ŽENE PODUZETNICE

Bilobrk, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:125:069784

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Jelena Bilobrk

ŽENE PODUZETNICE

Završni rad

Rijeka, 2018.

VELEUČILIŠTE U RIJECI
Poslovni odjel
Stručni studij Poduzetništvo

ŽENE PODUZETNICE

Završni rad

MENTOR

mr. sc. Antonia Mihaljević, predavač

STUDENT

Jelena Bilobrk

MBS: 242302836112

Rijeka, srpanj 2018.

VELEUČILIŠTE U RIJECI Prilog 1.

Poslovni odjel

Rijeka, 09.02. 2018.

ZADATAK
za završni rad

Pristupnici Jeleni Bilobrk **MBS:** 242302836112

Studentici stručnog studija Poduzetništvo izdaje se zadatak završni rad – tema završnog rada pod nazivom:

Žene poduzetnice

Sadržaj zadatka:

U teorijskom dijelu rada deduktivno prikazati pojmovna obilježja poduzetništva do žena poduzetnica. Dakle, potrebno je definirati pojmove, te dodatno pojasniti osnovne pojmove obuhvaćene obimom poduzetništva i žena poduzetništva kao primjerice pojmove korporacijsko poduzetništvo, te poduzetnik.
U praktičnom dijelu rada prikazati rezultate provedenog istraživanja o ženama u poslovnom svijetu.

Preporuka:

Rad obraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta u Rijeci.

Zadano: 09.02.2018. **Predati do: 15.07.2018.**

Mentor:
mr. sc. Antonija Mihaljević, predavač

Pročelnik odjela:
mr.sc. Marino Golob, predavač

Zadatak primio dana: 09.02.2018.

Jelena Bilobrk.
(Ime i prezime studenta)

Dostavlja se:
- **mentoru**
- **pristupniku**

I Z J A V A

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom **ŽENE PODUZETNICE** izradila samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora **mr. sc. Antonije Mihaljević**.

Jelena Bilobrk

Jelena Bilobrk

Sažetak

O samom pojmu tržišta rada i njegovoj strukturi u literaturi se posvetilo puno pažnje, ali nedostatno o relevantnim elementima istog, poput položaja žene na tržištu rada, koji zbog određene razlikovnosti u odnosu na položaj muške radne snage predstavlja kompleksnu situaciju. Žene još uvijek prevladavaju u ekonomski neaktivnom stanovništvu, manje zarađuju te je još uvijek prisutna podjela na tradicionalno muška i tradicionalno ženska zanimanja. Sukladno navedenome, položaj žena u odnosu na muškarce je još uvijek u znatno lošijoj poziciji, što stvara potrebu za proučavanjem mogućnosti za proširivanjem i otvaranjem prostora za fleksibilnost njihova zapošljavanja. Ženska kreativnost i poduzetnički potencijal su nedovoljno iskorišteni izvor gospodarskog rasta i novih radnih mjesta te se nameće nužnost njegova daljnjeg razvijanja. Poticanje žena da ulaze u poduzetničke vode ne samo da će donijeti svježe i kreativne ideje, nego će i ojačati ulogu žena u društvu i stvoriti nove izvore blagostanja i radnih mjesta.

Ključne riječi: poduzetništvo, žena, tržište, poduzetnički potencijal.

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Poduzetništvo 3
2.1. Poduzetnik 4
2.2. Oblici poduzetništva s pogleda akademske discipline 4
2.3. Korporacijsko poduzetništvo, poduzetničke namjere i zapošljavanje žena u poduzetništvu 7
3. Žene u poduzetništvu 9
3.1. Definicije poduzetnica u različitim zemljama 10
3.2. Žene i muškarci u poduzetništvu 13
4. Istraživanje o ženama u poslovnom svijetu 16
4.1. Rezultati istraživanja 18
5. Žene poduzetnice u svijetu i Hrvatskoj 25
6. Zaključak 31
Literatura 34
Popis tablica 35
Popis grafikona 35

1. Uvod

Zbog uloge koja stoljećima po društvenim shvaćanjima pripada ženi, u današnjem svijetu se i dalje pri promatranju rodnih karakteristika tržište stavlja u patrijahalni sustav vrijednosti, prema kojemu se ženu promatra kao nositeljicu privatne sfere, a zbog čega je njezino vrednovane na tržištu rada diskriminirajuće u odnosu na muškarce. Takvo pristupanje doprinijelo je znatno manjem broju zaposlenih žena u ukupnom broju zaposlenih te rezultiralo negativnom činjenicom da, iako je broj žena i muškaraca na tržištu rada izjednačen, žene se susreću s brojnim problemima i poteškoćama kako na radnom mjestu tako i u poduzetničkim vodama. Žene u poduzetničkom sektoru postaju novi pokretači razvoja nacionalnih gospodarstava što znatno utječe i na konkurentnost određenog gospodarstva.

Sukladno problematici istraživanja, određen je problem istraživanja: iako je poduzetništvo koncept koji je zastupljen u svim ekonomijama svijeta još uvijek se nedovoljno pozornosti, znanja i saznanja posvećuje ženama poduzetnicama.

Nepoznavanje žena poduzetnica i njihovog utjecaja na poduzetništvo nameće predmet istraživanja. Iz navedene problematike može se postaviti predmet istraživanja: istražiti i analizirati značaj žena poduzetnica.

Svrha istraživanja podrazumijeva istražiti specifičnosti žena poduzetnica te predočiti rezultate istraživanja.

Cilj istraživanja je uočiti ulogu žena poduzetnica u gospodarstvu.

Rezultati istraživanja u ovom završnom radu prezentirani su u pet tematski međusobno povezana dijela koji zajedno obrađuju temu **Žene poduzetnice.**

U prvom dijelu, **Uvodu**, obrazloženi su problem, predmet istraživanja, prezentirane svrha i ciljevi istraživanja te obrazložena struktura rada.

Drugi dio ima naziv **Poduzetništvo.** U njemu se obrađuju poduzetnik, oblici poduzetništva s pogleda akademske discipline i korporacijsko poduzetništvo, poduzetničke namjere i zapošljavanje žena u poduzetništvu.

Žene u poduzetništvu naslov je trećeg dijela. U njemu je više riječi o definiciji poduzetnica u različitim zemljama, ženama i muškarcima u poduzetništvu te staklenom stropu.

Žene poduzetnice u svijetu i Hrvatskoj, naslov je četvrtog dijela rada.

U posljednjem petom dijelu, **Zaključku**, dana je sinteza rezultata istraživanja i spoznaja do kojih se došlo u istraživačkom radu.

2. Poduzetništvo

Neki su ekscentrici, drugi besprijekorni konformisti, neki su debeli, drugi mršavi; neki su zabrinuti, drugi opušteni; neki su teške pijanice, drugi potpuni trezvenjaci; neki su ljudi izuzetna šarma i topline, drugi nemaju osobnost veću od smrznute skuše, što je nekoć izjavio, jedan od najutjecajnijih mislioca na području menadžmenta, Peter Drucker. Pojam poduzetništvo dolazi od riječi poduzeti što znači da se ne čeka da se nešto dogodi samo od sebe nego je potrebno odmah krenuti u akciju poduzimanja određenih ciljeva. Poduzetnik je osoba koja kreće u akciju, poduzima određene pothvate i pri tome svjesno preuzima neizvjesnost i rizik, što bi značilo da poduzetnik snosi veliku odgovornost prema onome u što ulaže, kako novac, tako i vrijeme i trud. „Poduzetništvo je proces u kojem se stvara nešto vrijedno skoro ni iz čega “ (prof. Jeffry A. Timmons, SAD)

Definicija poduzetnika uključuje preuzimanje inicijative, organiziranje i reorganiziranje društvenih i ekonomskih mehanizama i resursa u praktičnom smjeru, te prihvaćanje rizika i neuspjeha. Osnovni poduzetnički pojmovi jesu (Bobera et al., 2015., 45.):

- poduzeti,
- pothvat,
- poduzetnik,
- poduzetništvo,
- poduzeće.

Poduzeti znači da se kreće u akciju u pravom trenutku, a ne da se čeka da nam se nešto dogodi samo od sebe. *Pothvati* su akcije koje na koje odgovornost snosi poduzetnik. Pri pothvatima poduzetnik također preuzima i neizvjesnost i rizik. *Poduzetništvo* se također tumači i kao praksa. *Poduzetništvo* je proces djelovanja poduzetnika u svojim ciljevima odnosno akcijama. *Poduzeće* je gospodarska, društvena, tehnička cjelina koja samostalno obavlja svoj posao kako bi se proizvela dobra i usluge koje služe za potrebe tržišta (Bobera et al., 2015., 45.).

2.1. Poduzetnik

Kako u današnjici, tako i kroz povijest, nadopunjavale su se definicije poduzetnika. Jedni od utjecajnijih ljudi koji su utjecali na poduzetnike bili su Richard Cantillon, Joseph Schumpeter i Frank Hyneman. Irski ekonomist Richard Cantillon (1680.-1734.) radio je u Francuskoj, a najčešće se u ekonomskoj teoriji spominje kao prvi teotičar poduzetnika i poduzetništva. Prijevoznici dovoze namirnice iz sela u grad, trgovci ih kupuju i prodaju građanima, svi nastoje postići što bolju cijenu, Cantillon je prvi uveo riječ poduzetnik pa je za njega poduzetnik „svatko tko prima neizvjesna primanja“ (Bobera et al., 2015., 47.). Joseph Schumpeter (1883.-1950.) austrijsko-američki ekonomist i sociolog nazvan ocem poduzetništva, naglašava da je poduzetnik inovator. Prema njemu poduzetnici stvaraju novu vrijednost, ruše postojeća tržišta, stvaraju novu potražnju i povećavaju bogatstvo. Frank Hyneman (1885.-1972.) američki ekonomski znanstvenik objavio je za života knjigu i kojoj ističe „Poduzetnik je onaj pojedinac koji preuzima rizik od kojega se nije moguće osigurati. Poduzetnik je odgovoran donositelj odluka u uvjetima nesigurnosti“ (Bobera et al., 2015., 48.).

2.2. Oblici poduzetništva s pogleda akademske discipline

Znanstvena disciplina, područje ili predmet ima posebnu širinu, a to je pregled objekata, uzroka i efekata u stvarnom svijetu koji su predmet istraživanja pa je tako i poduzetništvo povezano s ekonomskim efektima koji su ograničeni i kvalitetom poduzetnikovog menadžera.
Druga disciplina odnos se na skup onoga što čini znanje kao primjer, a može navesti one stvari koje se nalaze u knjigama. Srž treće discipline se manifestira u zahtjevu da teorijski sustav treba objasniti uzrok, posljedicu ili motivaciju za djelovanje.

Različite paradigme veoma često imaju svoju metodologiju pod kojim podrazumijevamo set pravila o tome kako pravila moraju biti realizirana. Jasno je da discipline mogu biti povezane i sa filozofskom perspektivom koja kazuje da je svijet materijalan i da sve posljedice imaju poseban uzrok tako da svaki poduzetnički poduhvat ima

svoje vlastite specifične karakteristike i povijest te je zbog toga zavisan. Šesti oblik, internacionalni sustav. Otkriće novog znanja je strukturirana ljudska aktivnost. U procesu integracije pojedinac koristi ideje i saznanja nastalih iz drugih područja. U tom kontekstu posebno treba istaknuti područje društvenih znanosti. U sklopu društvenih znanosti možemo istaknuti i područje poduzetništva čije proučavanje neminovno zahtijeva znanja iz područja ekonomije, psihologije, menadžmenta, sociologije, antropologije, tehnologije i sl.

Šest oblika poduzetništva kao akademskih disciplina, prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 1. Šest oblika poduzetništva

OBLIK DISCIPLINE	GENERALNA POVEZANOST SA:	SPECIFIČNOST PODUZETNIČKIH ISTRAŽIVANJA
ŠIRINA FENOMENA	Predmetima, uzrocima i posljedicama (ili motivacijama i akcijama) koje disciplina pokušava objasniti	Poduzetnik kreira novo bogatstvo
ZNANJE	Ključnim shvaćanjima o disciplini koje se smatra istinitom	Utvrđivanje pogrešaka u shvaćanju poduzetništva, koje su napisane u akademskim udžbenicima i člancima u časopisima, a koja su podržali poduzetnici i osobe s njima u interakciji
TEORIJSKI SUSTAV	Okvirom kojim se objašnjava uzročno-posljedična povezanost ili motivacija za rad	Izvučena su iz ekonomske, strateške, psihološke, sociološke i antropološke teorije
METODOLOGIJA	Općenito prihvaćenim pravilima koja istraživanja usmjeravaju novim znanjima u sklopu discipline	Pozitivistička i antipozitivistička
FILOZOFSKA PERSPEKTIVA	Pogledom na svijet koji podupire i koji usmjerava sve moralne i etičke tvrdnje koje proizvodi	„Poduzetništvo donosi korist i kao takvo treba biti ohrabrivo“ NASUPROT „Poduzetništvo reducira čovjekovo blagostanje te bi trebalo biti obeshrabrivo ili suzbijano“.
INSTITUCIONALNI SUSTAV	Čovjekovom reorganizacijom u sklopu društvenog i ekonomskog sustava koja koordinira istraživanje novih znanja u okviru discipline	Kreiranje znanja, njihova koordinacija i transfer kroz učenje i istraživanje na sveučilištima, konzultantskim tvrtkama i kroz mrežu veza između praktičnih poduzetnika i osoba koje ih podržavaju.

Izvor: samostalno izradila autorica rada prema Bobera et al., 2015., 51.

2.3. Korporacijsko poduzetništvo, poduzetničke namjere i zapošljavanje žena u poduzetništvu

Zadatak poduzetnika je uhvatiti svaku novu priliku, ulaze u tržište nudeći nove proizvode. Namjere poduzetnika zahvaćaju motivacijske čimbenike koji utječu na ponašanje. Čimbenici pokazuju koliko su napora spremni uložiti da ostvare svoj cilj. Što je jača namjera za postupanjem, to je veća vjerojatnost za njezinim postignućem.u poduzetničkom procesu samopouzdanje je jako bitno, ono se odnosi na uvjerenje osobe da može kompetentno i uspješno djelovati te utjecati na događaje koji određuju njen život. Visoko samopouzdanje u sebe često dovodi do boljih rezultata.

U posljednje vrijeme došlo je do znatnog porasta samozapošljavanja žena, pri čemu one kreću u nove pothvate i češće od muškaraca. U SAD-u žene pokreću dvostruko više poslova od muškaraca te dulje ostaju u njima (Pavlek, Klopotan, Latin, 2015., 228.). Poduzetnice, te njihove karakteristike razlikuju se po svojim profesionalnim iskustvima, poslovnim vještinama, motivaciji za rad. Žene i muškarci poduzetnici se razlikuju po mnogočemu. Muškarci su često motivirani poticajem za kontrolu vlastite sudbine, što često proizlazi iz neslaganja sa šefovima ili osjećaja da bi oni mogli bolje upravljati, za takve situacije može se reći da je to zbog njihova ega. Žene su često motivirane potrebom za postignućem koja proizlazi iz frustracije prethodnih iskustava u kojima im nije bilo dopušteno djelovanje niti napredak. Muškarci kod financiranja spominju osim osobnih iskustava i izvore kapitala (ulagači, bankovni ili privatni zajmovi), dok žene spominju samo osobnu imovinu ili uštedevinu. Obje skupine imaju iskustvo iz područja pothvata. Muškarci češće imaju iskustvo u proizvodnji, financijama, ili tehničkim područjima, dok žene imaju administrativno iskustvo na razini srednjeg menadžmenta (Bobera et al., 2015., 53.).

Može se zaključiti da je podrijetlo poduzetnika i poduzetnica priliči jedno drugome. Muškarci jako često studiraju na područjima tehničkih znanosti ili poslovanja dok za žene možemo reći da najčešće studiraju u području humanističkih znanosti. Kada se obrati pozornost na prirodu posla, žene će se najčešće usuditi pokrenuti posao najprije u uslužnom sektoru kao što su npr. trgovina na malo, odnosi s javnošću ili edukacija. Muškarci pokreću

najprije poslove kao što su građevina ili područje visoke tehnologije. Kada bi se sagledali rezultati poduzetnika i poduzetnica, može se reći da rezultiraju time da žene imaju zaradu češće nego muškarci. Navedeno je prikazano u slijedećoj tablici.

Tablica 2. Karakteristike poduzetnika i poduzetnica

Karakteristike	**Poduzetnici**	**Poduzetnice**
Motivacija	Postignuće - težnja da se stvari obnove Osobna neovisnost- slika o samome sebi koja se odnosi na status na temelju uloge u koropraciji je nevažna Zadovoljstvo-proizlazi iz želje za kontrolom	Postignuće - ostvarenje cilja Neovisnost - uradi sam
Točka posla	Nezadovoljstvo trenutačnim poslom Sporedna uloga na fakultetu, na trenutačnom poslu ili nadrastanje Odlazak ili otpuštanja Prilika za stjecanje	Frustracija poslom Zanimanje i prepoznavanje prilike u tom području Promjena osobnih okolnosti
Izvori financija	Osobna imovina ili ušteđevina Bankovno financiranje Ulagači Zajmovi od obitelji ili prijatelja	Osobna imovina ili ušteđevina Privatni zajmovi
Podrijetlo znanja	Iskustvo u tom poslu Privatni stručnjak ili osoba koja je dosegla visoku razinu postignuća u tom području Sposoban na raznim poslovnim funkcijama	Iskustvo u tom poslovnom području Iskustvo u srednjem menadžmentu ili administrativnoj razini na tom području Profesionalno podrijetlo vezano uz usluge
Karakterne osobine	Tvrdoglav i uvjerljiv Orijentiran prema cilju Inovativan i idealističan Visoka razina samopouzdanja Entuzijastičan i energičan Mora biti svoj šef	Fleksibilna i tolerantna Orijentirana prema cilju Kreativna i realistična Srednja razina samopouzdanja Entuzijastična i energična Sposobna da se nosi s društvenim i gospodarskim okruženjem
Podrijetlo	Dob pokretanja pothvata: 25-35 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovan- diploma z ekonomije ili tehničkog područja (obično inženjerskog) Prvorođeno dijete	Dob pokretanja pothvata: 35-45 Otac je bio samozaposlen Fakultetski onrazovana- diploma iz humanističkih znanosti Prvorođeno dijete
Potporne supine	Prijatelji, profesionalni suradnici (odvjetnici, računovođe) Poslovni suradnici supruga	Bliski prijatelji Suprug Obitelj Žene profesionalne grupe Trgovačka udruženja
Vrste pokrenutog poslovanja	Proizvodnja ili građevina	Uslužna-edukacija, savjetovanja ili odnosi s javnošću

Izvor: samostalno izradila autorica rada prema Bobera et al., 2015., 53.

3. Žene u poduzetništvu

U proteklih dvadesetak godina u razvijenom svijetu poduzetništvo žena jača što je usko povezano s demokratizacijom društva, točnije, s izjednačavanjem muških i ženskih prava, prije svega prava na obrazovanje. Šezdesetih godina prošlog stoljeća jedva je pet posto žena bilo među magistrima znanosti, a danas žene čine između 40% i 50% prolaznika specijaliziranog poslijediplomskih poslovnih programa. Prema nekim statistikama žene u Europi pokreću ili su pokrenule svaki četvrti novi posao. Poduzetništvo žena potrebno je promatrati u cjelini eko-sustava poduzetništva imajući na umu da je rodna ravnopravnost temeljna vrijednost Europske unije još od Rimskog ugovora iz 1957. godine. Postoje mnogobrojna istraživanja koja dokazuju kako rodna ravnopravnost utječe značajno na gospodarski i društveni razvoj te da postoji neupitna korelacija između poduzetničke aktivnosti, radne i upravljačke zastupljenosti žena i rasta BDP-a. Žene u današnjem društvu čine 50% svih potrošača i donose preko 50% svih odluka o kupnji, nabavci i potrošnji. Poslovne žene primjenjuju upravljačka znanja koja se u obično tumače kao učinkoviti tj. praktični stil menadžmenta. Žene čine 50% intelektualnog potencijala, a prevladavaju u djelatnostima prava, medicine, obrazovanja, zdravstva i medina, no sve ih je više u politici i poduzetništvu.

Današnja je žena osposobljena za nove tehnologije, inženjerstvo i razvoj i istraživanje i inovacije, ali jednako tako ulaže veliki trud u energiju u trajne obiteljske i društvene vrijednosti, zaštite prirode i okoliša, očuvanje starih znanja, ekološku i zdravu prehranu i sl. (Ružić, Perušić, 2014., 101.). Žene su prepoznate po posebnom odnosu prema činjenicama prilikom donošenja odluka, a iznimno su sposobne prepoznati rizike i stvoriti više scenarija za rješavanje jednog problema. Treba istaknuti kako poduzetnice posebno ističu potrebu jačeg umrežavanja žena na svim razinama te razmjenu informacija, znanja i vještina. Poduzetnice naglašavaju da poduzetnički pothvati žena zaslužuju potpore državnih, regionalnih i lokalnih vlasti, međunarodnih organizacija i projekata, te ih je potrebno posebno izdvojiti, pomagati im i mjeriti njihove učinke.

Prema podacima Financijske agencije žene vlasnice tj. osnivači trgovačkih društava od 2010. do 2014. godine pokazuju rast u ukupnom broju gospodarskih trgovačkih subjekata te u odnosu na kriterij većinskog vlasništva trgovačkih društava dosegnule su udio od 21%. Stanje obrtima je takvo da se bilježi rast osnivanja, ali i pad broja obrta zbog zatvaranja, međutim obrtnice zadržavaju udio oko 33% u ukupnom broju obrta (Keser, 2016., 12.).

Prema istraživanjima koje je u svojoj knjizi Keser istaknula zna se da pojedine poduzetnice i obrtnice imaju dva ili više gospodarskih subjekata u vlasništvu, pravni subjekti osnivaju druge pravne subjekte ili fizičke osobe osnivaju pravne subjekte itd. Podataka od broju zaposlenih žena kod poduzetnika i poduzetnika nema. Prema radnom kriteriju se ne vode podaci o osnivanjima, aktivnim subjektima, stečajevima, i likvidacijama i ugašenim gospodarskim subjektima, poduzetnicima u ruralnim, otočnim i kršnim prostorima. Poslovnih financijskih informacija nema za obrtnice, zadružne poduzetnice, samostalne djelatnosti te slobodna zanimanja. Nije moguće napraviti analizu dinamike poduzetništva žena, pouzdanu analizu njihove prostorne raspoređenosti te učinka na poduzetnički kapacitet regija. Izuzev pojedinačnih uspješnih poduzetnica u istraživanje, razvoj i inovacije. U financiranju poduzetnice izložene istim i dokazanim preprekama u financiranju malog gospodarstva uz dodatnu teškoću koja se odnosi na vlasništvo (Keser, 2016., 15.).

3.1. Definicije poduzetnica u različitim zemljama

Kako bi se obavilo statično i analitičko praćenje poduzetništva žena potrebno je riješiti temeljno metodološko pitanje definicije žene u poduzetništvu. U tablici 3. biti će prikazane definicije žena u poduzetništvu odabranih članica EU i Armenije

Tablica 3. Definicije žena poduzetnica

NJEMAČKA Nema službene definicije žene poduzetnice. U općoj uporabi definicija prema kojoj poduzeće u vlasništvu žene ono u kojemu žena ima više od 50% dionica. U široj definiciji koristi se „jedinstvo između vlasništva i upravljanja kontrole“ što znači da žena treba biti u velikoj mjeri uključena u upravu poduzeća.	
IRSKA Definicija koja je izradila Enterprise Ireland, vladina Agencija za izvoznike. Agencija daje podršku start-up poduzećima, a ovlaštena je tzv. High Potencial Start Up tj (skraćeno engl. HPSU). poduzeća s visokim potencijalom rasta. To su poduzeća koja mogu proizvesti mjerive i autohtone inovativne tehnologije, proizvode ili usluge za prodaju na svjetskom tržištu. Za analitičke/statističke potrebe kada se definira da li su HPSU poduzeća, a koja imaju odobrenje (FDA, CE), poduzeća žena poduzetnica određeno je sljedeće: -žena je izvršna direktorica (CEO) -žena je osnivač i sudjeluje u višem Upravnom tijelu poduzeća (mjesto višeg menadžera/upravitelja, osoba koja ima velik udio u partnerstvu) -žena je osnivač i ima značajan udio (kako se ovdje radi o ulaganju u start up poduzeća s visokim potencijalom rasta, vjerojatno je da će ulaganjima sudjelovati velik broj investitora te Agencija prizna 10% dioničkog udjela žena ukoliko takav udjel ima značajan utjecaj na poslovanje)	
ČEŠKA Poduzetnik se definira kao poslodavac i radnik za vlastiti račun. Statistički podaci se dobivaju od službenog Statističkog ureda. Podaci se prikupljaju iz Istraživanja radne snage koje se provodi u svim češkim okruzima tijekom cijele godine. Glavni cilj je prikupiti temeljne informacije o stanju na tržištu rada te omogućiti analizu iz različitih područja, napose gospodarske analize (uključujući gospodarski status), socijalne i demografske analize.	
ARMENIJA Nacionalni razvojni centar za malo i srednje poduzetništvo (skraćeni naziv SME DNC) odredio je sljedeću definiciju: a) Registrirano poduzeće s više od 60% žena u glavnoj upravi (poduzeća kojima upravljaju žene) b) Registrirano poduzeće s više od 50% vlasništva žena	

(poduzeća u vlasništvu žena) ili c) Registrirano poduzeće s više od 50% zaposlenika žena (poduzeća sa zaposlenim ženama)	
MAĐARSKA Žena je poduzetnica ako ispunjava sljedeće uvjete: - Jedna ili više žena ima u vlasništvu najmanje 51% kapitala poduzeća ili su registrirane kao vlasnice tog poduzeća i žena upravlja tim poduzećem Definicija je sukladna nekada važećoj Uredbi o skupnim izuzećima, ali nije uvedena u Mađarske zakone ili dokumente.	
ITALIJA Za korištenje financijskih potpora (pomoći) koristi se definicija iz Zakona „Pozitivna akcija za poduzetništvo žena“: - Registrirana zadružna društva koja je osnovalo najmanje 60% žena - Registrirana poduzeća čije su dionice u vlasništvu najmanje dvije trećine žena čija je uprava sastavljena od najmanje dvije trećine žena - Registrirani pojedinačni subjekt kojim upravlja žena u djelatnostima industrije, obrta, poljoprivrede trgovine, turizma i usluga.	
CIPAR - Poduzeće u vlasništvu žene koja posjeduje najmanje 50+% dioničkog kapitala tog poduzeća i žena je direktorica - Samozaposlena žena koja upravlja vlastitim poduzećem	
ŠVEDSKA U uporabi je sljedeća definicija poduzetnica: Rukovoditelj/upravitelj poslovnih aktivnosti/djelatnosti- osoba koja upravlja svakodnevnim poslovanjem i koja je odgovorna za dnevno donošenje odluka (može se zaključiti kako definicija znači trajno i stalno upravljanje poslovanjem, a ne povremeno i privremeno	
PORTUGAL Statički podaci o poduzetništvu žena objavljeni su na internetskoj stranici Središnjeg statističkog ureda. Prema Nacionalnom institutu za statistiku i statistici zaposlenosti, od 2008. glavni je cilj prikupiti službene informacije o stanju na tržištu rada i omogućiti različite analize posebno socijalnu, u odnosu na jednakost spolova, demografije i gospodarske analize. Poduzetnik se definira kao samozaposlena žena ili samozaposleni muškarac i	

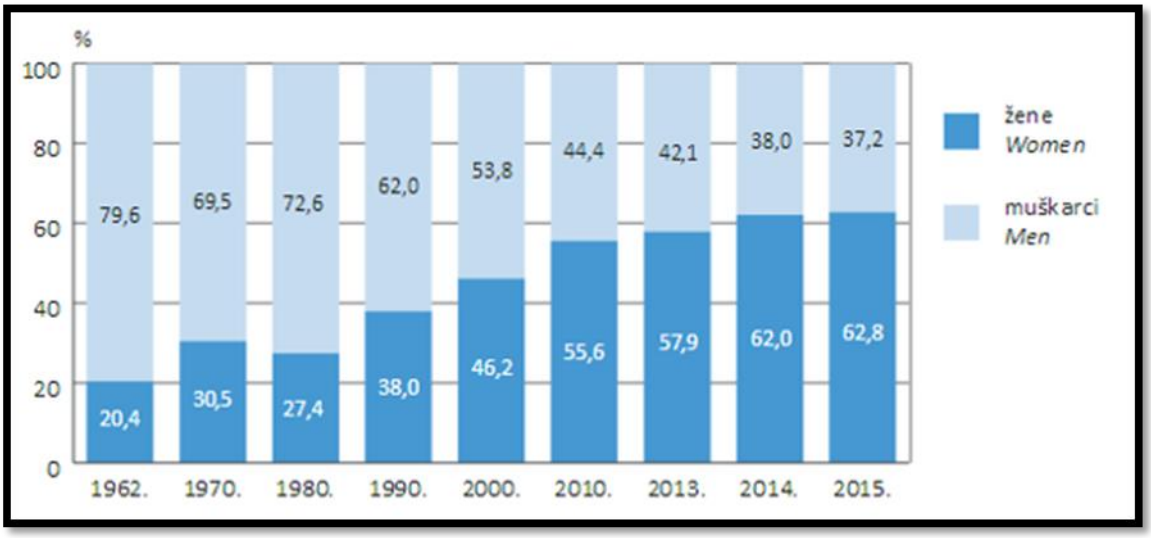
samozaposleni kao poslodavac. Povjerenstvo za građane i rodnu jednakost žene poduzetnice definira uz sljedeće uvjete: poduzetnica ima u vlasništvu, izravno ili neizravno, dionice koje su jednake ili premašuju 50% glavnice (temeljnog kapitala) u dvije godine i poduzetnica ima izvršno mjesto/funkciju u poduzeću i zadržala ga je najmanje dvije godine po završetku projekta.	
ŠPANJOLSKA Nema službene definicije žena poduzetnica. Poduzeće u kojemu žena ima udio veži od 50% smatra se subjektom žene poduzetnice.	
GRČKA Institut za malo i srednje poduzetništvo određuje žene poduzetnice kao one koje imaju izravnu kontrolu nad glavnim strateškim odlukama o poslovanju te imaju u vlasništvu najmanje % poduzeća (preuzeta definicija OECD). Centar za rodnu jednakost grčke Konfederacije za trgovinu i poduzetništvo primjenjuje širu definiciju kojom su obuhvaćene sve žene poduzetnice koje se bave poslovnom djelatnosti ne uzimajući u obzir OECD-ova ograničenja u definiciji. Stoga centar ne pruža usluge samo ženama u poduzećima s jednim vlasnikom i koje imaju % vlasništva tog poduzeća, nego i svim ženama koje su uključene u svakodnevno upravljanje poslovanjem poduzeća.	
BELGIJA Belgijska Agencija ESF je provodila istraživanje o poduzetništvu žena u kojemu je korištena opća definicija poduzetništva temeljena na međunarodnoj klasifikaciji statusa u zaposlenosti ILO (Međunarodna organizacija rada). Smatra se da je poduzetnik osoba koja je 1)samozaposlena ili 2) kao zaposlenik i član obitelji istražuje s voditeljem poslovanja poduzeća.	

Izvor: samostalno izradila autorica rada prema: Keser, 2016., 21.

3.2. Žene i muškarci u poduzetništvu

Iako su žene većina u svjetskoj populaciji, one su u sferi poduzetništva manjina, zbog socijalnog, ekonomskog i političkog nepovoljnog položaja u odnosu na muškarce. Žene obavljaju dvije trećine posla u svijetu, no privređuju svega jednu desetinu svjetskog dohotka, a posjeduju manje od jedan posto svjetskih dobara. Nejednakost zbog spola na tržištu rada i poduzetništva, povezane su s nejednakim mogućnostima za obrazovanje i usavršavanje, što se dalje proteže na to koliko žene sudjeluju u poslu, na njihov izbor zanimanja i mogućnosti napredovanja. Promjena socijalnih paradigmi radikalno je promijenila i ravnotežu moći između žena i muškaraca kako u društvu uopće, tako i u poduzetništvu.

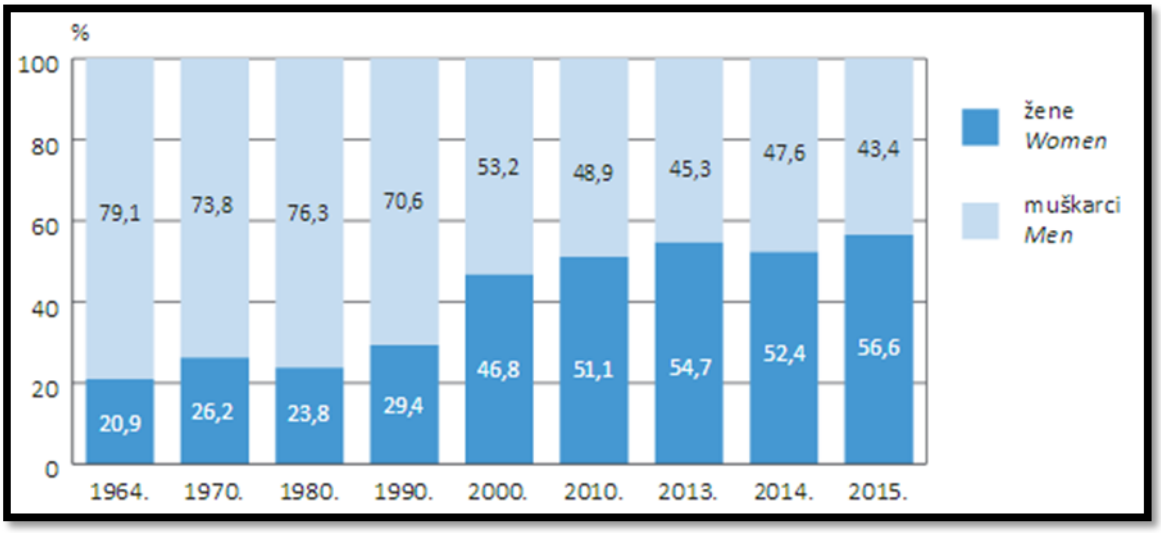
Grafikon 1. Žene i muškarci magistri znanosti, magistri i sveučilišni specijalisti



Izvor: DZS, 2016.

Ukoliko se analizira odnos između muškaraca i žena po obrazovanju od magistra znanosti, magistra i sveučilišnih specijalista pa do doktora znanosti dobiju se podaci koji idu u korist žena. Na slijedeća dva grafikona prikazani su odnosi i razlike između muškaraca i žena u obrazovanju od 2010 do 2015 godine prema podacima DZS.

Grafikon 2. Žene i muškarci doktori znanosti



Izvor: DZS, 2016.

4. Istraživanje o ženama u poslovnom svijetu

Predmet istraživanja su stavovi o ženama u poslovnom svijetu.

Opći cilj istraživanja je utvrditi stavove o ženama u poslovnom svijetu, a posebni ciljevi su istražiti mišljenja o ženama kao nadređenima u poslu, uočiti razmišljanja o angažmanu žena u odnosu na muškarca na poslu i istražiti stavove o ambicioznim ženama na poslu, odnosno utvrditi da li se ambicioznost žena na poslu odobrava i smatra poželjnom ili ne, te istražiti razloge odobravanja i/ili neodobravanja ambicioznosti žena na poslu.

Metoda istraživanja je anketni upitnik koji se sastoji od osam anketnih pitanja. Anketa sadrži dva dijela. Prvi dio ankete odnosi se na spol i dob ispitanika. *Spol i dob* postavljeni su kao pitanja kako bi mogli se postigli što uvjerljiviji rezultati. Drugi dio ankete odnosi se na pitanja o ženama kao poduzetnicama. Istraživanje o ženama poduzetnicama započelo je pitanjem *Da li bi htjeli imati ženu za šefa?,* drugo pitanje glasilo je *Tko se više angažira na poslu?*, slijedi pitanje, *Da li žena gubi svoje poželjne karakteristike (brižne majke, supruge) ako iskaže ambiciju, autoritet, samopouzdanje i kompetentnost?*, zatim, *Da li žene moraju biti ravnopravne s muškarcima?*, sedmo pitanje glasilo je *„Zašto mislite (ako mislite) da žene imaju manja prava nego muškarci kada je u pitanju poduzetništvo,* te kao zadnje u kojemu je bilo mnogo zanimljivih mišljenja, ispitanci su iznijeli svoje stavove o tome što misle, *Zašto je uz iste kvalifikacije, manje žena na najvišim rukovodećim pozicijama.*

Istraživanje je provedeno online, a kao tehnička platforma za anketu je korištena verzija Google obrasci.

Uzorak ankete je slučajan, a obujam uzorka je 102 ispitanika. Ispitanici su osobe različitih zanimanja i poslova koje obavljaju, te nezaposleni.

Svrha istraživanja je naglasiti važnost stalnog proučavanja žena na različitim poslovima kako bi se doprinijelo stalnom poboljšanju i napretku u stavovima o ženama u poslovnom svijetu.

Kao i kroz prošlost tako i danas no mnogo rjeđe nailazimo na diskriminaciju žena. Zbog toga važno se je upoznati i sa pojmom „Stakleni strop“. Više nije upitno mogu li žene biti jednako dobre u rukovođenju poduzetničkih poslova kao i muškarci jer je dokazano da su u gotovo svim aspektima vođenja i upravljanja žene jednako dobre kao i muškarci ili čak bolje. Stoga je postalo jasno da treba redefinirati pojam moći i pojam vođenja kako bi se uobičajeni način vođenja – kojem su u prošlosti bili skloni muškarci - prestao promatrati kao jedini mogući što

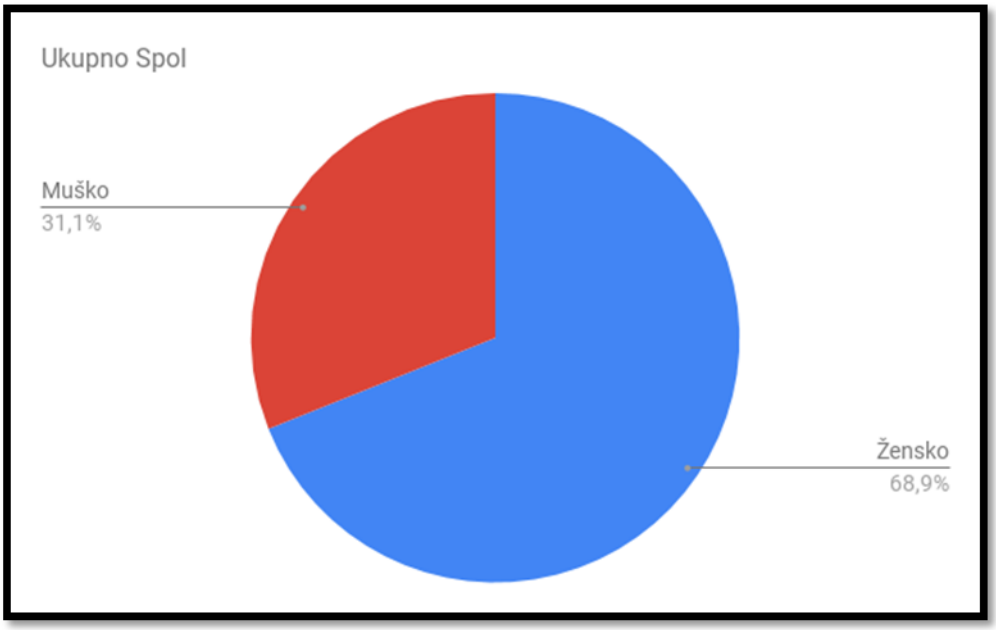
dokazuje i rezultat ankete. Razlog zbog kojeg se žene smatraju nedovoljno dobrima može ležati u stereotipnim poimanjima te svjesnim ili nesvjesnim predrasudama prema ženama na rukovodećim položajima, što dovodi do tzv. fenomena staklenog stropa - razine u organizaciji do koje žena može napredovati, nakon čega je daljnje uspinjanje u hijerarhiji teško ili nemoguće. Velik broj istraživanja pokazao je da se položaj žena u poduzetništvu tako i u menadžmentu mijenja te da se uz opće društvenu promjenu kao i niz instrumenata kao što su na primjer kvote za žene mijenja i svijest o sposobnostima žena u poduzetništvu. Sastavni dio ovog rada čini i anketa koja je potvrdila pozitivne trendove u promjeni fenomena staklenog stropa i percepciji sposobnosti žena u poduzetništvu, čija se konkretna sveobuhvatna primjena tek očekuje.

„Stakleni strop“ pojam je koji se koristi kada se govori o sprječavanju napredovanja žena na više hijerarhijske razine na radnom mjestu. Razvojem društva mijenja se i položaj žena u društvu, koje postaju sve obrazovanije i koje žele participirati u rukovodećim poslovima. Bolje plaćena rukovodeća mjesta u većini slučajeva su dodijeljena muškim kolegama, iako obrazovane žene vrlo otvoreno iskazuju svoju ambiciju i znanje. Pitanje ravnopravnosti spolova, prava žena i njihovo mjesto u radnoj okolini postaje izrazito aktualno za cjelokupan društveni život (Nedović, Ivanković, Mišćević, 2015., 91. – 98.).

Svrha istraživanja je utvrditi koliko su ljudi upoznati s tematikom ženskog poduzetništva i problemima koje žene imaju u poslovnom svijetu. Rezultati istraživanja upućuju na zaključak da su žene podzastupljene na visoko pozicioniranim radnim mjestima u sustavu znanosti na odabranom fakultetima, što ukazuje na potrebu ozbiljnijeg shvaćanja tog problema kao i preispitivanje uloge žena u poslovnom okruženju. Iako postoje mali pomaci, kako razmišljanjem tako i praksom. Neosporno je da žene danas vrlo teško probijaju stakleni strop, odnosno nevidljive barijere koje sprečavaju njihov napredak u poslu. Zbog toga odlučeno je izraditi anketu u kojima je sudjelovalo ispitanika muškoga i ženskoga spola.

4.1. Rezultati istraživanja

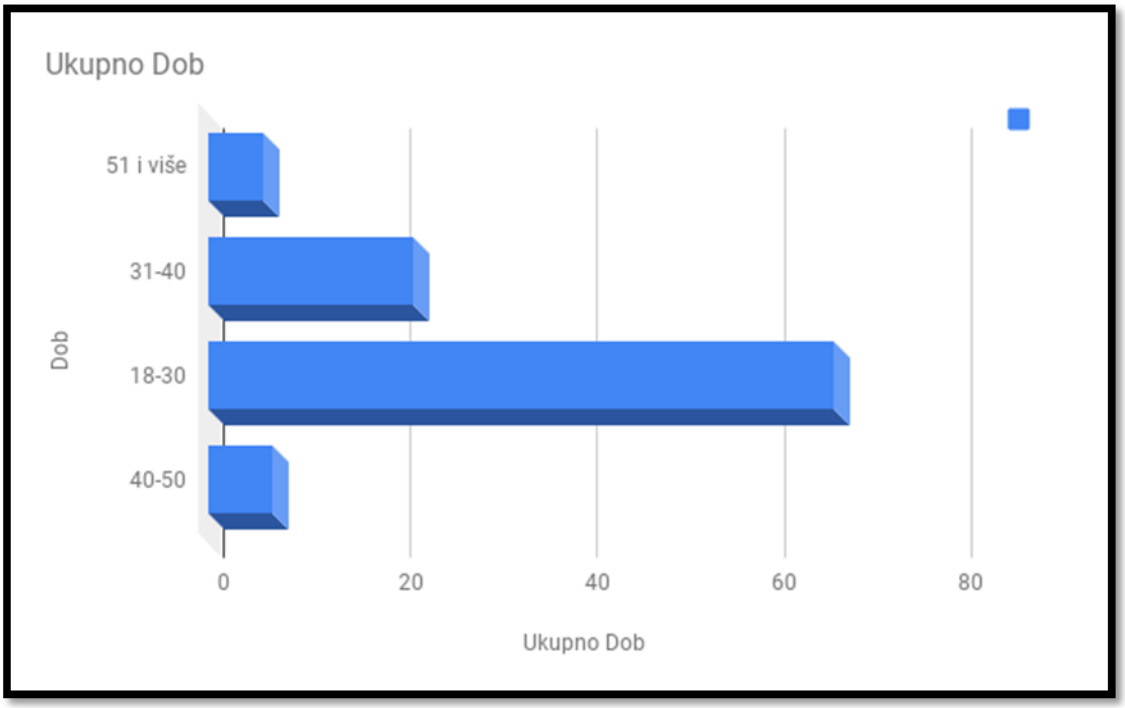
Grafikon 3. Ispitanici ankete prema spolu



Izvor: samostalno izradila autorica rada

Anketno istraživanje provedeno je na uzorku od 102 ljudi na različitim poslovnim funkcijama, kako i poduzetnicima tako i onih zaposlenih na različitim područjima posla, ali i onih nezaposlenih. Podaci su prikupljeni putem web ankete. Anketi je pristupilo najviše pripadnica ženskog spola. Gledajući u postocima i brojkama provedenoj anketi 31.1% ispitanika su muškoga spola (31 osoba), 68.9% ispitanika su ženskoga spola (71 osoba).

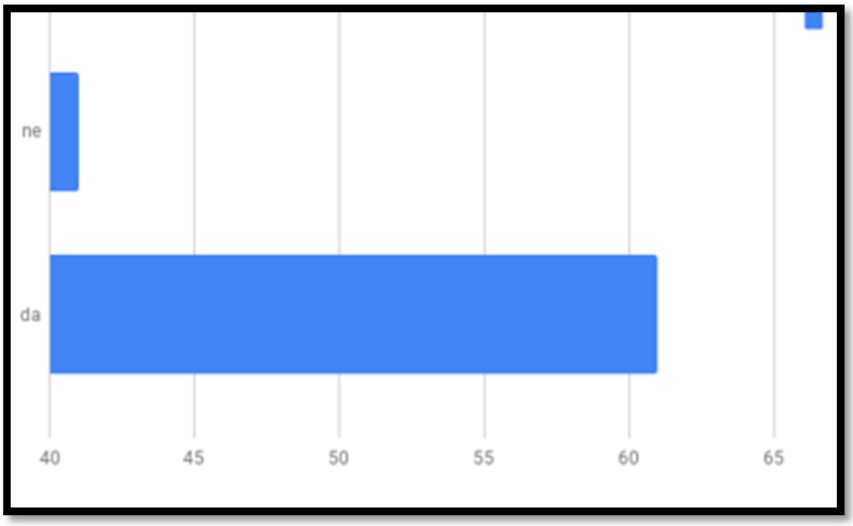
Grafikon 4. Dobna skupina ispitanika



Izvor: samostalno izradila autorica rada

Na pitanje da li bi htjeli imati ženu za šefa 59.8% ispitanika je odgovorilo potvrdno. Navedeni rezultati možda i nisu iznenađujući iz razloga što je anketi pristupilo više žena, no neovisno o tome s obzirom na određene karakteristike i osobine (veća pažnja na potencijalne opasnosti, sposobnost slušanja i sl.) koje su možemo reći urođene ženskom rodu možda više nego muškom rezultati su donijeli iskazane rezultate koji su prikazani na donjem grafikonu..

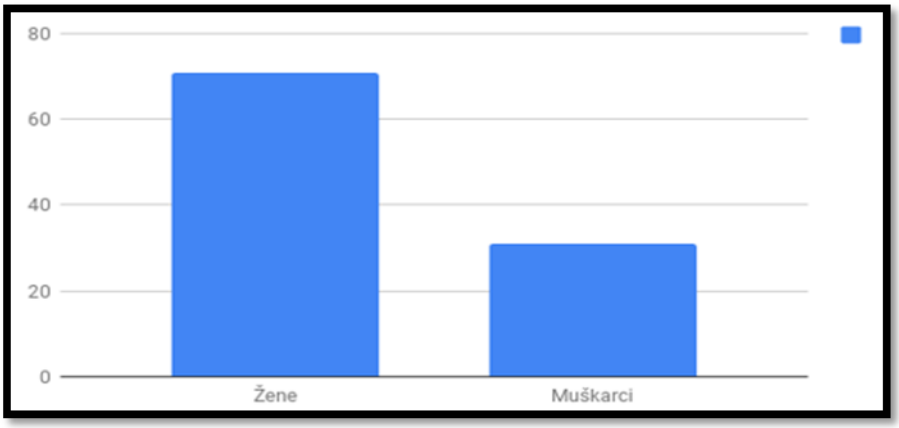
Grafikon 5. Spol nadređenog



Izvor: samostalno izradila autorica rada

Sljedeće pitanje glasilo je „Tko se više angažira na poslu?“, 69.6% ispitanika odgovorilo je da se žene više angažiraju na poslu. Kao što je i u prethodnom pitanju spomenuto, obzirom da je u anketi sudjelovalo više pripadnica ženskog spola niti ovaj rezultat nije neočekivan. Logično je da će sebe smatrati marljivijim i spretnijim u obavljanju različitih poslova iako je i dokazano da su žene emotivno izdržljivije i otpornije na frustracije kakve donosi suvremeno radno okruženje. Žene posjeduju vežu samokontrolu, nisu brzoplete i iskazuju veću stabilnost u stavovima.

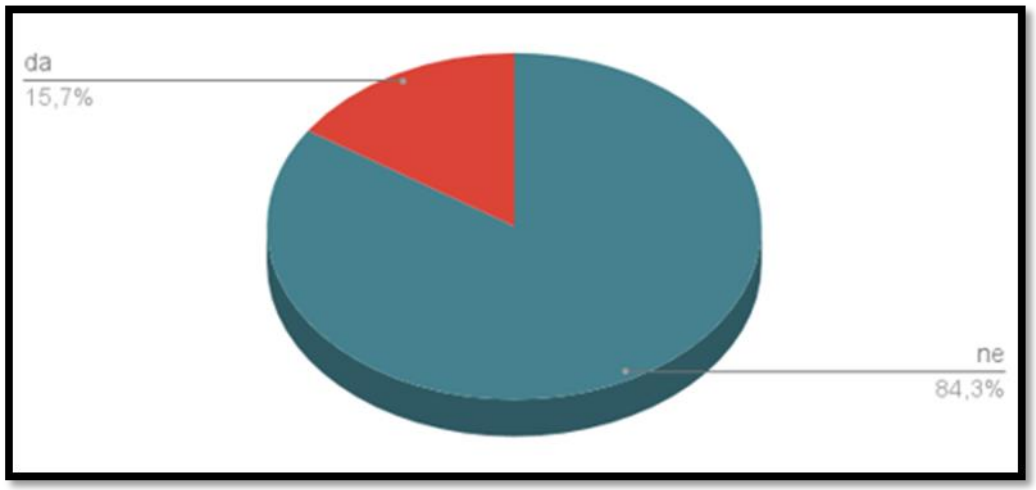
Grafikon 6. Angažman



Izvor: samostalno izradila autorica rada

Na pitanje da li žena gubi svoje poželjne karakteristike (brižne majke, supruge) ako iskaže ambiciju, autoritet, samopouzdanje i kompetentnost, potvrdno je odgovorilo samo 15,7% što nam kazuje na to da jedna poslovna žena može uz posao također posvetiti i obitelji.

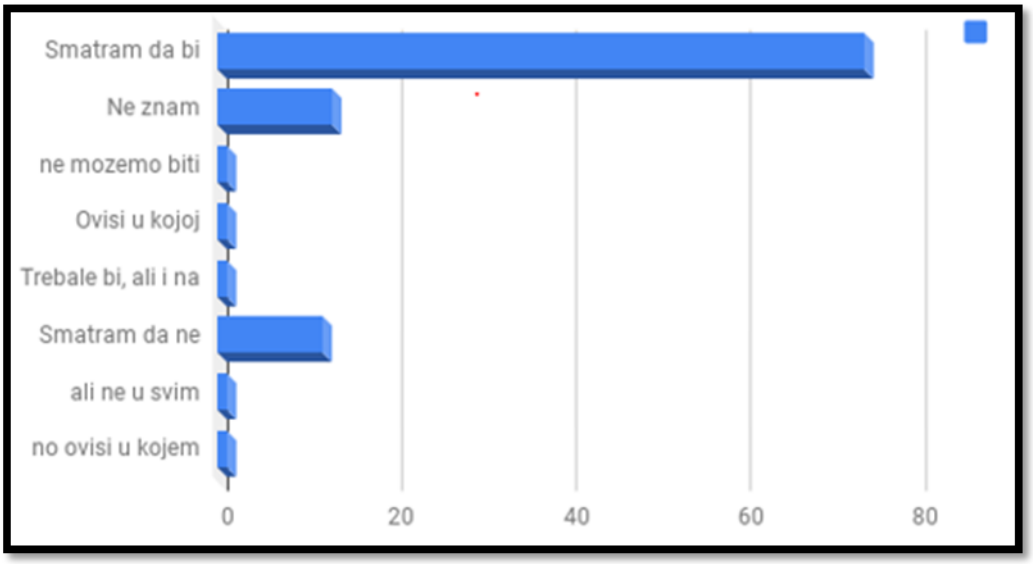
Grafikon 7. Ambicije žene



Izvor: samostalno izradila autorica rada

Kao što je vidljivo na prikazanom grafikonu na pitanje da li žene moraju biti ravnopravne s muškarcima, 70,6% ispitanika odgovorilo je da bi žene trebale biti ravnopravne s muškarcima, s obzirom na to možemo reći da većina ispitanika ima liberalno stajalište. Tek manji broj nije znalo što bi odgovorilo na postavljeno pitanje, njih 12,7%, a bilo je i onih koji se još uvijek moglo bi se reći drže tradicije i mišljenja da žene ne bi trebale biti ravnopravne s muškarcima, njih 11.8%. S obzirom da je u pitanju dodijeljena opcija „ostalo“ pet osoba iskazalo je svoje mišljenje. Čak tri osobe nadodale su kako ovisi u kojoj smo situaciji. Sljedeći odgovor i odgovor s kojim bi se većina trebala složiti glasio je da ne možemo biti ravnopravni po prirodi no to ne znači da su muškarci superiorniji ili obrnuto. I na kraju jedan pomalo i humoristični odgovor da bi žene trebale biti ravnopravne s muškarcima i na poslu i doma.

Grafikon 8. Ravnopravnost muškaraca i žena



Izvor: samostalno izradila autorica rada

Sljedeće anketno pitanje koje je glasilo: „Zašto mislite (ako mislite) da žene imaju manja prava nego muškarci kada je u pitanju poduzetništvo?“. U anketnom pitanju bilo je ponuđeno četiri odgovora. Prvi ponuđeni odgovor da muškarci imaju veći autoritet i sposobniji su voditi zahtjevnije poslove poduzeća odabralo je 23,5% ispitanika. Sljedeći ponuđeni odgovor da su neki poslovi tradicionalno muški odabralo je samo 7,8% ispitanika. Žene su prvenstveno majke, njihovo mjesto je u obitelji, a na muškarcu je da gradi svoju karijeru odgovor je kojeg je odabralo 3.9% ispitanika. Posljednja dva navedena odgovora koja je odabralo vrlo mali broj ispitanika također govori, ali i posljednji ponuđeni odgovor: „Ne mislim to, žene su itekako sposobne obavljati poduzetničke poslove.“ Koji je odabralo 64,7% ispitanika ukazuju na to da se zaista suzbija fenomen staklenog stropa.

Neobavezno pitanje u anketi u kojemu je sudjelovalo 54 ispitanika donijelo je zanimljive odgovore. Pitanje je postavljeno tako da osoba sama iznosi svoje mišljenje bez ponuđenih odgovora. Ispitanik je mogao napisati, što misli zašto je uz iste kvalifikacije, manje žena na najvišim rukovodećim pozicijama. Neki od odgovora su bili:

- ne znam (2),
- jer se žene posvete obitelji tj. djeci (2),
- jer još uvijek postoje predrasude o ženama da su manje sposobne od muških,
- neravnopravnost,

- jer se smatra da su muškarci sposobniji,
- jer smo mi tako krivo ustrojeno društvo (lagano seksističko),
- zbog tradicionalnog mentaliteta da su muškarci sposobniji i bolji govornici od žena,
- mislim da se to polako mijenja,
- možda zato šta je većini žena, obitelj ispred karijere,
- zbog predrasuda i ženi se odmah nešto prikači kao mana ili se pita šta je napravila da bi došla na veću poziciju od muškarca,
- pošto su vodeće pozicije zahtjevne isto kao rađanje i odgajanje djece, onda žena mora ne zanemariti djecu da bi bila uspješna na poslu,
- zbog takvog stava u društvu,
- zbog diskriminacije,
- zbog patrijarhata,
- ne dobiju priliku,
- zbog tradicije,
- zbog toga što muškarci kao grublji spol automatski iskazuju i veći autoritet,
- zato što smo još uvijek previše konzervativni i živimo i razmišljamo kao prije umjesto da gledamo i rastemo prema naprijed,
- zbog nepovjerenja prema ženama,
- zato što su puno muškaraca u većoj poziciji i oni guraju druge muškarce u takve pozicije,
- zbog muškog šovinizma,
- zato što smo još uvijek prilično primitivna sredina,
- imaju manji autoritet,
- jer se smatra da žene moraju biti kućanice i da nisu sposobne uskladiti karijeru i obitelj,
- zato jer im se ne da mogućnost napredovanja samo zato što su žene,
- jer emotivnije proživljavaju situacije i odnose
- jer tako mora biti, ne znaju one lupiti šakom od stol
- žene su senzibilnije i to je najveći problem iako također smatram da su žene sposobnije u većini polja nego muškarci, mišljenja sam da za velike korporacije je efikasnije muško vodstvo
- zbog odsustva sa posla u trudničkom periodu

- društvo je zaostalo po tom pitanju da i žene mogu biti poduzetnice
- jer krivo odgajamo žensku djecu, ograničavajući ih na „ženska zanimanja“ i „ženska ponašanja“ od početka
- još uvijek nismo evaluirali
- još uvijek vlada diskriminacija i mišljenje da je žena sposobnija samo za pozicije niže od rukovodeće pozicije; također, muškarce se smatraju kao jačim autoritetom od žena te takvi stavovi čine rukovodeće pozicije nemogućima i neostvarivima ženskom spolu
- zbog nazadnog razmišljanja kako je muškarac onaj koji mora biti na vodećoj poziciji i sa većim primanjima, i to sa aspekta poslodavaca i supruga koji manje sudjeluje u obiteljskim obavezama i žena je prisiljena na sebe preuzeti skoro sve obiteljske obaveze
- jer muškarci misle da nisu sposobne
- strah
- zato što je žena
- jer nemaju dovoljnu podršku i pomoć kod kuže pa si ne mogu dozvoliti građenje karijere ako žele imati vremena za dom i djeci
- jer su se muškarci sposobniji izboriti za višu poziciju
- jer su muškarci fizički jači za vođenje nekih poslova
- jer su sposobniji
- većinu uspješnih poslova vode muškarci te se to prenosi
- zbog „staklenog stropa“.

Iz navedenih odgovora može se zaključiti da diskriminaciju pripisuju društvu u kojem živimo, društvu kako i sami navode koje još uvijek razmišlja patrijarhalno i koje još uvijek vuče tradicionalni mentalitet umjesto da se gleda naprijed. Unatoč takvome razmišljanju i pogledu prema ženama poduzetnicama vidljivo je kako žene i nisu tako različite od muškaraca, no percepcija poslodavaca je da su žene više okrenute odgoju djece odnosno cijeloj obitelji.

5. Žene poduzetnice u svijetu i Hrvatskoj

Prema mnogim istraživanjima podaci o broju žena poduzetnica variraju od zemlje do zemlje, ali zasigurno kao što je to oduvijek bilo u većini zemalja broj žena poduzetnica u velikoj mjeri zaostaje za brojem muškaraca uključenih u poduzetničke aktivnosti. Razlike u spolovima na tržištu rada osjete se u svim zemljama, no u poduzetništvu su one naglašene.

Torbina, voditeljica Europske poduzetničke mreže u svojem je članku istaknula kako je u Sjedinjenim Američkim Državama gotovo polovina svih američkih tvrtki u većinskom vlasništvu žena, dok se u Kanadi između 1981. i 2001. godine broj poduzetnica povećao za 208% što je iznenađujuć rezultat kada ga usporedimo s porastom broja muških poduzetnika od 38 % dok je u Europi situacija je nešto drugačija (Arhitekti, 2017.). Koji su potencijali ženskoga poduzetništva, još je uvijek nedovoljno istražen izvor ekonomskog rasta i zapošljavanja, sada stvari stoje tako što žene čine više od polovine stanovništva, a samo je jedna trećina zastupljena u europskome poduzetništvu. *Mastercard Index of Women Entrepreneurs* tako otkriva 10 vodećih tržišta koja pružaju najbolje uvjete i najbolje mogućnosti za žene kako bi se ostvarile kao uspješne poduzetnice (Woman in adria, 2016.):

1. Novi Zeland – 74,4
2. Kanada – 72,4
3. Sjedinjene Američke Države – 69,9
4. Švedska – 69,6
5. Singapur – 69,5 10. Tajland – 67,5
6. Belgija – 69,0
7. Australija – 68,5
8. Filipini – 68,4
9. Ujedinjeno Kraljevstvo – 67,9
10. Tajland – 67,5

Iz navedenog je vidljivo kako tržište Novog Zelanda i Kanade pruža najbolje uvjete i mogućnosti za žene kako bi se ostvarile kao uspješne poduzetnice, dok najlošije uvjete pruža tržište Tajlanda.

Kada je riječ o Republici Hrvatskoj muškarci su čak dva i pol puta aktivniji od žena (Arhitekti, 2017.). Kao što je već spomenuto u radu, žensko poduzetništvo je dosta opterećeno raznim preprekama na koje nailazi te mu je potrebnije više podrške da bi se razvilo. Unatoč tome što su prema statistici brojnije i obrazovanije, što se poduzetništva tiče, žene su oduvijek u manjini. U Republici Hrvatskoj je manje od trećine poduzeća u vlasništvu žena, a njihov broj u upravama poduzećima još je manji. Kada se usporede poduzeća kojima upravljaju žene i ona poduzeća kojima upravljaju muškarci, manje je poduzeća gubitaša onih koji su pod vodstvom žena poduzetnica , manje poduzeća je u blokadi, a dobit je gotovo sedam puta veća nego u poduzećima kojima upravljaju muškarci.

Važno je napomenuti da žensko poduzetništvo ima važnu ulogu u razvoju sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj. Udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi poduzeća u Hrvatskoj, prema podacima FINA-e ,temeljem istraživanja u 2014. godini iznosio je 20,3% gdje su žene bile većinske vlasnice u 19.972 poduzeća, dok su u 12.144 društava bile suvlasnice s muškarcima ili pravnim osobama, podaci su koje prenosi CEPOR (Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva). Analizirajući vlasničku strukturu poduzeća u Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2014. godine prema rodnom kriteriju, evidentan jei rast udjela žena vlasnica poduzeća sa 17,3% u 2010. godini na 20,3% u 2014. godini.

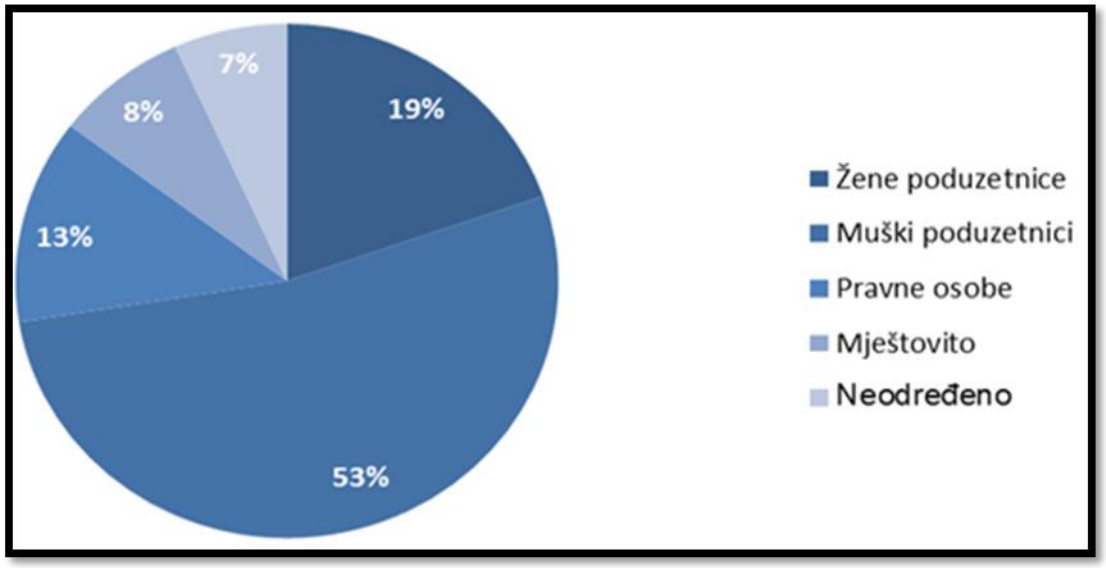
Mogli bismo reći da su ključni problemi razvoja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj identificirane su strukturne, ekonomske i tzv. meke prepreke. Glavne strukturne prepreke su stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji, nedostatak podrške ženama s dva posla najčešće zbog obitelji i profesije, te tradicionalni pogledi o ulozi žena u društvu. Ekonomske prepreke vezane su uz otežan pristup financiranju i slaba umreženost žena dok za one glavne, mogli bismo reći „meke“ prepreke nedostatak savjeta, pristupa mrežama poduzetnika/ca, mentorstva, treninga i programa obrazovanja i osposobljavanja za tehnološki intenzivne pothvate te nedostatak samopouzdanja za preuzimanje rizika (CEPOR, 2016.).

Prema zadnjim istraživanjima Financijske agencije analize udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi hrvatskih društava u 2013. godini dostupni su sljedeći rezultati (FINA, 2015.):

- promatramo li analizu podataka u Registru godišnjih financijskih izvještaja prema vlasničkoj strukturi društava i to prema rodnom kriteriju, možemo zaključiti da žensko poduzetništvo nema tradiciju u hrvatskome društvu.,
- iako se nude brojni poticaji za razvoj ženskoga poduzetništva, srednjoročnim strategijama razvoja i nastojanjima da se žene u većoj mjeri uključe u područje biznisa, brojke nam pokazuju da to područje još uvijek u Republici Hrvatskoj, u velikome dijelu pripada prvenstveno muškarcima., a mogućnosti da se situacija promijeni je jako malena,
- promatramo li vlasničku strukturu poduzetništva prema rodnom kriteriju u Hrvatskoj, od 2010. do 2013. godine, žene poduzetnice odnosno vlasnice trgovačkih društava, obrta ili slobodnih zanimanja, rezultat nam govori da se kreće otprilike na istoj razini 17,3% u 2010. godini do 19,6% u 2013. godini, dok je u istome razdoblju, više od 50% društava u Hrvatskoj u vlasništvu su muškaraca.

Na slijedećem grafikonu prikazana je vlasnička struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj prema rodnom kriteriju.

Grafikon 9. Vlasnička struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj prema rodnom kriteriju

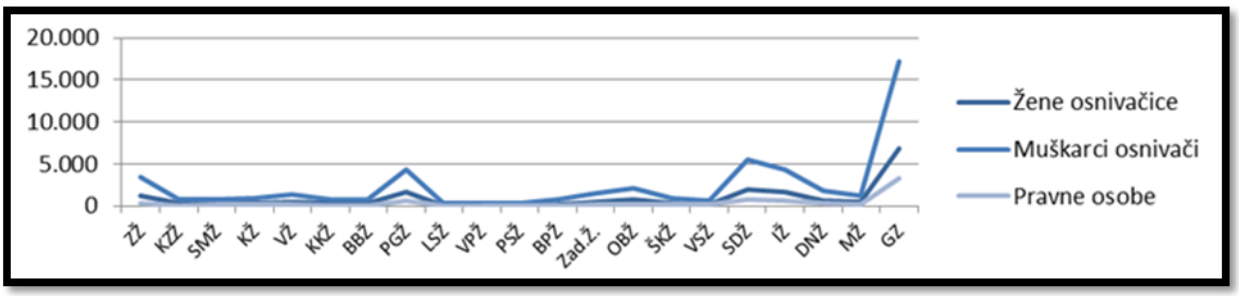


Izvor: FINA, 2016.

Promatajući rezultate Financijske agencije poslovanja poduzetnika u 2013. godini 19,6 % društava bilo je u vlasništvu žena, 52,8% vlasnika su muškarci,dok su pravne osobe bile u vlasništvu 12,9 % društava, na mješovitom vlasništvu pripadalo je 7,9% te na kraju ostaju oni za koje na temelju raspoloživih izvora nije bilo moguće utvrditi rodni kriterij pa su stoga razvrstani kao neodređeno odnosilo se 6,8% vlasništva.

Vlasnička struktura prema rodnom kriteriju po županijama u RH, udio žena poduzetnica u ukupnom poduzetništvu kreće se od 15 do 23%. Najveći udio žena poduzetnica (23%) je u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji u kojoj od ukupno 1.329 poduzetnika, 306 su vlasnice žene, dok je 54,2% društava u vlasništvu muškaraca. Društva u vlasništvu žena sudjeluju u ostvarenim prihodima Bjelovarsko-bilogorske županije sa 5,9%, u ukupnom broju zaposlenih sa 8,6%, ukupnoj imovini sa 5,1%, a u 2013. godini ostvarili su gubitak poslovanja u iznosu od 44,8 milijuna kuna. Slijedeći prema udjelu žena poduzetnica je Grad Zagreb sa 21% udjela (6.841 društava u vlasništvu žena), u vlasništvu muškaraca nalazi se 52% društava. Društva u vlasništvu žena u Zagrebu sudjeluju u ostvarenim ukupnim prihodima sa 2,3%, broju zaposlenih sa 5,1%, imovini sa 1,5%, a u 2013. godini su ostvarili pozitivan financijski rezultat u iznosu od 264,0 milijuna kuna. Navedeno je prikazano na sljedećem grafikonu.

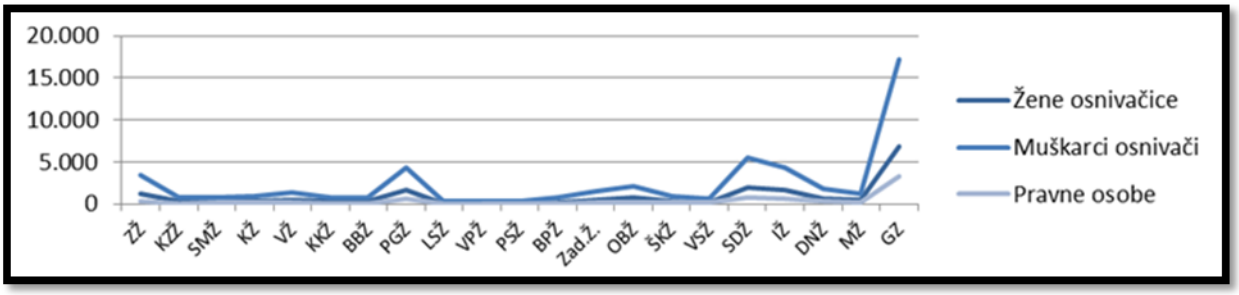
Grafikon 10. Vlasnička struktura poduzetništva u RH po županijama



Izvor: FINA, 2016.

Prema vlasničkome udjelu po djelatnostima žene poduzetnice prevladavaju u djelatnosti S – ostale uslužne djelatnosti sa čak 49,5%, dok su muški vlasnici zastupljeni sa 35,3%, ovo je ujedno i jedina djelatnosti u kojoj su žene vlasnice zastupljenije od muškaraca. Međutim, društva u vlasništvu žena, u ovoj djelatnosti su u 2013. g. ostvarila negativan financijski rezultat u iznosu od 14,3 milijuna kuna, dok su društva u vlasništvu muškaraca poslovala pozitivno i ostvarila dobit poslovanja u iznosu od 31,1 milijuna kuna. U toj djelatnosti bilo je zaposleno 7.511 zaposlenih od čega je 2.573 zaposlena u društvima koja su u vlasništvu žena, dok je 2.468 zaposlenika u društvima koja su u vlasništvu muškaraca.

Grafikon 11. Vlasnička struktura poduzetništva u RH po županijama



Izvor: FINA, 2016.

Na grafikonu 11 prikazana je vlasnička struktura poduzetništva u RH po županijama Prema zastupljenosti žena u vlasničkoj strukturi poduzetništva po djelatnosti slijedi djelatnost P- Obrazovanje sa udjelom žena od 33,4%, a zapošljava 325 zaposlenika te područje djelatnosti Q- Djelatnost socijalne zaštite i zdravstvene skrbi sa udjelom žena u vlasništvu od

31,0% koje zapošljava 230 radnika, zatim djelatnost M - Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti sa udjelom žena od 28,9% i 7.297 zaposlenim, u području djelatnosti I-Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane žene u vlasništvu društava sudjeluju sa 21,8% i zapošljavaju 4.459 radnika.

Iz navedenih rezultata se može zaključiti da je veći udio žena u vlasništvu isključivo u uslužnim djelatnostima, odnosno u tim djelatnostima je manja razlika u vlasničkoj strukturi između žena i muškaraca vlasnika, dok je u ostalim djelatnostima koje su pretežito proizvodnoga karaktera odnos u vlasništvu žena i muškaraca daleko veći u korist muškaraca vlasnika. Društva u vlasništvu muškaraca zapošljavaju i višestruko više radnika, ostvaruju znatno veće prihode i raspolažu većom imovinom. Sve upućuje na znatno veću aktivnost muške populacije u poduzetništvu.

6. Zaključak

Malo i srednje poduzetništvo postoji od začetka prvih civilizacija. Promatrajući povijesni razvoj može se reći da je sa razvojem i rastom malog i srednjeg poduzetništva rasla i razvijala se ljudska civilizacija kakvu poznajemo i danas. Poduzetništvo je sastavni dio nastojanja čovjeka da preskoči granice koje mu postavlja okolina. Mala i srednja poduzeća čine srž svih zdravih ekonomija, te se svaka država svijeta koja se vodi pravilima tržišne ekonomije trudi poticati malo i srednje poduzetništvo jer ono predstavlja najveći generator BDP-a i zaposlenosti, a samim time i životnog standarda stanovništva. U najrazvijenijim državama svijeta kao što su Japan, Velika Britanija, Njemačka i Japan, mali i srednji gospodarski subjekti zapošljavaju gotovo 70% ukupne radne snage tih država.

Kako danas najvažniji faktori proizvodnje više nisu zemlja, rad i kapital nego intelektualno vlasništvo, veća se pozornost treba obratiti upravo na žene u poduzetničkoj i menadžerskoj aktivnosti koje posjeduju potrebna znanja i vještine za postizanje gospodarske razvijenosti. No, ipak i dalje se najviše neiskorištenog potencijala krije među ženskom radnom snagom, koja ni danas, u doba sve veće emancipacije žena, nije ravnopravna muškoj radnoj snazi. Boreći se sa ustaljenim pravilima ponašanja koja su ispostavili muškarci u poslovnom svijetu, žene postaju sve uspješnije, pa tako žene u ukupnom broju poduzetnika već 2015. godine participiraju sa 31,2%. Participacija žena u poslovnom svijetu raste zbog niza različitih faktora: rasta realnih nadnica žena, mijenjanja sklonosti i stavova, rasta proizvodnosti u kućanstvu, pada stope nataliteta te povećanja mogućnosti zapošljavanja žena.

Broj žena poduzetnica manji je optimalnoga, a većina žena još ne vidi poduzetništvo kao dobru priliku za izgradnju karijere. Mlade bi žene trebale imati veće koristi i od sve već naglaska koji se stavlja na poduzetništvo kao na jednu od temeljnih vještina koje se uče u školama i na fakultetima. Brže i intenzivnije uključivanje žena u menadžment, posebice u njegove više razine, unijelo bi neophodnu raznolikost pristupa i stilova menadžmenta i time povećalo fleksibilnost i promjene neophodne za konkurentsku sposobnost suvremenih poduzeća koja danas djeluju u konkurentnoj i promjenjivoj okolini.

Žene polako, ali ustrajano traže svoj prostor u poslovnom svijetu. Sve više su sigurne u svoje sposobnosti i nelojalnu mušku konkurenciju. Dobro znaju da su, bez obzira na svoj spol, po svim dužnostima i odgovornostima jednakopravne sa svojim muškim kolegama odnosno za jednak uspjeh trebalo bi im pripasti i jednako priznanje. Moderan i uspješan poslovni svijet poznaje samo polovičnost, što nije slučaju u Hrvatskoj i nekim drugim zemljama u razvoju. Objektiviziranjem uloge i važnosti, kao i realnog statusa te postojećeg potencijala žena poduzetnika potrebno je utjecati na stvaranje predispozicije njihova adekvatnijeg društvenog i gospodarskog priznavanja i boljeg valoriziranja njihova ukupnog i individualnog potencijala.

Iako se prema nekim statistikama smatra se da žene u Europi pokreću ili su pokrenule svaki četvrti novi posao još uvijek treba raditi na tome da se izjednače muška i ženska prava kada je u pitanju poduzetništvo (Žena posao, 2017.).

„Ambiciozne i snalažljive žene treba promatrati kao novu poslovnu priliku. Dok se društva bore protiv postojećih kulturalnih predrasuda, mi ćemo dati svoj doprinos stvaranjem uvjeta koji će omogućiti uvjete za osobni razvoj i ekonomski rast", izjavila je Martina Hund-Mejean, financijska direktorica u kompaniji Mastercard.

Mnoge žene posjeduju:

- izobrazbi i informacijama (bez čega nema uspješna vođenja poslova),
- visoko obrazovane,
- imaju razvijen poduzetnički duh,
- poduzetnice o poslu promišljaju svestranije i realnije rasuđuju od svojih kolega poduzetnika,
- sklone su uvažavanju tuđeg mišljenja i savjeta suradnika,
- bolje razumiju ljude oko sebe (ne samo kupce ili korisnike, nego suradnike i zaposlenike, jer su ih spremne slušati),
- emotivno su izdržljivije i otpornije na frustracije koje donosi suvremeno radno okruženje,
- posjeduju veću samokontrolu,

- nisu brzoplete i iskazuju veću stabilnost u stavovima,
- brže koriste suvremena rješenja poput decentralizirane i fleksibilne organizacije timskog rada i skupnog odlučivanja te sudjelovanja zaposlenih u odlučivanju,
- vide problem dublje i logičnije s više analitike,
- odluke sporije, racionalnije i kvalitetnije,
- kreću u manje financijske poduhvate,
- kreativnost,
- manje riskiraju, ali su njihova radna mjesta trajnija i stabilnija,
- tvrtke pod vlasništvom žena broje manje otpuštanja te su djelatnici aktivnije uključeni u operativno rješavanje problema,
- potrebna stručna znanja i vještine nužne za pokretanje novih poslova(ali često, za razliku od muških poduzetnika, nemaju ravnopravan pristup zajmovima).

Unatoč navedenim karakteristikama i dalje su poduzetnice broje puno manji broj nego poduzetnici. Na temelju odgovora koje smo dobili u anketnom ispitivanju može se zaključiti da su žene na rukovodećim funkcijama još su uvijek zakinute zbog ukorijenjenih socijalnih, psiholoških i kulturnih mehanizama koji uzrokuju efekt „staklenog stropa“.

Literatura

Knjige

1. Bobera et al., Poduzetništvo, Sveučilište sjever, Varaždin, 2015.
2. Keser, J., Hrvatske poduzetnice u malom gospodarstvu: 2010. – 2015., Institut za društvena istraživanja Zagreb, Zagreb, 2016.

Časopisi

3. Nedović, M., Ivanković, D., Mišćević, D., Stakleni strop – položaj žena u sustavu znanosti, Obrazovanje za poduzetništvo, znanstveno stručni časopis o obrazvanju za poduzetništvo, Vol. 5., No. 1., 2015.

4. Pavlek, M., Klopotan, I., Latin, M., Položaj žena menadžera, Tehnički glasnik, Vol. 9., No. 2., Sveučilišni centar Koprivnica, 2015.

5. Ružić, V., Perušić, M., Položaj žena u menadžmentu – novi trendovi u fenomenu staklenog stropa, Praktični menadžment, Vol. 5., No. 1., Veleučilište Nikola Tesla, Gospić, 2014.

Internet

6. Arhitekti, 2017., https://www.arhitekti-hka.hr/hr/novosti/hgk-radi-na-snaznom-umrezavanju-zena-poduzetnica,429.html
7. CEPOR, 2017., http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2016/06/Cepor-izvjesce-2015-HR.pdf (30.8.2017.)
8. Državni zavod za statistiku, 2017., https://www.dzs.hr (20.8.2017.)
9. FINA, 2016., http://www.fina.hr/Default.aspx?art=11292&sec=1718 (1.9.2017.)
10. Woman in adria, 2016., http://www.womeninadria.com/zensko-poduzetnistvo-u-svijetu-najbolji-uvjeti-u- (30.8.2017.)
11. Žena posao, 2017., http://www.zeneposao.com/?lang=hr&index=11 (01.09.2017.)

Popis tablica

POPIS TABLICA

Redni broj	Naslov tablice	Stranica
1.	Šest oblika poduzetništva	6
2.	Karakteristike poduzetnika i poduzetnica	8
3.	Definicije žena poduzetnica	11

Popis grafikona

POPIS GRAFIKONA

Redni broj	Naslov grafikona	Stranica
1.	Žene i muškarci magistri znanosti, magistri i sveučilišni specijalisti	14
2.	Žene i muškarci doktori znanosti	15
3.	Ispitanici ankete prema spolu	16
4.	Dobna skupina ispitanika	16
5.	Spol nadređenog	18
6.	Angažman	19
7.	Ambicije žene	19
8.	Ravnopravnost muškaraca i žena	20
9.	Vlasnička struktura poduzetništva u RH prema rodnom kriteriju	27
10.	Vlasnička struktura poduzetništva u RH po županijama	28
11.	Vlasnička struktura poduzetništva u RH po županijama	29