potreban je politički konsenzus, aktivnosti u obrazovanju, promjene regulatornog okvira (različiti oblici zapošljavanja i obavljanje poslovnih aktivnosti). Također je vrlo bitno i neprestano raditi na rodnoj senzibilizaciji javnosti (obrazovanje, mediji).

1. Ekonomske prepreke gdje je ženama ograničen pristup financijskim resursima jer se smatraju manje financijski kredibilnima. Bankarski sektor u Hrvatskoj jest stabilan te razvija ponudu financijskih proizvoda no to je i dalje nedovoljno ili pak nema alternativnih oblika financiranja poduzetničkih pothvata (poslovni anđeli, mikro kreditne institucije...) (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj)
2. „mekane prepreke“ odnose se na manjak obuke o poslovanju, manjak poduzetničkih vještina, slabiji pristup tehničkim i poslovnim mrežama, nedostatak treninga i programa obrazovanja, percepcija žena o nedostatku samopouzdanja, kapaciteta za preuzimanje rizika

Poduzetništvo za žene uvjetovano jest i o faktorima koji nisu samo dio poslovne sfere već je to majčinstvo te obiteljski život. Kako je karakteristično da su žene one koje se brinu više što se tiče egzistencije, odnosno briga u domaćinstvu i odgoj djece što se smatra neplaćenim poslom i dalje više ispaštaju u poslovnom svijetu nego li muška populacija. Često izbivanje sa posla radi roditeljskih prava, ispaštaju žene jer u velikoj većini sve što se tiče vrtića i škole obavljaju one. Upravo i to nerijetko ima utjecaj na plaću, mogućnosti vlastitog napredovanja te diskriminacije pri zapošljavanju. (Lider)

Istraživanja su također pokazala kako je odnos prema ženama drugačiji što se tiče odobravanje kredita. Pritom se misli da će one morati dati veći zalog ili pak platiti veću kamatnu stopu nego li će trebati platiti muškarci. To također sputava žene u ostvarenju vlastitih interesa jer su tako i suočene sa većim financijskim barijerama.

U samom početku poduzetničkog pothvata žene imaju manju uštedevinu jer je većina njih radila na pola radnog vremena ili su pak radile na slabo plaćenim poslovima. Kako muškarcima, tako bi se trebalo i ženama osigurati potencijal uspješnosti i potencijal rasta. Konstantne razlike u spolovima u današnje vrijeme trebala bi postati prošlost jer je svijet kroz godine napredovao te bi se trebao smanjiti zastarjeli i konzervativan pogled na poduzetništvo.

U nastavku u Tablici 2. objasniti će se prepreke i prikazati moguća rješenja, odnosno alternative u poduzetničkom djelovanju žena i muškaraca.

Tablica 2. Prepreke i rješenja u izjednačavanju žena i muškaraca u poduzetničkom djelovanju

PREPREKE / PROBLEMI	RJEŠENJE
Usklađivanje profesionalnog i privatnog života žena	<ul style="list-style-type: none"> • Osigurati javne servise čuvanja djece, subvencije za čuvanje djece • Jedna smjena nastave školarcima • Subvencioniranje – dječji vrtić, škola (poticanje žena na otvaranje vlastitog biznisa povezano sa tom djelatnosti) • Mogućnost fleksibilnog radnog vremena, olakšice ukoliko muškarac pomaže u obitelji (dopusti) • Rad od kuće, poticanje muškaraca na porodiljni dopust • Preduvjeti za usklađivanje karijere i obitelji
Nedovoljna podrška okoline	<ul style="list-style-type: none"> • Edukacija članova obitelji (bračnih partnera)
Različita i neusklađena pravna regulativa u različitim područjima	<ul style="list-style-type: none"> • Smanjivanje poreza i nameta • Olakšavanje zaposlenja kvalitetnim radnicima, davanje otkaza lošim radnicima

<p>Nedovoljno umrežavanje poduzetnica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje Internet stranica i usluga (umrežavanje institucija) • Osnivanje udruga koje okupljaju uspješne i potencijalne žene poduzetnice sa istim ili sličnim problemima • Organiziranje aktivnosti (projekti, forumi, slobodne aktivnosti)
<p>Nedovoljna educiranost vezana uz razvoj žena poduzetnica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Obrazovanje žena u području tehničkih znanosti • Edukacija žena kroz radionice, seminare, ankete, knjige, skripte • Promjena reforma sustava obrazovanja
<p>Otežan pristup financijskim resursima</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Porezne olakšice za poduzetnice • Razvoj programa financiranja • Mogućnost RH da osnuje banku za poduzetništvo žena • Mogućnost pojedinačnih razgovora uz obrazloženje poslovne ideje • Više povjerenja u poduzetnice, više kontrole

Izvor: Vlastita izrada autora (prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014. – 2020.)), str. 20

3.5. Razlike žena poduzetnica i kolega poduzetnika

Žene otvaraju sigurnija radna mjesta, njihove organizacije i poduzeća su manja te zatvaraju manje radnih mjesta. Poduzetnice vode veću brigu od muškaraca za svoje zaposlene (podupiranje zaposlenika u ambicijama, ulaganje u školovanje), brinu o kvaliteti te o međuljudskim odnosima. (HUP – Žene u poslovnom svijetu) Spremnije su na timski rad te im je važnije uspješno poslovanje od osobne nagrade. Žene poduzetnice također nude fleksibilnije radno vrijeme nego li poduzetnici te su razumnije i širokogrudnije što se tiče porodičnih te ostalih izostanaka s radnog mjesta dok je razlog briga za djecu, obitelj.

3.6.Strategija za rodnu ravnopravnost

Ravnopravnost žena i muškaraca još uvijek nije iskorijenjena, no EU je posljednjih godina postigao velik napredak u tom području i to prvenstveno iz razloga:

- Zakonodavstva o jednakom postupanju
- Rodno osviještene politike i integracije rodne perspektive u sve politike
- Posebne mjere za boljitak položaja žena

To nam i dokazuje graf 1. na jednoj od prethodnih stranica gdje je prikazano kako je od 2013. do 2023. godine više žena na tržištu, no još uvijek dominiraju muškarci. Isto tako, i dalje je više žena u slabije plaćenim sektorima te su nedovoljno zastupljene na položaju gdje se donose odluke. Zbog toga jest donijeta „Strategija za rodnu ravnopravnost 2020. – 2025. U navedenoj strategiji predstavljaju se ciljevi i mjere za značajni napredak koji bi se trebao izvršiti do 2025. godine kako bi u Europi zavladao rodna ravnopravnost.

Glavni ciljevi strategije za rodnu ravnopravnost jesu:

- Zaustavljanje rodno uvjetovanog nasilja
- Rušenje rodni stereotipa
- Ukidanje razlika žena i muškaraca na tržištu rada
- Postizanje jednakog sudjelovanja u različitim sektorima gospodarstva
- Borba protiv razlika u plaćama i mirovina žena i muškaraca
- Ukidanje razlika u području skrbi
- Postizanje ravnoteže u donošenju odluka i politici

Strategija se temelji na dvojnog pristupu odnosno na rodno osviještenoj politici u kombinaciji s ciljanim mjerama te na interseksionalnosti kao horizontalnom načelu za provedbu te strategije. (Europska komisija)

Naglasak je na mjerama unutar EU – a, također je usklađena s vanjskom politikom EU – a o rodnoj ravnopravnosti te jačanju položaja žena.

Jedan od prvih koraka u vezi sa Strategijom bio je prijedlog o transparentnosti plaća koji je Komisija donijela 4. ožujka 2021. Slijedeći prijedlog jest donijet 8. ožujka 2022. godine što se tiče direktive na razini EU – a o suzbijanju nasilja nad ženama i u obitelji. Također, Europska komisija je pokrenula 8. ožujka 2023. kampanju za borbu protiv rodni stereotipa. To utječe na žene i muškarce u području odabira karijere, podjele odgovornosti na skrb i donošenje odluka.

3.7. Ženska ljudska prava

„Zašto naglašavati prvenstveno ženska ljudska prava kada se poglavito radi o ljudskim pravima?“ jest pitanje koje postavljaju mnogi ljudi. Međunarodno prihvaćeni pravni dokumenti dokazuju kako itekako postoje razlozi da su ženska prava posebna i specifična.

Na razini UN – a utvrđeno jest kako žene i muškarci uživaju u različitom opsegu te da su oblici i učinak diskriminacije različiti u odnosu na žene, da je diskriminacija žena sustavne prirode te da se temelji na tome da se specifične potrebe kao i iskustvo ne odražavaju u postojećim normama o ljudskim pravima. (S. Sandberg, 2014)

Podatci UN – a pokazuju kako od 1,3 milijarde ljudi žive u siromaštvu dok 70% čini ženska populacija. Siromaštvo žena može se povezati sa nejednakim i diskriminirajućim položajem koje zauzimaju na tržištu rada, općenito položajem u kojem se nalaze te moći unutar obitelji. Također, u svijetu žene imaju duže radno vrijeme nego muška populacija te dio posla ostaje neplaćen, ne priznaje se te se žene uvelike podcjenjuje.

Isto tako, žene čine većinu nepismenih ljudi na svijetu. Između 10 i 20% žene obavljaju direktorske i upravne poslove diljem svijeta, ali i manje od 20% poslova u proizvodnji. Podatci UN – a također pokazuju kako žene imaju mali udio u kreditima formalnih bankovnih institucija te kako je sudjelovanje u privrednom i političkom odlučivanju ženama zabranjeno. U parlamentu žene zauzimaju 10% i čine manje od 5% svjetskih državnih poglavara. Zašto se žene danas još uvijek nalaze u niskom položaju rezultat jest diskriminacija nad njima pred zakonom te isto tako različit pristup prema ženama i muškarcima.

Na konferenciji o ljudskim pravima u Beču 1993. godine dogodio se veliki napredak kada su u pitanju ljudska prava. Pritom se misli u društvenom, socijalnom i filozofskom smislu, donošenjem Konvencije o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena (1979.) od strane Opće skupštine UN – a te uvođenjem pojma ženskih ljudskih prava u dokumente UN – a. Naglasak na specifičnost ženskog gledišta i života u promišljanju i standardiziranju ljudskih prava, ženama se daje pravo na ljudsko dostojanstvo i poštovanje kakvo i žene zaslužuju. (S. Sandberg, 2014)

Važnost i potencijal ženskih ljudskih prava intenzivirao se tijekom 80 – ih godina naglašavajući promociju socijalne pravde u zemljama Latinske Amerike, Afrike i Azije temeljem uviđanja razlikih oblika seksualne eksploatacije žena. Što se tiče „uobičajene“ diskriminacije žena uočeni su i oblici diskriminacije nasilja u obitelji, diskriminacija u sferi rada te obrazovanja.

Potrebe o zaštiti ljudskih prava započele su žene aktivistice ženskih nevladinih organizacija koje su u praksi uočile primjere degradacije i diskriminacije žena i prava žena. Iz tog razloga su došle do ideje i spoznaje kako je nužno raditi na davanju legitimiteta ženskih prava. Njihove spoznaje pozitivno su rezultirale legitimitetom koje su dobile ženska ljudska prava koja pomažu ženama u definiranju i sagledavanju iskustva nasilja, degradacijom, javnog djelovanja i ostalo.

Nakon IV svjetske konferencije o ženama u Pekingu koja se održala 1995. godine došlo je do osvještavanja javnosti što se tiče ženskih ljudskih prava. Na Pekinškoj konferenciji identificiralo se 12 područja u kojima se dolazi do kršenja ženskih ljudskih prava, od kojih su:

1. Žene i siromaštvo
2. Školovanje i stručno osposobljavanje žena
3. Žene i zdravlje
4. Nasilje nad ženama
5. Žene i oružani sukobi
6. Žene i gospodarstvo
7. Žene na položajima moći i odlučivanja
8. Institucionalni mehanizmi za poboljšanje položaja žena
9. Ljudska prava žena
10. Žene u medijima
11. Žene i okoliš
12. Žensko dijete

Žene konferencije koriste kako bi mogle dalje artikulirati i unaprijediti svoja znanja i prava te da iznađu mehanizme kojima bi se države potpisnice Konvencije o eliminaciji svih oblika diskriminacije protiv žena obvezale na pridržavanje potpisanih dokumenata. Međunarodni dokumenti nemaju ulogu u pravnom smislu, ali imaju političku težinu. Kako bi se zaštita i promocija ženskih ljudskih prava realizirala potreban jest pritisak na zemlje potpisnice kako bi se i provodila zaštita prava koja su zagarantirana.

Nakon Pekinške konferencije, u Hrvatskoj se osniva Povjerenstvo Vlade RH za ravnopravnost spolova te Vlada prihvaća Nacionalnu politiku za promicanje ravnopravnosti spolova. Pekinška konferencija jest zapravo i bila glavni pokretač u Hrvatskoj kako bi se započelo s unaprjeđenjem položaja žena.

Hrvatska jest donijela niz zakona koji se tiču promocije i zaštite ženskih ljudskih prava. S legislativom EU, dobivene su izmjene i dopune Zakona o radu te su doneseni Obiteljski zakon,

Zakon o ravnopravnosti spolova te Zakon o zaštiti nasilja u obitelji. Uveden je Ured pravobraniteljice za ravnopravnost spolova, dok je pravobraniteljica odvjetnica sa dugogodišnjim iskustvom koja izrazito radi i bori se za promociju ženskih ljudskih prava te isto ima veliku prednost jer je prvi korak o zaštiti i poštivanju ženskih prava učinjen. (S. Sandberg, 2014)

Što se tiče ženske nevladine organizacije, jedna od glavnih problematika funkcioniranja zaštite ženskih ljudskih prava jest kako sustav učiniti dostupnim te se značaj ženske nevladine organizacije upravo očituje u tom aspektu problematike. Ženske nevladine organizacije koje se bave ženskim ljudskim pravima suočavaju se sa izazovom umijeća korištenja međunarodnih instrumenata te mehanizama za vršenje pritisaka na lokalne i nacionalne vlasti kako bi provedba bila efikasnija dok je u pitanju zaštita ženskih prava. Isto tako, žene su dužne izaći u javnost ukoliko žele da zakonska zaštita i mogućnost unaprjeđenja budu efikasne.

4. PODUZETNIŠTVO ŽENA U HRVATSKOJ

Hrvatska je prvi puta u međunarodnom projektu GEM (Global Entrepreneurship Monitor) sudjelovala 2002. godine gdje je ispitivala povezanost ekonomskog razvoja zemlje te razine poduzetničke aktivnosti koristeći se definiranim modelom te joj je tako pružena prilika za usporedbu sa ostalih 37 zemalja koje su također sudjelovale.

Preduvjeti za razvoj poduzetništva žena u Hrvatskoj, kako je već i poznato, nedovoljan jest broj žena u Hrvatskoj se uključuje u poduzetništvo, pa je tako logički još uvijek više muške populacije poduzetnika. Vlasništvo žena obrta u Hrvatskoj čini 30% dok je kod malih i srednjih trgovačkih društava sličan/lošiji primjer.

Glavni preduvjeti ulaska u poduzetništva, što je jednako za žene i muškarce jest ponuda i kvaliteta plaćenog posla. Projekt kojeg je provela „Udruga za istraživanje tranzicije k demokraciji“ na temelju rezultata koji su stigli 2004. godine uz naziv projekta „Spolna nediskriminacija i jednakost plaća“ potvrdila je da diskriminacija zaista postoji. Rezultati projekta pokazali su plaće žena u prosjeku niže za 13,3% od plaća muškaraca tvrtki koje su sudjelovale u projektu. Kvalifikacija je gotovo ista te ona očito nije razlog ove razlike. Također, rukovoditeljske plaće žena niže su za 7,2% muških rukovoditelja. Isto tako, plaće stručnjakinja su također niže za 6,8% od plaća stručnjaka. Navedeni projekt uz već navedene razloge u ovom radu dokazuje kako postoje pre velike diskriminacije žena što se konkretno tiče plaća radnika i radnih uvjeta. (S. Sandberg, 2014)

Najčešća pitanja koja postavljaju poduzetnice jesu kako se najbolje promovirati te realizirati konkretne rezultate.

Dva najvažnija koja se mogu izdvojiti jesu:

1. Dubinsko djelovanje ili „obračun s uzrocima“ daje nam uvid zašto je uključenost žena u poduzetništvo nedovoljno.
 - a) Jedan od razloga jest izostanak javne potpore koje ženama poduzetnicama omogućava lakše i brže donošenje odluka prilikom ulaska u svijet poduzetništva. To uključuje nedostatak dječjih vrtića sa fleksibilnim radnim vremenom kako majke ne bi trebale brinuti kome će dijete ostaviti ukoliko im ne odgovara radno vrijeme vrtića. Također, promocija partnerskih odnosa te podjela poslova kao i promocija uspješnih žena u poslovanju
 - b) Manjak financijske potpore i poticaja – nedostatak raznolikosti izvora financiranja. Za žene koje ne posjeduju nikakve nekretnine to je još uvijek bolno i nedostižno.
 - c) Nedostatak programa za širenje informacija za žene poduzetnice, savjetodavni programi te programi za žene poduzetnice. U Hrvatskoj ovakvih programa ima, ali još uvijek u vrlo malom broju.
2. Kratkoročni potezi što se odnosi kao odgovor na zahtjev aktualnih projekata ili zahtjeva međunarodne zajednice što se tiče komponente poduzetništva žena, kao i ostvarivanje zahtjeva za stvaranje radnih mjesta koja potječu iz poduzeća u vlasništvu žena.

4.1.Preporuke za promociju poduzetništva žena u Hrvatskoj

U nastavku su nabrojene neke od preporuka promocija za poduzetništvo žena.

- Podržavati zagovaračke i lobističke aktivnosti postojećih udruga poslovnih žena. Cilj zagovaranja jest dobiti potvrdu da je žensko poduzetništvo priznato i prepoznato kao važno područje te da kao takvo zaslužuje mjesto u nacionalnom proračunu. Uz podršku i financijski impuls dobiva se put za lakše usvajanje potrebnih mjera za učinkovito poticanje poduzetništva žena.
- Razmjena iskustava uspješnih poduzetnica i početnica, vrste obuke, priče o uspjesima i o padovima, učenje iz vlastitih grešaka.
- Bogata ponuda programa za žene poduzetnice: osigurati studijska putovanja, terenski izleti, posjet poduzetničkim inkubatorima.
- Pružati podršku umrežavanja (suradnja udruga, lokalnih i regionalnih mreža poduzetnica)

- Poticanje žena na ulazak u klastere
- Podržavanje programa i inicijativa upućenih na obuku (radionice za potencijalne poduzetnice, promocija franšize kao sigurnijeg načina ulaska u posao).
- Uvođenje novih načina financiranja rasta – upoznavanje sa značajkama rizičnog kapitala, poslovnih anđela, factoringa, leasinga...

4.2.Strategija razvoja poduzetništva žena u RH 2014. – 2020. (Ciljevi razvoja poduzetništva žena u Hrvatskoj)

Kako bi se poboljšala poduzetnička aktivnost žena potreban je širi kontekst javne politike gdje se može osigurati komplementarnost i vremenska povezanost programa i inicijativa koji svi moraju doprinosti ostvarenju identificiranog cilja za postizanje jače učešće poduzetnički aktivnih žena.

Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj je u prošlom razdoblju (2010. – 2013. godine) i u novijem (2014. – 2020. godine) temeljena sljedećim odrednicama: (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj)

- Ciljevi javne politike – uključivanje žena u poduzetničke aktivnosti, jačanje udjela rastućih poduzeća u vlasništvu žena i regulatorni okvir koji uvažava potrebe malih poduzeća (dominantna u svim gospodarstvima) moraju biti osnova svih vladinih politika jer predstavljaju kombinaciju ljudskih prava, ekonomskih očekivanja (samo rastuća poduzeća imaju značajniji kapacitet rješavanja problema nezaposlenosti i stvaranja nove vrijednosti) i djelotvornosti javne uprave
- Umreženost i konzistentnost različitih vladinih politika (obrazovanje žena, samozapošljavanje, topli obroci u školi, dostupnost financijskih resursa) – uključivanje žena u poduzetničku aktivnost zahtijeva dobru umreženost, ali i konzistentnost različitih vladinih politika tijekom vremena
- Komplementarnost vladinih programa – ostvarivanje sinergije između različitih programa i njihov doprinos ostvarivanju postavljenih ciljeva moguće je ukoliko svi vladini programi uvažavaju ciljeve i prioritete
- Dugoročna vizija – uključivanje žena u poduzetničke aktivnosti ovise o različitim čimbenicima od kojih neki zahtijevaju značajnije više vremena kako bi od prepreka postali snaga što ide u korist razvoju poduzetničke klime i za žene

- Regionalna dimenzija – regionalne razvijenosti Hrvatske očituju se u razlikama uključivanja žena u poduzetničku aktivnost

4.3.Poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika

Uključivanje žena u poduzetništvo jest vrlo složeno te ovisi o raznim čimbenicima. Na žene uključene u poduzetničku aktivnost primjenjuje se regulatorni okvir koji nije rodno osjetljiv, time ne uvažava posebnosti koje su karakteristične za žene, ali još uvijek proizlaze iz tradicionalne podjele uloga u društvu te potrebe usklađivanja obveza u privatnom/ obiteljskom, profesionalnom životu žena. (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj)

Na uključivanje žena u poduzetništvo velik utjecaj ima regionalna razvijenost RH radi nedostatka vrtića, cjelodnevnog boravka djece u školi, smještaj za starije i nemoćne osobe. Kreiranje javnih politika te mogućnost izrade analize i planskih dokumenata, promjene u zapošljavanju, stvaranje vrijednosti poduzetničkog kapaciteta što se tiče poduzetništva žena jest ograničena dostupnosti podataka.

Daljnijim unaprjeđenjem sustava prikupljanja, obrade i distribucije podataka omogućiti će daljnji rast i razvoj poduzetništva žena u budućnosti te pospješiti njihovu konkurentnost na tržištu. Metodologija prikupljanja i obrade podataka utvrdit će se s nadležnim institucijama uz uvođenje relevantnih kriterija.

4.4.Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena

Kako je poduzetništvo žena i dalje opterećeno preprekama od onih specifičnih (manjak znanja i vještina, tradicionalna shvaćanja žena) do onih drugih koje su prisutne u društvu (administrativne prepreke, regulatorni okvir, nelikvidnost u poslovanju) još je uvijek položaj žena u vrlo nepovoljnom odnosu na muškarce. Kako bi se to promijenilo potrebno je stvoriti preduvjete i uključiti veći broj žena u poduzetništvo. To se može ostvariti osiguranjem provedbe poticajnih mjera koje utječu na poduzetnički kapacitet i na rješenje problema poduzetnica.

Poduzetnički pothvati žena zaslužuju potpore državnih, regionalnih i lokalnih vlasti, međunarodnih organizacija te ratnih projekata. Zbog toga, potrebno je uključiti sudjelovanje žena u definiranju politika koje utječu na poduzetničku aktivnost žena, tj. žene je potrebno provesti kroz seminare u svrhu jačanja pismenosti, sudjelovanje u javno – privatnom dijalogu, organizirati dionice i konferencije za žene poduzetnice. Također, isto tako potrebno jest

inzistirati konzistentne statistike o ulozi žena u generiranju novih radnih mjesta te nove vrijednosti.

U strateškim dokumentima EU prepoznata je važnost žena u poduzetništvu i to kroz načela i aktivnosti kojima se promiče ravnopravnost žena i muškaraca, jednake mogućnosti svima, uključujući pristup osobama s invaliditetom.

Implementacija tih načela jest horizontalno predviđena na svim razinama provedbe operativnih programa i faze projekata: (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj)

- Izbor
- Ugovaranje – poštivanje načela ravnopravnosti spolova, nediskriminacija tijekom projekata
- Praćenje – tijekom procjene rezultata vezanih uz načela izgrađen jest sustav praćenja projekta
- Vrednovanje – uključivanje pitanja u kolikoj se mjeri kriteriji odabira, praćenja i upravljanja podupiru u politici ravnopravnosti spolova i jednakih mogućnosti

Operativni programi omogućit će ženama poduzetnicama te će poduzetnice kroz programe moći aplicirati za sredstva različite programe bespovratnih potpora te financijske instrumente. Financiranje će također biti moguće i kroz druge financijske instrumente EU kao što je bilo u financijskoj perspektivi 2007. – 2013.

4.5.Uvođenje poduzetništva žena u institucionalnu infrastrukturu

Na cijelom području RH teritorijalno je raspoređena institucionalna infrastruktura koja je vrlo lako dostupna budućim i već aktivnim poduzetnicama, dok se daljnje aktivnosti trebaju usmjeriti na ugradnju odgovarajućih mjera koje su usmjerene na razvoj poduzetništva žena. (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj)

Prema tome jest potrebno senzibilizirati pružatelje ovih usluga na rodne razlike te specifičnosti vezane za žene poduzetnice, poticati razvoj modula prema interesima te potrebama, poticati lokalne i regionalne događaje te organizirati javno – privatni dijalog na lokalnoj i regionalnoj razini.

Projekti poduzetnica značajno utječu na razvoj i rast gospodarstva RH te se ovim projektom želi postići brže i lakše ekonomsko osnaživanje žena pa tako i radi osnivanja malog i srednjeg

poduzetništva. U navedenoj Strategiji potrebno jest obratiti pažnju na jačanje i razvoj novih tehnologija i inovacija, tj. neprestano poticati institucionalnu infrastrukturu radi jačanja financijskih i administrativnih kapaciteta za pružanje ove usluge.

4.6.SWOT analiza poduzetništva žena u Hrvatskoj

SWOT analiza jest jedna od najpoznatijih analiza kada govorimo o izradi strategije, poslovnih planova, investicijskih studija, a prilikom izrade trebamo razmišljati koje imamo jake i slabe strane te prilike i prijetnje.

Snage i slabosti definiramo naša financijska sredstva, procese i zaposlenike, dok definiramo prilike i prijetnje razmišljamo o trendovima na tržištu, utjecaju krize na okruženje itd.

SNAGE poduzetništva žena u Hrvatskoj mogu se izdvojiti: (G. Zidrum, V. Cvitanović)

- Trend broja rasta žena poduzetnica i pojačani interes žena za poduzetništvo
- Obrazovanost žena
- Aktivno poticanje razvoja poduzetništva

SLABOSTI poduzetništva žena su:

- Niska prosječna razina obrazovanja u odnosu na zemlje EU
- Nedovoljna znanja i vještine te niske plaće
- Teško usklađivanje privatnog i poslovnog
- Nedovoljna upornost za potporama žena

PRILIKE za razvoj poduzetništva žena su:

- Usmjerenost Europske unije na poticanje razvoja žena poduzetnica
- Jačanje udruga žena
- Poboljšanje uloga mentora
- Bolja koordinacija i suradnja među nositeljima provedbe javnih politika, programa i inicijativa

PRIJETNJE razvoju hrvatskog poduzetništva glede tradicionalnih pogleda čine:

- Spore promjene u društvu
- Neprihvatanje ravnopravnosti žena i muškaraca
- Razni stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji

- Nedovoljno financijskih sredstava
- Manjak aktivnosti poduzetničkih mreža

4.7.Uspješne žene poduzetnice u Hrvatskoj

Hrvatska ima mnogo uspješnih poduzetnica koje su ostvarile veliki značaj u poslovnom svijetu. Jedna od njih jest **Bernarda Cecelja** koja je svojim putem pokazala kako uspjeh ne izostaje ukoliko se na njemu radi. Vlastitu proizvodnju je pokrenula 1998. godine visokokvalitetnih krevetnih sustava Bernarda s 13 djelatnika na 800 m² proizvodnog prostora pod imenom tvrtke Bernarda d.o.o. Danas je vlasnica dviju tvornica i pet poduzeća te zapošljava 200 ljudi. Osvojila je brojne nagrade poput nagrade Croma za menadžera godine (2005., 2007., i 2010. godine). Također, osvojila jest i titulu „Žena godine“ 2014. godine te je proglašena „najboljom poduzetnicom u malom i srednjem gospodarstvu. (intervju sa B. Ceceljom, članak)

Ističe kako je početak bio vrlo nepoznat i težak. Bila je upoznata sa artiklima, radila je na uvozu i izvozu, ali ne u proizvodnji. Sve je ispočetka morala učiti te je morala napraviti poslovni i financijski plan. Svu ušteđevinu je uložila u proizvodnju, a kada je tražila kredit od banke nije joj bio odobren. Nakon toga je založila kuću kako bi dobila obrtni kapital. Kako su se zakoni često mijenjali nije bila upoznata sa tom materijom, pa je za sve nedoumice pitala lokalnu zajednicu. U samom početku tražile je savjete od porezne uprave te raznih inspekcija s ciljem da poslovanje bude korektno.

Njeno poduzeće jedno jest od najnagrađivanijih u Hrvatskoj. Posjećuje puno sajmova gdje prati novitete što se tiče materijala koji se ugrađuje u madrac. Tako dolaze ideje te ih implementira po vlastitoj recepturi u proizvod naglašavajući da jesu zaista njihovi jer nastaju baš iz njihove mašte i ideja.

Već od samog osnivanja radi sa Europskom unijom. Naravno, ukidanje granica jest uveliko doprinijelo, odnosno olakšalo promptnoj isporuci u EU. Najviše radi s Njemačkom, Austrijom, Švicarskom, Češkom, Poljskom, Francuskom, Danskom te gotovo sa cijelom Europom. Isporuka robe jest također bila u Kazahstan, a pregovara i s firmama u Iranu. Govori kako se tvrtka Bernarda d.o.o. nametnula kao brend u Hrvatskoj. Što se tiče opremanja hotela u Hrvatskoj jesu broj jedan, no prodaja je pala što se tiče kupnje u salonima, trgovinama.

Poduzetnica Bernarda ističe kako je u poslovnom svijetu vrlo bitno poznavanje jezika, ali i sama komunikacija sa kupcem. Pritom smatra kako nije samo dio poslovanja platiti račune, isporučiti robu već je bitan i odnos sa kupcem. Naglašava kako se uvijek drži svoje riječi te

kako sa nekim kupcima nema nikakve ugovore, već ugovori samo na temelju riječi. Govori kako nije imala neke drastične prepreke pri ulasku u poduzetništvo žena. Od početka radi sa muškarcima te je smatraju kako je žena od riječi. Bila je žena od riječi sa konkretnim prijedlozima, ciljevima.

Recept koji preporuča svima, ne samo ženama jest „red, rad i disciplina“. Smatra kako se jedino tako može ići naprijed. Što se tiče obitelji, ona pomalo i trpi jer je nemoguće sve zadovoljiti. Nije do karijere već do socijalne osjetljivosti te biznisa koji je tjeraju samo naprijed. Nikad ne može reći da joj je dosta, bez obzira na poteškoće, ne nakon toliko nagrada što je motivira da ide naprijed, a isto tako društvo i prilike.

Ističe kako bi voljela da ima puno više uspješnih žena poduzetnica te da su žene općenito što neovisnije. Također bi željela da se žene oslobode razmišljanja kako to nije za njih te da one to ne mogu. Bitno je samo da postoji cilj, da se mora znati što se želi. Jedino ka uspjehu vodi cilj, vizija i volja. (intervju sa B. Ceceljom, članak)

Nadalje, jedna od uspješnih poduzetnica koja u početku nije imala ni 500€ na računu tvrtke, a kamoli za isplatu plaće, danas je jedna od uspješnih hrvatskih poduzetnica. Ona je **Ivana Bojčić**, direktorica tvrtke BoLingo koja je 2022. godine proglašena najboljom mikro poduzetnicom. Njena tvrtka pruža uslugu prevođenja, sudskog tumačenja, voiceovera i lokalizacije. Tvrtka uspješno posluje već osam godina. Smatra kako je kruna rada novo ostvarena suradnja s EU prema kojoj je BoLingo pri vrhu njihove ljestvice po kvaliteti prijevoda.

Na putu ka uspjehu sputavale su je razne poteškoće, a osobito greške računovodstva koje ju je uvalilo u financijske poteškoće. Razmišljala je kako će zatvoriti tvrtku, bilo je puno suza te misli što joj je ovo trebalo. Danas kada se prisjeća svega, ističe kako joj je njen poslovni put fascinant jer vodi od same nule. Nije niti bila svjesna da u sebi ima poduzetnički duh. Do svega toga dovela je hrabrost, disciplina, volja i cilj koji želi postići u svom poslovanju.

Tako je ona, naglašava 'žena poduzetnica' postala poznata u Hrvatskoj, ali i prepoznata u svijetu prevoditeljstva. Njezina tvrtka BoLingo izvozi intelektualne usluge u inozemstvo, 80% klijenata su stranci, dok je u Hrvatskoj surađivala sa više od 500 poznatih tvrtki, javnih osoba i institucija. (I. Bojčić)

Ivana smatra kako je u Hrvatskoj teško poslovati malim i mikro poduzetnicima, također smatra kako je sve moguće pa čak i uz prepreke koje se nađu na putu. Smatra kako svaki uspješan

poduzetnik mora posjedovati određene organizacijske i menadžerske vještine kako bi opstao na tržištu i uspješno vodio poslovanje.

Kako je u svakom većem poslovnom pothvatu bitno mentorstvo, upravo je **Kristina Androlić** došla na ideju o projektu „Mentorica.biz“. Ističe kako je Mentorica proizašla iz ideje kako bi se malim poduzetnicima i onima koji to žele postati pomoglo sa potrebnim informacijama. Mentorica.biz postoji u svrhu davanja podrške, savjeta i informacija koje mogu pomoći poduzetnicama u poslovanju te ih osnažiti na njihovom putu.

Portal nudi mogućnost odgovaranja na pitanja što je posao stručnih savjetnika. Također, pitanja i odgovori ulaze u bazu odgovora na portalu. Savjetnici odgovaraju na pitanja sve od područja EU fondova i poticaja, računovodstva i financija, prodaje i ostalog.

Kristina ističe kako se dobro osjeća kao poduzetnica. Također, poduzetništvo ju je očvrstnulo, sigurnija je u sebe te spremno ide iz jednog izazova u drugi. Smatra kako je najbitnije u životu da se oslonimo sami na sebe. Iznimno je veseli što može sama kreirati svoj posao i radno vrijeme te nikad nije požalila što se upustila u poduzetništvo. Dugo je razmišljala o vlastitom pothvatu, sve do svog 36. – og rođendana kada se uputila javnom bilježniku koji ju je uputio u poduzetničke vode te je od tamo sve počelo i traje još dan danas, već osam godina. Kakvo mišljenje ima Kristina što se tiče povezanosti žena i poduzetništva slijedi u nastavku.

„Smatram da su žene jednako sposobne voditi vlastita poduzeća kao i kolege suprotnog spola, no zbog određenih predrasuda, nedostatka podrške, pa i podcjenjivanja okoline, nižeg vlastitog samopouzdanja, ali i obaveza koje žene više podnose u obitelji, žena u poduzetništvu je bitno manje i to je činjenica. Pričamo o postotku od cca 30%. Dakle postoji još veliki jaz da stignemo do 50% i postignemo poduzetničku ravnopravnost. Onima koje o tome razmišljaju poručila bih da se ohrabre i krenu, a dio obaveza rasporede i na svoju okolinu tako da imaju više vremena za vođenje svog biznisa. Također preporučila bi da prate naš portal www.mentorica.biz, a slobodno nam šalju i pitanja, ako ih interesiraju poticaji i potpore za poduzetništvo kao i druge teme koje se tiču poduzetništva.“ (Mentorica.biz, 2021)

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Empirijsko istraživanje obuhvaća dokazivanje postavljenih hipoteza i ciljeva te analizu dobivenih rezultata. Navedeno istraživanje provedeno je u Google Forms – u putem anketnog upitnika koji ima 20 pitanja.

U istraživanju je obuhvaćeno 120 ispitanika odgovarajući na postavljena pitanja koja su temeljena na principu odabirući jedan odgovor ili dajući odgovor u obliku ocjena od 1 do 5. Navedeni podatci, odnosno odgovori/rezultati istraživanja provedeni su u SPSS Statistics programu. Pouzdanost istraživanja se testirala putem Cronbach Alpha koeficijenta, analizirale su se hipoteze na temelju Pearsonovog koeficijenta korelacije te T – Test.

Rezultati istraživanja pokazali su da su navedene hipoteze prihvaćene sa određenom razinom pouzdanosti, a to su:

Hipoteza H1: U 21. stoljeću još uvijek postoji neravnopravnost spolova.

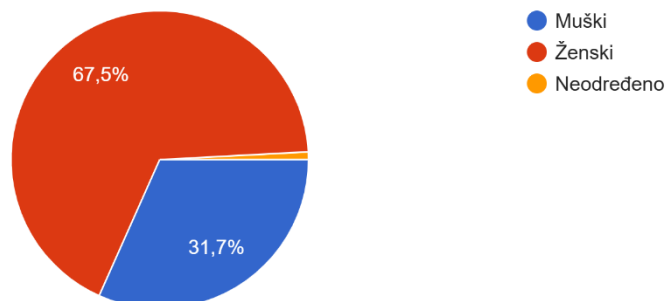
Hipoteza H2: Žene poduzetnice još uvijek se suočavaju sa većim izazovima prilikom ulaska u biznis zbog nedostatka podrške i resursa u odnosu na muškarce.

Hipoteza H3: Žene su često suočene sa diskriminacijom te nejednakim tretmanom društva što često rezultira ograničenim pristupom u obrazovanju, napredovanju na poslu ili pri zapošljavanju.

U nastavku će se dodatno pojasniti dobiveni rezultati i odgovori ispitanika ankete. Najprije će se objasniti socio – demografska struktura ispitanika gdje će se i prikazati dobiveni rezultati rada u SPSS Statistics. Nadalje slijedi dodatno pojašnjenje Cronbach Alpha koeficijenta, Pearsonova korelacija te T – Test.

U nastavku prikazana su grafikoni 3, 4, 5 i 6 koji opisuju socio – demografsku strukturu ispitanika.

1. Spol:
120 odgovora

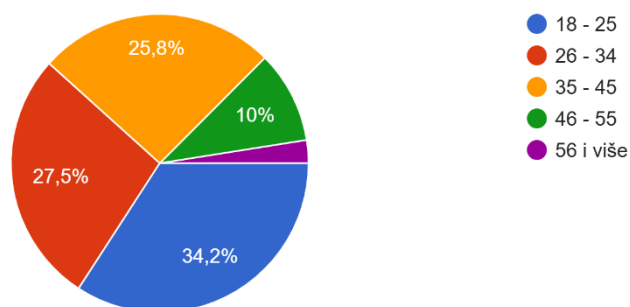


Grafikon 3: Struktura ispitanika prema spolu

Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon 3 prikazuje strukturu ispitanika prema spolu gdje se može vidjeti da je u anketi sudjelovalo 67,5% muškaraca, 31,5% žena te 0,8% neodređenih.

2. Dob:
120 odgovora



Grafikon 4: Struktura ispitanika prema dobi

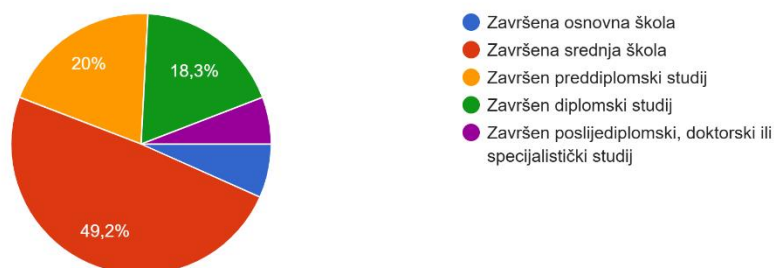
Izvor: Vlastita izrada autora

Prema dobivenim rezultatima vidljivo jest da je najviše ispitanika sudjelovali u anketi u dobi 18 – 25 godina što iznosi 34,2%. Malo manje jest dobne skupine 26 – 34 godina sa 27,5% te u

dobi od 35 – 45 godina sa iznosom od 25,8%. Slijedi dobna skupina 46 – 55 godina što iznosi 10%, dok je najmanje ispitanika bilo u dobi od 56 i više godina sa 2,5%.

3. Razina obrazovanja:

120 odgovora



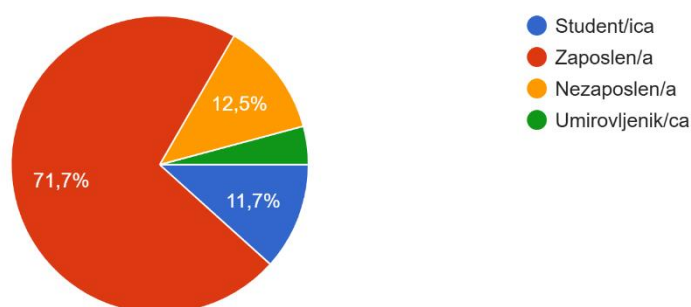
Grafikon 5: Struktura ispitanika prema razini obrazovanja

Izvor: vlastita izrada autora

Prema navedenim podacima iz grafikona 3 vidljivo jest da je najviše ispitanika završilo srednju školu sa 49,2%, zatim 20% ispitanika sa završenim preddiplomskim studijem, 18,3% sa završenim diplomskim studijem, 6,7% ispitanika sa završenom osnovnom školom te najmanji broj ispitanika 5,8% sa završenim poslijediplomskim, doktorskim ili specijalističkim studijem.

4. Radni status:

120 odgovora

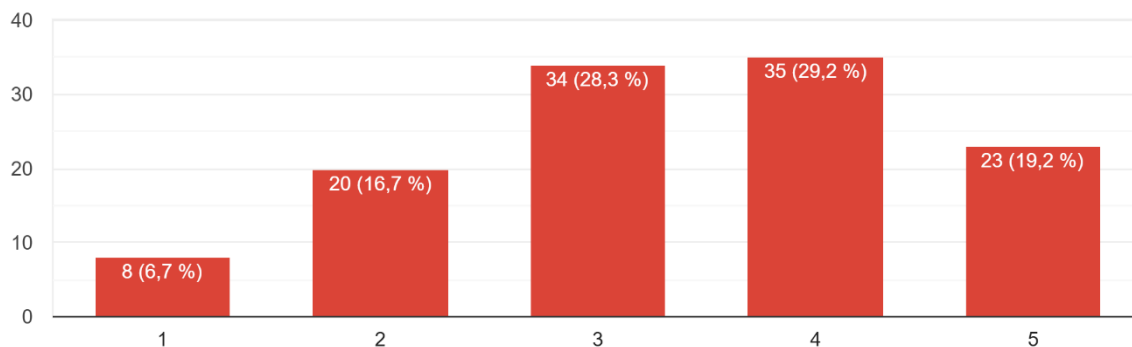


Grafikon 6: Struktura ispitanika prema radnom statusu

Izvor: samostalna izrada autora

Graf 6 prikazuje strukturu ispitanika prema radnom statusu što ukazuje da je u anketi sudjelovalo najviše zaposlenih osoba sa 71,7%, nezaposlenih osoba sa 12,5%, umirovljenika sa 11,7% studenata te najmanje umirovljenika sa 4,2%.

5. Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene. 1 - U potpunosti se ne slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora

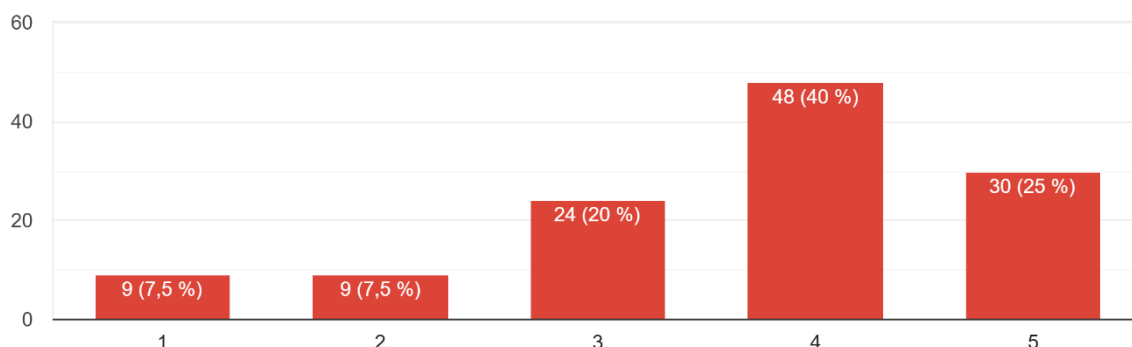


Grafikon 7: Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Grafikon 7 prikazuje kako se najviše ispitanika sa 29,2% slaže sa tvrdnjom kako još uvijek postoji neravnopravnost spolova kada se misli na plaće i zapošljavanje žena i muškaraca, nešto manje ispitanika 28,3% se djelomično slaže sa navedenom tvrdnjom, 19,2% se u potpunosti slaže, 16,7% se ne slaže, dok najmanji broj ispitanika sa 6,7% se u potpunosti ne slaže sa navedenom tvrdnjom.

6. Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku što se tiče poslovanja. 1 - U potpunosti se ne slažem 2 - Ne slažem se 3 - ...e slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora

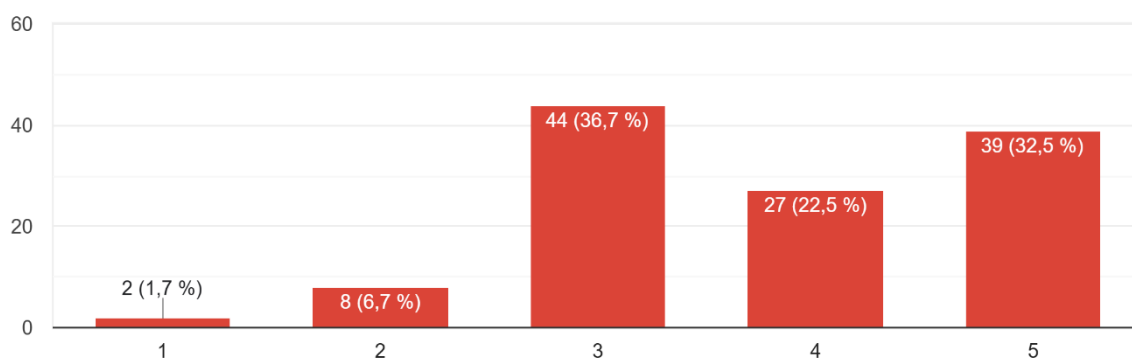


Grafikon 8: Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku što se tiče poslovanja. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Grafikon 8 prikazuje kako se 40% ispitanika slaže kako seminari te razne edukacije mogu pomoći ženama poduzetnicama u napretku i razvoju vlastitog poslovanja. Ispitanici koji se u potpunosti slažu sa tvrdnjom iznosi 25%, ispitanici koji se djelomično slažu iznosi 20%, dok se podjednak broj ispitanika u potpunosti ne slaže i ne slaže iznosi 7,5%.

7. Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima. 1 - U potpunosti se ne slažem 2 - Ne slažem se 3 - Djelomično se slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora

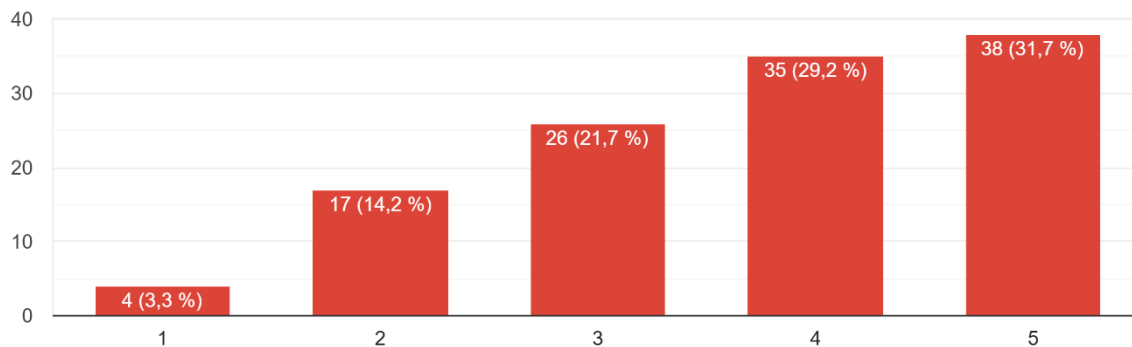


Grafikon 9: Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Na grafikonu 9 vidljivo jest kako se najviše ispitanika 36,7% djelomično slaže sa tvrdnjom da su muškarci još uvijek više plaćeni od žena u pojedinim djelatnostima. Nešto manje, 32,5% se u potpunosti slaže sa tvrdnjom, 22,5% ispitanika se slaže sa tvrdnjom, 6,7% se sa tvrdnjom ne slaže te 1,7% ispitanika se u potpunosti ne slaže da su muškarci više plaćeni nego li žene.

8. Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena. 1 - U potpunosti se ne slažem 2 - Ne slažem se 3 - Djelomično se slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora

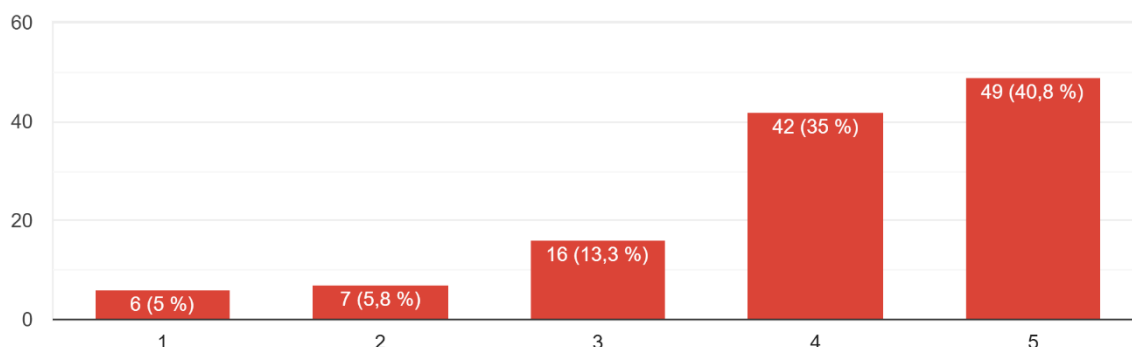


Grafikon 10: Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Grafikon 10 prikazuje kako se najveći broj ispitanika u potpunosti slaže sa tvrdnjom kako se više muškaraca nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena sa 31,7%. Malo manje ispitanika se slaže sa tvrdnjom što iznosi 29,2%, djelomično se slaže 21,7% ispitanika, 14,2% ispitanika se ne slaže sa tvrdnjom te se 3,3% ispitanika u potpunosti ne slaže sa navedenom tvrdnjom.

9. Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost... slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora



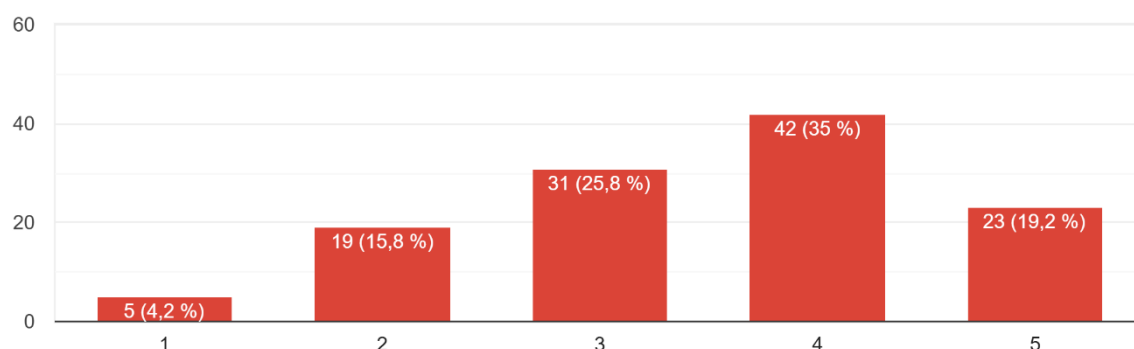
Grafikon 11: Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću.

(1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Grafikon 11 prikazuje kako se 40,8% ispitanika slaže sa tvrdnjom da je vrlo važno poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću, 35% ispitanika se sa tvrdnjom slaže dok se 13,3% djelomično slaže, vrlo mali postotak ispitanika se ne slaže sa tvrdnjom što iznosi 5,8% te se najmanje ispitanika od 5% u potpunosti ne slaže sa navedenom tvrdnjom.

10. Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja? 1 - U potpunosti se ne slažem 2 - Ne...e slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora

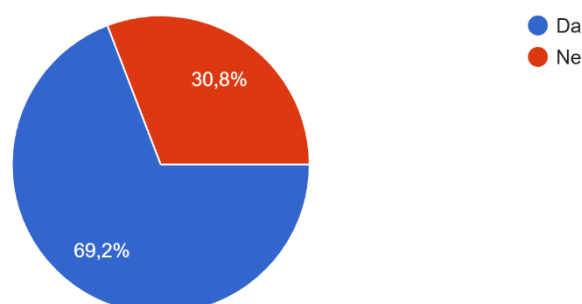


Grafikon 12: Odgovori ispitanika slažu li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: vlastita izrada autora

Grafikon 12 prikazuje da se 35% ispitanika slaže sa tvrdnjom da ženama u pokretanju poslovanja još uvijek nedostaje podrške, 25,8% ispitanika se sa tvrdnjom djelomično slaže, 19,2% se u potpunosti slaže sa tvrdnjom, 15,8% se ne slaže te najmanji broj ispitanika od 4,2% se u potpunosti ne slaže.

11. Smatrate li da društvene norme i očekivanja utječu na odluku žena prilikom ulaska u poduzetništvo?
120 odgovora

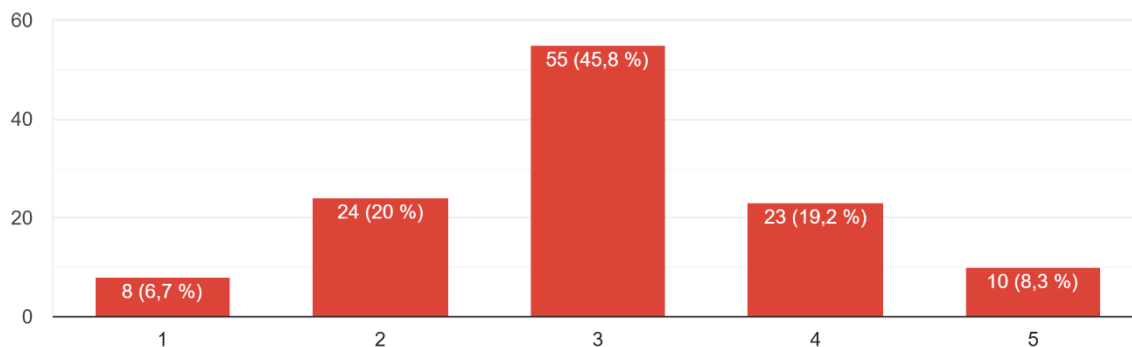


Grafikon 13: Odgovori ispitanika slažu li se ili ne slažu sa pitanjem da li društvene norme i očekivanja utječu na odluku žena prilikom ulaska u poduzetništvo.

Izvor: vlastita izrada autora

Na grafikonu 13 vidljivo jest kako se 69,2% ispitanika slaže sa tvrdnjom da društvene norme i očekivanja utječu na odluku žena prilikom ulaska u poduzetništvo, dok se 30,8% ispitanika ne slaže.

12. Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa? 1 - U potpunosti se n...e slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora

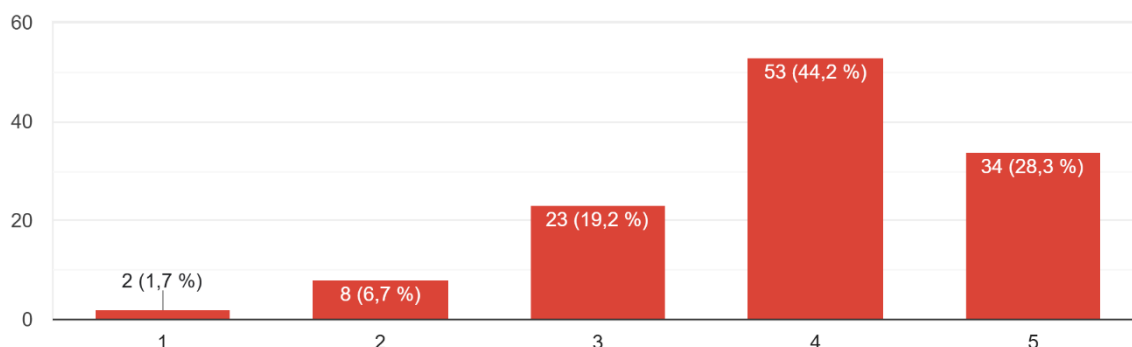


Grafikon 14: Odgovori ispitanika smatraju li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Na grafikonu 14 možemo vidjeti kako se 45,8% ispitanika djelomično slaže sa tvrdnjom da žene imaju dovoljno resursa prilikom pokretanja biznisa poput financijskih sredstava i mentorske podrške. 20% ispitanika se ne slaže s tvrdnjom, dok se 19,2% slaže sa navedenom tvrdnjom. 8,3% ispitanika se u potpunosti slaže sa tvrdnjom, dok se najmanji postotak od 6,7% u potpunosti ne slaže s navedenom tvrdnjom.

13. Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzet...slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora

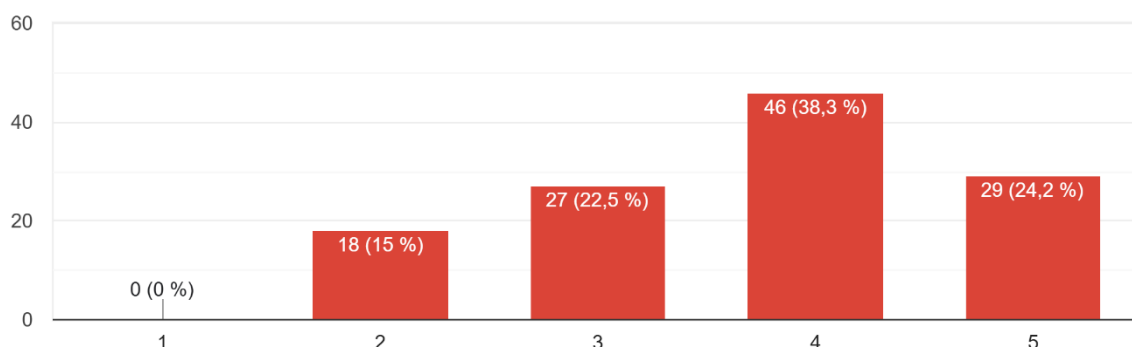


Grafikon 15: Odgovori ispitanika smatraju li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Na grafikonu 15 jest vidljivo kako se 44,2% ispitanika slaže sa navedenom tvrdnjom, 28,3% se u potpunosti slaže, 19,2% se djelomično slaže sa tvrdnjom, 6,7% se ne slaže te 1,7% se u potpunosti ne slaže sa tvrdnjom da suradnja sa aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može pomoći ženama u poduzetništvu prilikom suočavanja sa raznim izazovima.

14. Još uvijek u pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije. 1 - U potpunosti se ne slažem 2 - Ne ...e slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora



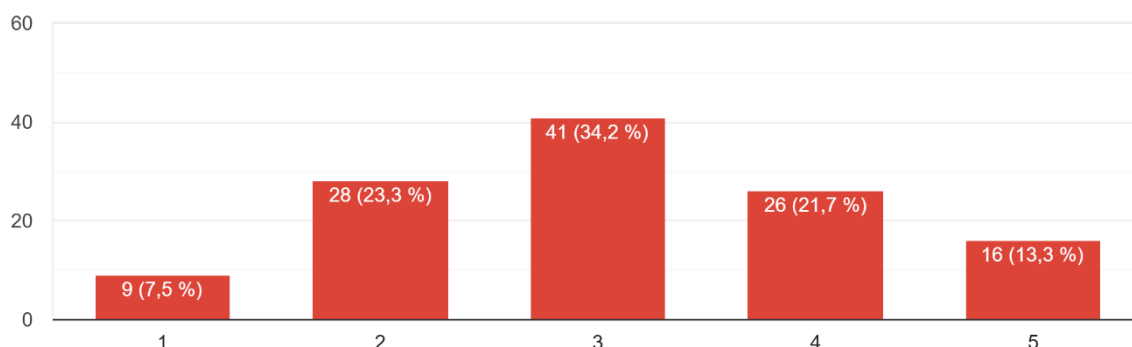
Grafikon 16: U pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Na grafikonu 16 vidljivo jest kako se 38,3% ispitanika slaže sa tvrdnjom da radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije, 24,2% ispitanika se u potpunosti slaže sa tvrdnjom, 22,5% se djelomično slaže, dok se 15% ispitanika ne slaže sa navedenom tvrdnjom. Ispitanika koji se u potpunosti ne slažu sa navedenom tvrdnjom nema.

15. Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu. 1 - U potpunosti se ne slažem 2 - Ne slažem se 3 - Djelomično se slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem

120 odgovora



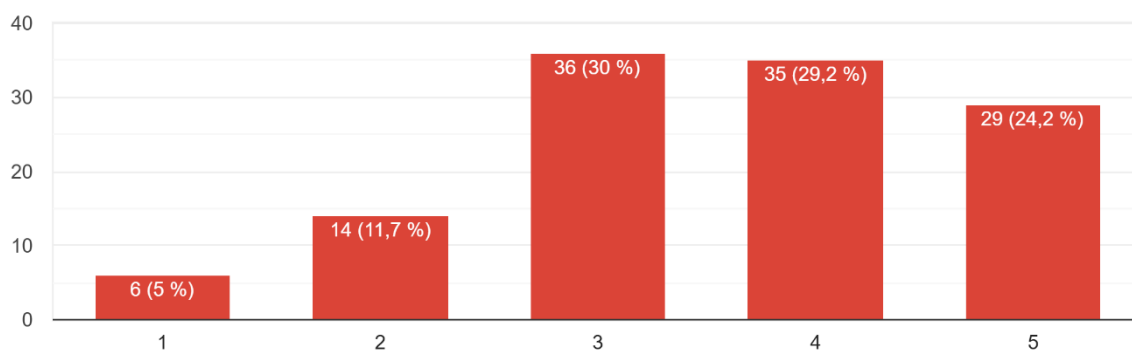
Grafikon 17: Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Grafikon 17 prikazuje da se 34,2% ispitanika djelomično slaže da žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu, 23,3% se ne slaže, 21,7% se slaže, 13,3% se u potpunosti slaže te se 7,5% ispitanika u potpunosti ne slaže.

16. Smatrate li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu? 1 - U potpunosti se ne slažem 2 - Ne slažem se 3 - Djelomično se slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem

120 odgovora



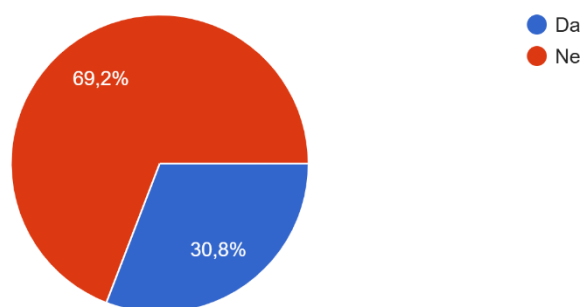
Grafikon 18: Odgovori ispitanika smatraju li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Na grafikonu jest vidljivo da se 30% ispitanika djelomično slaže da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu, 29,2% ispitanika se slaže, 24,2% ispitanika se u potpunosti slaže, 11,7% ispitanika se ne slaže te najmanji broj ispitanika od 5% se u potpunosti ne slaže sa tvrdnjom.

17. Smatrate li da su zakoni o zaštiti ženskih ljudskih prava efikasni?

120 odgovora



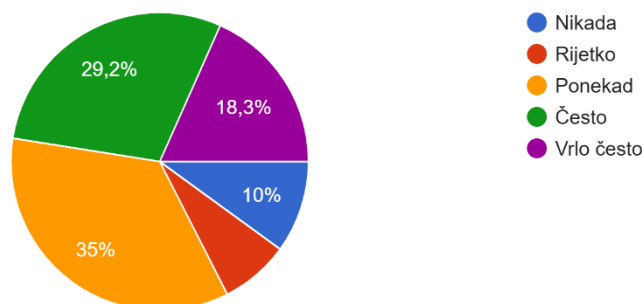
Grafikon 19: Odgovori ispitanika smatraju li da su zakoni o zaštiti ženskih ljudskih prava efikasni.

Izvor: samostalna izrada autora

69,2% ispitanika smatra da zakoni o zaštiti ženskih ljudskih prava nisu efikasni, dok 30,8% ispitanika smatra da su zakoni o zaštiti ženskih ljudskih prava efikasni.

18. Jeste li ikad primijetili nejednak tretman žena u odnosu na muškarce što se tiče obrazovanja, zapošljavanja i sl.?

120 odgovora



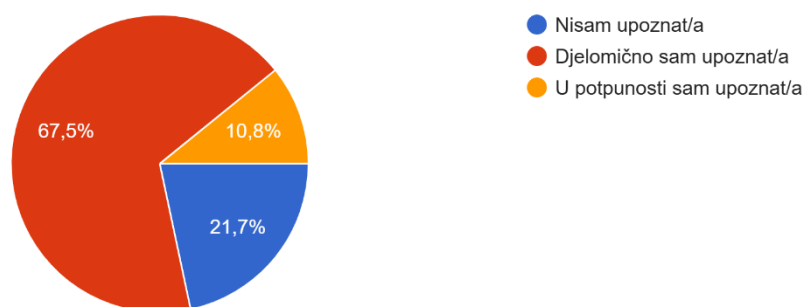
Grafikon 20: Odgovori ispitanika jesu li primijetili nejednak tretman žena u odnosu na muškarce što se tiče obrazovanja, zapošljavanja i slično.

Izvor: samostalna izrada autora

Na grafikonu je vidljivo kako je 35% ispitanika ponekad primijetilo nejednak tretman žena u odnosu na muškarce što se tiče obrazovanja, zapošljavanja i slično, 29,2% ispitanika često primjećuje navedene razlike, 18,3% ispitanika vrlo često, 10% ispitanika nikada nije primijetilo, a 7,5% ispitanika rijetko primjećuje nejednak tretman žena u odnosu na muškarce.

19. Jeste li upoznati sa aktivnostima i organizacijama koje se bore za ženska prava?

120 odgovora

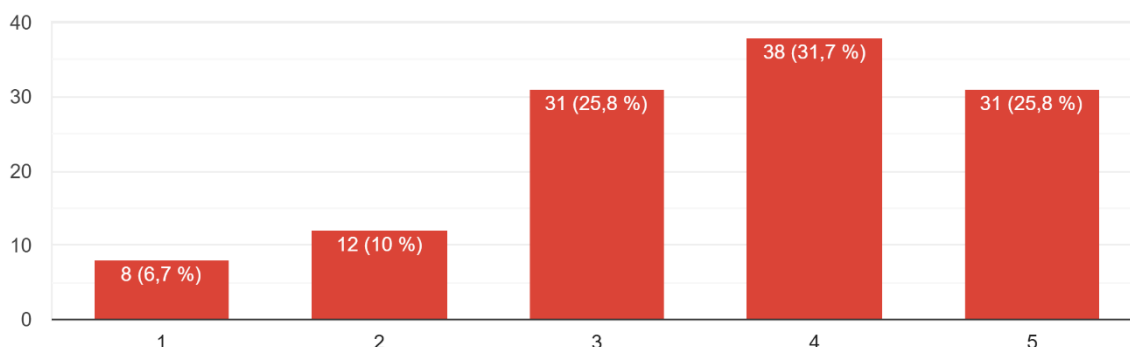


Grafikon 21: Odgovori ispitanika jesu li upoznati sa aktivnostima i organizacijama koje se bore za ženska prava.

Izvor: Samostalna izrada autora

Na grafikonu 21 vidljivo jest da je 67,5% ispitanika djelomično upoznato sa aktivnostima i organizacijama koje se bore za ženska ljudska prava, 21,7% nije upoznato, dok je 10,8% u potpunosti upoznato.

20. Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu? 1 - U potpunosti se ne slažem 2 - Ne slažem se 3 - Djel...e slažem 4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem
120 odgovora



Grafikon 22: Odgovori na pitanja ispitanika slažu li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu. (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – djelomično se slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

Izvor: samostalna izrada autora

Grafikon 22 prikazuje 31,7% ispitanika koji se slažu sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu, 25,8% ispitanika dijeli ocjenu da se djelomično i u potpunosti slaže sa tvrdnjom, 10% se ne slaže te se 6,7% u potpunosti ne slaže sa navedenom tvrdnjom.

5.1.Cronbach Alpha

Cronbach alpha jest statistički koeficijent koji se koristi za procjenu unutarnje konzistentnosti te se vrijednosti Cronbachove Alphe kreću od 0 do 1, pri čemu je:

- Vrijednost ispod 0,6 ukazuje na nedovoljnu konzistentnost
- Vrijednost između 0,7 i 0,9 ukazuje na dobru konzistentnost
- Vrijednost iznad 0,9 jest u potpunosti prihvaćena i konzistentna

U nastavku će se u tablici 3 detaljnije objasniti Cronbach Alpha u odnosu na istraživanje.

Tablica 3: Cronbach Alpha koeficijent

Case Processing Summary			
	N		%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.754	12

Izvor: samostalna izrada autora prema IBM SPSS Statistics

U tablici 3 Cronbach Alpha prikazuje da je mjerena na 12 itemsa ili čestica. Ona iznosi 0,754 što ukazuje da je istraživanje pouzdano, odnosno da se može smatrati vrlo dobrom obzirom da je Cronbachova Alpha iznad 0,7. To znači da su stavke unutar skale dobro povezane i dosljedne.

5.2.Deskriptivna statistika H1, H2, H3

Deskriptivna statistika H1

U tablici 4 jest prikazana deskriptivna statistika hipoteze H1. Na temelju navedenih tvrdnji ispitanici su imali ponuđenu Likertovu skalu sa ocjenama od 1 do 5.

Tablica 4: Deskriptivna statistika za dokazivanje H1

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
5. Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene.	120	1	5	3.38	1.167
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
6. Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku što se tiče poslovanja.	120	1	5	3.68	1.153
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
7. Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima.	120	1	5	3.77	1.033
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
8. Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena.	120	1	5	3.72	1.154
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
9. Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću.	120	1	5	4.01	1.111
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
Valid N (listwise)	120				

Izvor: samostalna izrada autora prema IBM SPSS Statistics

Na temelju tablice 4, vidljivo jest kako najveću aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću* koja iznosi 4,01, dok najmanju

aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene* koja iznosi 3.38.

Objašnjenje tvrdnji iz tablice:

Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću gdje aritmetička sredina iznosi 4,01 uz standardno odstupanje od prosjeka za 1,111 te ono upućuje na veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima gdje aritmetička sredina iznosi 3,77 uz standardno odstupanje od prosjeka za 1,033 uz naznaku veće varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena gdje aritmetička sredina iznosi 3,72 uz standardno odstupanje od prosjeka za 1,154 te ono upućuje na veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku što se tiče poslovanja gdje aritmetička sredina iznosi 3,68 uz standardno odstupanje od prosjeka za 1,153 te ono upućuje na veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene gdje aritmetička sredina iznosi 3,38 uz standardno odstupanje od prosjeka za 1,167 te ono upućuje na vrlo veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Može se zaključiti da se tvrdnje provedenom analizom potvrđuju jer je aritmetička sredina kod svih tvrdnji veća od 3. Ukoliko bi ona bila manja od 3, tvrdnje sa takvom aritmetičkom sredinom bi bile odbačene.

U nastavku slijedi pojašnjenje Tablice 5 koja opisuje dokazivanje deskriptivne statistike za dokazivanje H2.

Deskriptivna statistika H2

Tablica 5: Deskriptivna statistika za dokazivanje H2

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
10. Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja?	120	1	5	3.49	1.100
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
12. Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?	120	1	5	3.02	1.000
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
13. Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo?	120	1	5	3.91	.944
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
14. Još uvijek u pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije.	120	2	5	3.72	.997
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
Valid N (listwise)	120				

Izvor: samostalna izrada autora prema IBM SPSS Statistics

Na temelju Tablice 5 vidljivo jest kako najveću aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo?* koja iznosi 3,91, dok najmanju aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?* koja iznosi 3,02.

Objašnjenje tvrdnji iz tablice:

Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo? gdje aritmetička sredina iznosi 3,91 uz standardno odstupanje od prosjeka za 0,944 što ukazuje da su odgovori ispitanika dosljedni tvrdnji.

Još uvijek u pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije gdje aritmetička sredina iznosi 3,72 uz standardno odstupanje od prosjeka od 0,997 što predstavlja veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja? gdje aritmetička sredina iznosi 3,49 uz standardno odstupanje od prosjeka od 1,1 što ukazuje na vrlo veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa? gdje aritmetička sredina iznosi 3,02 uz standardno odstupanje od prosjeka od 1 što ukazuje na veću varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Može se zaključiti da se tvrdnje provedenom analizom potvrđuju jer je aritmetička sredina kod svih tvrdnji veća od 3. Ukoliko bi ona bila manja od 3, tvrdnje sa takvom aritmetičkom sredinom bi bile odbačene.

U nastavku slijedi pojašnjenje Tablice 6 koja opisuje dokazivanje deskriptivne statistike za dokazivanje H3.

Deskriptivna statistika H3

Tablica 6: Deskriptivna statistika za dokazivanje H3

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
15. Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu.	120	1	5	3.10	1.133
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
16. Smatrate li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu?	120	1	5	3.56	1.129
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
20. Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?	120	1	5	3.60	1.170
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
Valid N (listwise)	120				

Izvor: samostalna izrada autora prema IBM SPSS Statistics

Na temelju Tablice 6 vidljivo jest kako najveću aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?* koja iznosi 3,60, dok najmanju aritmetičku sredinu ima tvrdnja *Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu* koja iznosi 3,10.

Objašnjenje tvrdnji iz tablice:

Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu? gdje aritmetička sredina iznosi 3,60 uz standardno odstupanje od prosjeka za 1,170 što upućuje na veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Smatrate li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu? gdje aritmetička sredina iznosi 3,56 uz standardno odstupanje od prosjeka za 1,129 što upućuje na relativno veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu gdje aritmetička sredina iznosi 3,10 uz standardno odstupanje za 1,133.

5.3. Pearsonov koeficijent korelacije H1, H2 i H3

Pearsonov koeficijent korelacije koristi se u istraživačke svrhe i analizi podataka kako bi se utvrdilo kako varijable međusobno utječu jedna na drugu. Vrijednost koeficijenta korelacije može biti pozitivna i negativna.

U nastavku slijedi prikaz Tablice 7 koja prikazuje Pearsonov koeficijent korelacije H1 te koji jest u nastavku pojašnjen.

Tablica 7: Pearsonov koeficijent korelacije H1

Correlations						
	5. Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene.	6. Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku što se tiče poslovanja.	7. Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima.	8. Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena.	9. Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću.	
	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem	
	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se	
	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem	
	4 - Slažem se	4 - Slažem se	4 - Slažem se	4 - Slažem se	4 - Slažem se	
	5 - U potpunosti se slažem	5 - U potpunosti se slažem	5 - U potpunosti se slažem	5 - U potpunosti se slažem	5 - U potpunosti se slažem	
5. Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću	Pearson Correlation	1	.272**	.447**	.423**	.412**

još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene.	Sig. (2-tailed)		.003	<.001	<.001	<.001
	N	120	120	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem						
2 - Ne slažem se						
3 - Djelomično se slažem						
4 - Slažem se						
5 - U potpunosti se slažem						
6. Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku što se tiče poslovanja.	Pearson Correlation	.272**	1	.277**	.246**	.277**
	Sig. (2-tailed)	.003		.002	.007	.002
	N	120	120	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem						
2 - Ne slažem se						
3 - Djelomično se slažem						
4 - Slažem se						
5 - U potpunosti se slažem						
7. Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima.	Pearson Correlation	.447**	.277**	1	.553**	.441**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002		<.001	<.001
	N	120	120	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem						
2 - Ne slažem se						
3 - Djelomično se slažem						
4 - Slažem se						
5 - U potpunosti se slažem						
8. Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena.	Pearson Correlation	.423**	.246**	.553**	1	.389**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.007	<.001		<.001
	N	120	120	120	120	120

1 - U potpunosti se ne slažem						
2 - Ne slažem se						
3 - Djelomično se slažem						
4 - Slažem se						
5 - U potpunosti se slažem						
9. Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću.	Pearson Correlation	.412**	.277**	.441**	.389**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	<.001	<.001	
	N	120	120	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem						
2 - Ne slažem se						
3 - Djelomično se slažem						
4 - Slažem se						
5 - U potpunosti se slažem						

Izvor: samostalna izrada autora prema IBM SPSS Statistics

Objašnjenje:

Varijabla *Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću* još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene u najvećoj je korelaciji sa „*Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima*” koja iznosi 0,447, dok je u najnižoj korelaciji sa *Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku* što se tiče poslovanja koja iznosi 0,272.

Varijabla *Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku* što se tiče poslovanja ima podjednaku korelaciju sa *Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima* i *Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću* koje iznose 0,277, dok je u najmanjoj korelaciji sa *Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena* što iznosi 0,246.

Varijabla *Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima* je u najvećoj korelaciji sa *Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini* od žena što iznosi 0,553, dok je u najnižoj korelaciji sa *Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku* što se tiče poslovanja što iznosi 0,277.

Varijabla *Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena* je u najvećoj korelaciji sa *Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima* što iznosi 0,553, dok je u najnižoj korelaciji sa *Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku* što se tiče poslovanja sa 0,246.

Varijabla *Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću* je u najvećoj korelaciji sa *Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima* što iznosi 0,441, a u najnižoj korelaciji je sa *Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku* što se tiče poslovanja sa 0,277.

U nastavku slijedi prikaz Tablice 8 koja prikazuje Pearsonov koeficijent korelacije H2 te koji jest u nastavku pojašnjen.

Tablica 8: Pearsonov koeficijent korelacije H2

Correlations				
	10. Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja?	12. Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput finansijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?	13. Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzeticama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo?	14. Još uvijek u pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije.
	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem
	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se
	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem
	4 - Slažem se	4 - Slažem se	4 - Slažem se	4 - Slažem se
		3 - Djelomično se slažem	4 - Slažem se	5 - U potpunosti se slažem

	5 - U potpunosti se slažem	4 - Slažem se 5 - U potpunosti se slažem	5 - U potpunosti se slažem		
10. Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja?	Pearson Correlation	1	-.309**	.206*	.312**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.024	<.001
	N	120	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
12. Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?	Pearson Correlation	-.309**	1	.083	-.102
	Sig. (2-tailed)	<.001		.370	.266
	N	120	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
13. Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo?	Pearson Correlation	.206*	.083	1	.338**
	Sig. (2-tailed)	.024	.370		<.001
	N	120	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					
14. Još uvijek u pokretanju pothvata radi	Pearson Correlation	.312**	-.102	.338**	1

tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije.	Sig. (2-tailed)	<.001	.266	<.001	
	N	120	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem					
2 - Ne slažem se					
3 - Djelomično se slažem					
4 - Slažem se					
5 - U potpunosti se slažem					

Izvor: samostalna izrada autora prema IBM SPSS Statistics

Objašnjenje:

Varijabla *Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja?* je u negativnoj korelaciji sa *Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?* što iznosi -0,309.

Varijabla *Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?* je u negativnoj korelaciji sa *Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja?* dok u korelaciji sa varijablom *Još uvijek u pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije* iznosi -0,102.

Varijabla *Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo* jest u najvećoj korelaciji sa *Još uvijek u pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije* iznosi 0,338 dok je u najnižoj korelaciji sa *Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?* što iznosi 0,083.

Varijabla *Još uvijek u pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije* je u najvećoj korelaciji sa *Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo* što iznosi 0,338, u najnižoj korelaciji je sa *Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja* iznosi 0,312, dok je u negativnoj korelaciji sa *Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?* sa iznosom od -0,102.

U nastavku rada prikazana jest Tablica 9 koja prikazuje Pearsonov koeficijent H3.

Tablica 9: Pearsonov koeficijent korelacije H3

Correlations				
	15. Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu.	16. Smatrate li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu?	20. Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?	
	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem	1 - U potpunosti se ne slažem	
	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se	2 - Ne slažem se	
	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem	3 - Djelomično se slažem	
	4 - Slažem se	4 - Slažem se	4 - Slažem se	
	5 - U potpunosti se slažem	5 - U potpunosti se slažem	5 - U potpunosti se slažem	
15. Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu.	Pearson Correlation	1	-.175	-.318**
	Sig. (2-tailed)		.055	<.001
	N	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem				
2 - Ne slažem se				
3 - Djelomično se slažem				
4 - Slažem se				
5 - U potpunosti se slažem				
16. Smatrate li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu?	Pearson Correlation	-.175	1	.438**
	Sig. (2-tailed)	.055		<.001
	N	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem				
2 - Ne slažem se				
3 - Djelomično se slažem				

4 - Slažem se				
5 - U potpunosti se slažem				
20. Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?	Pearson Correlation	-.318**	.438**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	
	N	120	120	120
1 - U potpunosti se ne slažem				
2 - Ne slažem se				
3 - Djelomično se slažem				
4 - Slažem se				
5 - U potpunosti se slažem				
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Izvor: samostalna izrada autora prema IBM SPSS Statistics

Varijabla *Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu* je u negativnoj korelaciji sa *Smatrate li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu* što iznosi -0,175 te sa *Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?* sa iznosom od -0,318.

Varijabla *Smatrate li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu* je u najvećoj korelaciji sa *Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?* što iznosi 0,438.

Varijabla *Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?* je u pozitivnoj korelaciji sa *Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?*, a u negativnoj korelaciji sa *Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu* sa -0,318.

5.4.Ograničenja istraživanja

Navedeno istraživanje provedeno je izradom anketnog upitnika putem *Google Forms* – a putem WhatsApp, Facebook, Messenger platformi. S obzirom na širinu i važnost teme sudjelovao jest mali broj ispitanika te je sudjelovalo manje ispitanika sa završenim diplomskim studije, a tako i poslijediplomskim i stručnim studijem. Unatoč tome, rezultati analize istraživanja su točni i detaljni na temelju danog anketnog upitnika.

5.5. Zaključak rezultata istraživanja

Na temelju provedenih hipoteza H1, H2 i H3 može se zaključiti da su sve prihvatljive s obzirom da sve varijable imaju aritmetičku sredinu veću od 3. Cronbach Alpha koeficijent iznosi 0,754 što ukazuje da je istraživanje prihvatljivo te su rezultati su pouzdani.

Istražila se detaljna uloga žena u poduzetništvu, analizirajući izazove s kojima se suočavaju, kao i prilike koje im se pružaju u suvremenom poslovnom okruženju. U konačnici istraživanja te raznoj literaturi može se zaključiti kako žene imaju sve veću i bitniju ulogu u poduzetničkom sektoru unatoč preprekama na koje nailaze.

Donoseći nove perspektive te pristupe u vođenju poslovanja žene pokazuju svoju otpornost i inovativnost. Istraživanje nam pokazuje kako su poduzetnice motivirane ne samo financijskim uspjehom nego i željom za stvaranjem pozitivnog utjecaja na društvo u cjelini kao i na zajednicu u kojoj se nalazi. Društvena dimenzija poduzetništva može biti ključna za razvoj održivih poslovnih modela kako bi se neprestano doprinosilo društvenom napretku. Vrlo je važno provoditi i razvijati inicijative koje će poduzetnice osnaživati uključujući razne edukacije te umrežavanje.

Vrlo je važno napomenuti kako se povećava broj žena poduzetnica koje odlučuju pokrenuti vlastiti biznis što je jedna od pozitivnih promjena u percepciji poduzetništva žena. Razvoj interneta, digitalnih platformi, žene mogu lakše ustupiti na tržište. Online marketing i društvene mreže u doba današnjice omogućuju ženama da dosegnu široku publiku te razvijaju vlastiti brand. Navedena digitalna transformacija može značajno smanjiti barijere ulaska u poduzetništvo što je vrlo pozitivno sa strana žena.

Promicanje svijesti o važnosti žena u poduzetništvu, uz resurse i podršku, žene će lakše nastaviti oblikovati poslovni svijet te doprinositi ekonomskom razvoju, stvarati pravednije i bolje društvo u cjelini.

6. LITERATURA:

1. Buble, M., Kružić, D.: Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RriF, Zagreb, 2006.
2. Škrtić, M., Mikić, M. Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2011.
3. N. M. Lisjak, Žene i poduzetništvo, The Star Network of World Learning, Zagreb, 2002.
4. N. M. Lisjak, I. Čurlin: Kako postati poduzetnica, The Star Network od World Learning, Zagreb, 2002.
5. S. Sandberg, N. Scovell, Ustrajnost: žene, poslovi i vođenje, Algoritam, Zagreb, 2014.
6. B. Bolfek, L. Sigurnjak, Poduzetništvo, Slavonski Brod, 2011.
7. Hunjet, A., Kozina, G.: Osnove poduzetništva, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2014.
8. Hisrich, Peters, Shepherd : Poduzetništvo, sedmo izdanje, Zagreb, 2011.
9. A. Petričušić: Žensko poduzetništvo - put u ravnopravnost, Osijek, 2021.
10. I. Radačić: Žene i pravo: feminističke pravne teorije, Centar za ženske studije, Zagreb, 2009
11. V. Bedeković, Ž. Ravlić: Položaj žena u rukovodećim strukturama službi jedinica lokalne uprave i područne (regionalne) samouprave na primjeru Virovitičko podravske županije, Virovitica, 2011.
12. Hisrich, Peters, Shepherd: Pod uzetništvo, sedmo izdanje, Zagreb, 2011.
13. Hisrich, R. D et al.: Poduzetništvo, Mate d.o.o., Zagreb, 2008.
14. N. Kerovac: (Ne)jednakost žena na tržištu rada, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Zagreb, 2003.
15. Langowitz, N., Minniti, M.: The Entrepreneurial Propensity of women. Entrepreneurship, Theory and Practice, 2007.
16. H. H. Stevenson, J. C. Jarillo – Mossi, „Preserving Entrepreneurship as companies gorw“, Journal of Bussiness Strategy, 1986.
17. B. Vuk: Dva pogleda na žensko poduzetništvo, 2006.
18. M. Kokanović i J. M. Šmid, „Položaj žena na tržištu rada: niže plaće i slabije šanse“, Diskriminacija žena u Hrvatskoj, Ženska sekcija SSSH, Zagreb, 2000.

Internetski izvori:

1. <https://www.entrepreneur.com/leadership/8-qualities-female-entrepreneurs-need-to-succeed/428136>
2. <https://mrezazena.com/zene-poduzetnistvu-varazdin-zagreb/>
3. https://eige.europa.eu/publications-resources/thesaurus/terms/1221?language_content_entity=hr
4. <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-otocac/medunarodna-konferencija-o-zenama-u-poduzetnistvu-zene-i-tocka-najava>
5. <http://zenskapomocsada.hr/o-nama/>
6. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/gender-equality-strategy_hr
7. <https://zena.net.hr/bolja-ja-posao-i-obitelj/bernarda-cecelja-mladi-poduzetnici-i-poduzetnice-krenite-hrabro- naprijed-7530effc-35c3-11eb-96f9-0242ac130020>

Članci:

1. N. Shahbaz and N. Ozbay: The importance of female entrepreneurship <https://hrcak.srce.hr/file/192497>
2. HERA: <https://projecthera.eu/wp-content/uploads/2024/01/hera-croatian.pdf>
3. L. Softić: Značaj feminističke ekonomije i ženskog poduzetništva za regionalni razvoj <https://hrcak.srce.hr/file/376299%2083.str>
4. G. Zidrum: Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj <https://hrcak.srce.hr/file/282757>
5. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020. <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//ZPPI/Strategije%20-%20OGP/poduzetni%C5%A1tvo//Strategija%20razvoja%20poduzetni%C5%A1tva%20%C5%BEena.pdf>
6. Deloitte SheXO klub: Žene u poslovnom svijetu https://www.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_Zene_u_poslovnom_svijetu_2019.pdf
7. I. B. Barčan, J. Burušić: Stakleni strop – zastarjeli pojam ili realnost? https://eige.europa.eu/publications-resources/thesaurus/terms/1221?language_content_entity=hr
8. V. Vučemilović: Diskriminacija žena na tržištu rada s osvrtom na Hrvatsku <https://hrcak.srce.hr/file/107057>

9. A. Stilin: Suvremeni trendovi u poduzetništvu <https://hrcak.srce.hr/file/252559>

Tablice:

Tablica 1: Dimenzije stvaranja novog pothvata

Tablica 2. Prepreke i rješenja u izjednačavanju žena i muškaraca u poduzetničkom djelovanju

Tablica 3: Cronbach Alpha koeficijent

Tablica 4: Deskriptivna statistika za dokazivanje H1

Tablica 5: Deskriptivna statistika za dokazivanje H2

Tablica 6: Deskriptivna statistika za dokazivanje H3

Tablica 7: Pearsonov koeficijent korelacije H1

Tablica 8: Pearsonov koeficijent korelacije H2

Tablica 9: Pearsonov koeficijent korelacije H3

Grafikoni:

Grafikon 1. Nezaposlenost žena u RH u razdoblju od 2013. – 2023. godine

Grafikon 2. Nezaposlenost muškaraca u RH u razdoblju od 2013. do 2023. godine

Grafikon 3: Struktura ispitanika prema spolu

Grafikon 4: Struktura ispitanika prema dobi

Grafikon 5: Struktura ispitanika prema razini obrazovanja

Grafikon 6: Struktura ispitanika prema radnom statusu

Grafikon 7: Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene

Grafikon 8: Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku što se tiče poslovanja

Grafikon 9: Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima

Grafikon 10: Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena

Grafikon 11: Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću

Grafikon 12: Odgovori ispitanika slažu li se sa tvrdnjom da ženama još uvijek nedostaje podrške u pokretanju vlastitog poslovanja

Grafikon 13: Odgovori ispitanika slažu li se ili ne slažu sa pitanjem da li društvene norme i očekivanja utječu na odluku žena prilikom ulaska u poduzetništvo

Grafikon 14: Odgovori ispitanika smatraju li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa

Grafikon 15: Odgovori ispitanika smatraju li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo

Grafikon 16: U pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije

Grafikon 17: Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu

Grafikon 18: Odgovori ispitanika smatraju li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu

Grafikon 19: Odgovori ispitanika smatraju li da su zakoni o zaštiti ženskih ljudskih prava efikasni

Grafikon 20: Odgovori ispitanika jesu li primijetili nejednak tretman žena u odnosu na muškarce što se tiče obrazovanja, zapošljavanja i slično

Grafikon 21: Odgovori ispitanika jesu li upoznati sa aktivnostima i organizacijama koje se bore za ženska prava

Grafikon 22: Odgovori na pitanja ispitanika slažu li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu

Anketni upitnik:

1. Spol:

- a) Muški
- b) Ženski
- c) Neodređeno

2. Dob:

- a) 18 – 25
- b) 26 – 34
- c) 35 – 45
- d) 46 – 55
- e) 56 i više

3. Razina obrazovanja:

- a) Završena osnovna škola
- b) Završena srednja škola
- c) Završen preddiplomski studij
- d) Završen diplomski studij
- e) Završen poslijediplomski, doktorski ili specijalistički studij

4. Radni status:

- a) Student/ica
- b) Zaposlen/a
- c) Nezaposlen/a
- d) Umirovljenik/ca

H1: U 21. stoljeću još uvijek postoji neravnopravnost spolova.

5. Neravnopravnost spolova u 21. stoljeću još uvijek je ukorijenjena u društvu misleći se na plaće i zapošljavanje muškaraca u odnosu na žene.

- 1. U potpunosti se ne slažem
- 2. Ne slažem se
- 3. Djelomično se slažem
- 4. Slažem se
- 5. U potpunosti se slažem

6. Edukacije, seminari i osvještavanje, ženama može pomoći u napretku što se tiče poslovanja.
- a) U potpunosti se ne slažem
 - b) Ne slažem se
 - c) Djelomično se slažem
 - d) Slažem se
 - e) U potpunosti se slažem
7. Muškarci su još uvijek više plaćeni od žena u određenim djelatnostima.
- a) U potpunosti se ne slažem
 - b) Ne slažem se
 - c) Djelomično se slažem
 - d) Slažem se
 - e) U potpunosti se slažem
8. Više muškaraca se nalazi na višoj hijerarhijskoj razini od žena.
- a) U potpunosti se ne slažem
 - b) Ne slažem se
 - c) Djelomično se slažem
 - d) Slažem se
 - e) U potpunosti se slažem
9. Važno je poticati aktivno uključivanje žena u donošenje odluka kako bi se osigurala bolja zastupljenost interesa te promovirala ravnopravnost spolova u 21. stoljeću.
- a) U potpunosti se ne slažem
 - b) Ne slažem se
 - c) Djelomično se slažem
 - d) Slažem se
 - e) U potpunosti se slažem

H2: Žene poduzetnice još uvijek se suočavaju sa većim izazovima prilikom ulaska u biznis zbog nedostatka podrške i resursa u odnosu na muškarce.

10. Slažete li se sa tvrdnjom da ženama još nedostaje podrške u pokretanju poslovanja?

- a) U potpunosti se ne slažem
- b) Ne slažem se
- c) Djelomično se slažem
- d) Slažem se
- e) U potpunosti se slažem

11. Smatrate li da društvene norme i očekivanja utječu na odluku žena prilikom ulaska u poduzetništvo?

- a) Da
- b) Ne

12. Smatrate li da žene imaju dovoljno resursa poput financijskih sredstava i mentorske podrške prilikom pokretanja biznisa?

- a) U potpunosti se ne slažem
- b) Ne slažem se
- c) Djelomično se slažem
- d) Slažem se
- e) U potpunosti se slažem

13. Smatrate li da suradnja s aktivnim poduzetnicama te stvaranje mreže podrške može olakšati suočavanje sa izazovima prilikom ulaska u poduzetništvo?

- a) U potpunosti se ne slažem
- b) Ne slažem se
- c) Djelomično se slažem
- d) Slažem se
- e) U potpunosti se slažem

14. Još uvijek u pokretanju pothvata radi tradicionalnog pogleda na poslovanje žena ima više muške populacije.

- a) U potpunosti se ne slažem
- b) Ne slažem se
- c) Djelomično se slažem
- d) Slažem se
- e) U potpunosti se slažem

H3: Žene su često suočene sa diskriminacijom te nejednakim tretmanom društva što često rezultira ograničenim pristupom u obrazovanju, napredovanju na poslu ili pri zapošljavanju.

15. Žene imaju jednake mogućnosti kao i muškarci u društvu.

- a) U potpunosti se ne slažem
- b) Ne slažem se
- c) Djelomično se slažem
- d) Slažem se
- e) U potpunosti se slažem

16. Smatrate li da su žene suočene sa predrasudama i stereotipima u društvu?

- a) U potpunosti se ne slažem
- b) Ne slažem se
- c) Djelomično se slažem
- d) Slažem se
- e) U potpunosti se slažem

17. Smatrate li da su zakoni o zaštiti ženskih ljudskih prava efikasni.

- a) Da
- b) Ne

18. Jeste li ikad primijetili nejednak tretman žena u obrazovanju, zapošljavanju i sl.?

- a) Nikada
- b) Rijetko
- c) Ponekad

- d) Često
- e) Vrlo često

19. Jeste li upoznati sa aktivnostima i organizacijama koje se bore za ženska prava?

- a) Nisam upoznat/a
- b) Djelomično sam upoznat/a
- c) U potpunosti sam upoznat/a

20. Slažete li se sa tvrdnjom da je potrebno više edukacije o važnosti ženskih prava u društvu?

- a) U potpunosti se ne slažem
- b) Ne slažem se
- c) Djelomično se slažem
- d) Slažem se
- e) U potpunosti se slažem

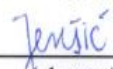
Sveučilište Sjever

IZJAVA O AUTORSTVU

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, Romina Jerešić pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor diplomskog rada pod naslovom „Žene i poduzetništvo“ te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Studentica:
Romina Jerešić



(vlastoručni potpis)

Sukladno članku 58., 59. i 61. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti završne/diplomske/specijalističke radove sveučilišta su dužna objaviti u roku od 30 dana od dana obrane na nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju visokog učilišta.

Sukladno članku 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.