ŽENE U PODUZETNIŠTVU – IZAZOVI I OGRANIČENJA

Marković, Ivona

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:706742

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

ŽENE U PODUZETNIŠTVU – IZAZOVI I OGRANIČENJA

Mentor:
prof.dr.sc. Dejan Kružić

Student:
Ivona Marković

Split, rujan 2017.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

1.1. Definicija problema 1

1.2. Cilj rada 1

1.3. Metode rada 1

1.4. Struktura rada 1

2. ŽENE U PODUZETNIŠTVU 2

2.1. Karakteristike ženskog poduzetništva 2

2.2. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva 5

2.3. Činitelji uključivanja žena u poduzetništvo 7

2.4. Sličnosti i razlike poduzetnica i poduzetnika 8

2.5. Zakonodavni okvir vezan uz rad i prava žena u Hrvatskoj i svijetu 11

2.5.1. Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe za razdoblje od 2014.-2017... 11

2.5.2. Konvencije Ujedinjenih naroda i Međunarodne organizacije rada (ILO) 12

2.5.3. Propisi vezani uz radne odnose i ravnopravnost spolova u Republici Hrvatskoj ... 13

3. ANALIZA EKONOMSKE I PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ 15

3.1. Poduzetnička aktivnost žena u RH 15

3.2. Zaposlenost, plaće i nezaposlenost žena 16

3.3. Upravljačka zastupljenost žena, rodne uloge i profesije 19

4. CILJEVI I PROGRAMI RAZVOJA PODUZETNIŠTVA ŽENA NA PRIMJERU IZ PRAKSE 22

4.1. Ciljevi poduzetništva žena 22

4.2. Programi i projekti poticanja ženskog poduzetništva 23

4.3. Primjer uspješne žene poduzetnice 27

4.3.1. Karijera 27

4.3.2. Povijest PAR-a 28

4.3.3. Vizija, misija, ciljevi i organizacijska struktura 29

5. ZAKLJUČAK 30

LITERATURA 32

POPIS SLIKA 34

POPIS TABLICA 34

POPIS GRAFIKONA 34

1. UVOD

1.1. Definicija problema

U radu se nastoje utvrditi uzroci nedovoljne zastupljenosti žena u poduzetništvu te se prikazati izazovi i mogućnosti koje im se nude, kako bi, kao zakinuta skupina na tržištu rada i u poduzetništvu, mogle ravnopravno konkurirati muškarcima. Kroz analizu pokazatelja njihove ekonomske i poduzetničke aktivnosti, nastoje se utvrditi uzroci nejednakosti i spoznati mogućnosti daljnjeg razvoja i poticanja ženskog poduzetništva.

1.2. Cilj rada

Cilj rada je istražiti prepreke i izazove s kojima se susreću žene poduzetnice ili one koje to žele biti, te kroz analizu uvidjeti njihov potencijal i mogućnosti u ekonomskom, odnosno poduzetničkom svijetu.

1.3. Metode rada

Prilikom izrade završnog rada korištena je deskriptivna metoda, metoda dedukcije te analiza. Deskriptivnom metodom došlo se do trenutnih saznanja o ženama u poduzetništvu. Metoda analize korištena je u cilju proučavanja pokazatelja o temi, dok je metoda dedukcije korištena u svrhu donošenja konačnog zaključka o problematici ženskog poduzetništva.

1.4. Struktura rada

Završni rad je koncipiran u tri temeljna poglavlja. Poglavlje *„Žene u poduzetništvu“* čitatelja upoznaje s konceptom i karakteristikama ženskog poduzetništva, navode se prepreke i izazovi ženskom poduzetništvu te mogućnost uključivanja u poslovni svijet unutar postojećeg zakonodavnog okvira. U *„Analizi ekonomske i poduzetničke aktivnosti žena u RH“* prikazani su odabrani pokazatelji poslovne, tj. poduzetničke aktivnosti žena, dok posljednje poglavlje *„Ciljevi razvoja poduzetništva žena i primjer iz prakse“* govori o ciljevima i izazovima ženskog poduzetništva, te je na konkretnom primjeru prikazana jedna od najuspješnijih žena poduzetnica u Hrvatskoj.

2. ŽENE U PODUZETNIŠTVU

Žensko poduzetništvo ili poduzetništvo žena jedan je od novijih oblika poduzetništva koji se javlja krajem 20. stoljeća, a najviše je zastupljen u tranzicijskim zemaljama te zemljama srednje i istočne Europe. Uzrok nastajanja ovog tipa poduzetništva vezan je uz prelazak netržišnog gospodarstva u tržišno gdje uslijed gospodarske krize znatan broj žena ostaje bez posla. Zbog toga žene ulaze u postupak samozapošljavanja, odnosno pokreću vlastitu poduzetničku inicijativu kako bi izašle iz okvira nezaposlenosti, a u tome im uvelike pomaže njihova kreativnost, vještine i znanje. U današnje vrijeme, žene poduzetnice uglavnom se pronalaze u aktivnostima vezanim uz hranu, trgovinu, kozmetiku i modu pa tako postaju sve veća atrakcija i u razvijenim zemljama. U njihovim aktivnostima dodatno im pomažu raznoliki centri za izobrazbu žena u kojima se specijaliziraju u području marketinga, financija, upravljanja, strategije i razvoja. Iako u poslovnom svijetu još uvijek nisu *al pari* muškarcima, sve više ih se prihvaća i cijeni njihov trud, ideja i inicijativa što pokazuju i statistički podaci o zastupljenosti žena u poduzetništvu (Vuk et al., 2006.).

2.1. Karakteristike ženskog poduzetništva

Kako je prethodno navedeno, o ženskom poduzetništvu više se govori tek posljednjih godina, no važno je napomenuti kako su žene na neki način oduvijek poduzetnice. To je ponajprije vidljivo kroz povijest kada su žene obnavljale narod i zemlju nakon ratova, kada su morale uzdržavati obitelji nakon što su se muževi, očevi, sinovi i braća vratili iz rata najčešće s nekom teškom psihičkom ili fizičkom ozljedom. Tako su žene nakon Drugog svjetskog rata morale raditi kako bi zaradile dovoljno novaca da otplate ratnu odštetu. U to vrijeme, razvijeno je i prvo žensko poduzetničko udruženje od strane Yvonne Foinant 1945. godine u Francuskoj (Lončarić, 2015).

U teoriji, poduzetništvo se definira kao proces u kojem se gradi nešto gotovo iz ničega, dok je poduzetnica osoba koja u tom procesu mora prepoznati priliku, skupiti sredstva za njenu realizaciju, stvaranje i raspodjelu nove vrijednosti, preuzeti rizik u novcu, vremenu i ugledu. Mnoge žene, posjeduju kreativnost, potrebna stručna znanja i vještine nužne za pokretanje poslova, ali za razliku od muških poslova one nemaju ravnopravan pristup zajmovima, izobrazbi i informacijama bez čega, dakako, nema uspješnog vođenja. Neki od psihologa tvrde kako žene djeluju drugačije zbog razlika u funkciji lijeve i desne moždane polutke, dok

sociolozi kažu da je utjecaj žena u poslovnom okruženju i radnim odnosima takav da su one u pravilu više socijalno usmjerene poslodavke. Iako je pred njih stavljen niz prepreka poput raznih stereotipa o ženama u obrazovanju i inovacijama, manji kredibilitet žena, manjak sposobnosti, one će ipak pronaći praktično rješenje no najčešće ih, zbog nedostatka samopouzdanja, neće realizirati (Lončarić, 2015).

Sukladno tome, neke od karakteristika ženskog poduzetništva koje navodi Turk (1999) govore da:

- radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije pošto su ženska poduzeća manja i zatvaraju manje radnih mjesta
- žene vode veću brigu za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose
- žene više podupiru zaposlene u njihovim ambicijama
- žene više ulažu u školovanje zaposlenih
- žene ne mjere uspjeh samo profitom, već i zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međuljudskim odnosima
- žene su spremnije na timski rad, važniji im je uspjeh organizacije ili neke ideje nego ego
- žene nude više mogućnost za naknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme, širokogrudnije su kad je u pitanju porodiljni dopust
- žene su opreznije kod uzimanja kredita
- žene se bave najviše uslužnim djelatnostima zašto su socijalno osjetljive i zato jer to iziskuje manja početna ulaganja

Hisrich et al. (2008.) za žene kažu da se bolje od muškaraca razumiju u ljude oko sebe, i to ne samo kupce ili korisnike, već i suradnike i zaposlenike zbog činjenice da su uvijek spremne slušati. Također brže koriste suvremena rješenja poput decentralizirane i fleksibilne organizacije, timskog rada i skupnog odlučivanja te sudjelovanja zaposlenih u odlučivanju. Uz to, navode faktore koje bi žene trebale imati da bi uspjele u svom poduzetničkom pothvatu što prikazuje tablica 1. Iako su navedeni faktori prisutni kod oba spola, najčešće su oni izraženiji i važniji kod ženskog spola zbog spomenutih stereotipova o ženama zbog čega se one trebaju dokazivati više od muškaraca.

Tablica 1. Faktori koji utječu na žensko poduzetništvo

FAKTORI	OBJAŠNJENJE
Samopouzdanje	- odnosi se na uvjerenje kako smo sposobni razmišljati, učiti, donositi odluke, savladati izazove i promjene s kojima se susrećemo -najčešće je narušeno kod žena zbog raznih stereotipa (npr. žena neće biti primljena na posao iako ispunjava sve uvjete zbog njene uloge majke, te time postaj žrtva stereotipa, čime se automatski narušava njeno samopouzdanje)
Sposobnost	-odnosi se na uspješno svladavanje prepreka, odnosno razumijevanje problema koji se javljaju i sukladno tome pravilne reakcije -primjerice, žene su zbog svojih majčinskih i obiteljskih obveza u kombinaciji s karijerom, a pored svojih individualnih sposobnosti i vještina, morale razviti i jake organizacijske sposobnosti
Samoizražavanje	- žene poduzetnice imaju potrebu da se izraze, iznesu vlastita gledišta te progovore o stvarima koje smatraju bitnim čime dožive potvrdu svojeg unutrašnjeg „ja“; one izgrađuju samopouzdanje aktivnim stvaralaštvom kojim prelaze ograničenja, izađu iz nametnutih okvira i tako dolaze do samoizražavanja koje rezultira zadovoljstvom
Znanje	- izobrazba, rad na sebi i rad s ljudima uvelike pomaže ženama u njihovom poslovanju; žene ne donose odluku na brzinu, ono što odluče to i realiziraju, svojim radom, trudom, zalaganjem, znanjem, savjesnim odnosom prema radu one moraju biti primjer ljudima koji ih moraju slijediti
Iskustvo	- iskustvo oduvijek predstavlja bitnu prednost kod ulaska u neku aktivnost, a označava percepciju koja ima utjecaj na odnos čovjeka prema svijetu; ono se stječe s godinama pa će se najčešće više pogrešaka javiti kod mladih poduzetnica u odnosu na starije; iskustvo predstavlja nit vodilju u daljnjem poslovanju
Motiviranost	- označava stanje organizma u kojem je sva ljudska energija usmjerena prema zadanom cilju; kako bi suzbile stereotipe i dokazale da mogu ostvariti svoj cilj, neke se žene odlučuju na poduzetnički pothvat
Komunikacija	- komunikacijom se razmjenjuju iskustva, ali i preispituju vlastiti postupci i odluke te rješavaju problemi; ona je vrlo važna za poduzetnice pošto one česti, zbog nedostatka samopouzdanja, traže pomoć kod drugih poduzetnica u njihovim iskustvima, preispituju ono što su napravila i za što misle da je dobro ili nije i tako rješavaju određeni problem
Snalažljivost	- žene poduzetnice svjesne su težine društvene situacije koja podrazumijeva marginaliziranje, podcjenjivanje, nepravdu i zbog toga su organizirane i dosta dobro funkcioniraju i kao poslovne žene, ali kao i majke; one su racionalnije u vođenju svojih tvrtki od muškaraca, nije im teško potražiti savjet i pomoć kod svojih kolega što nije slučaj kod muškaraca; one su mnogo snalažljivije u pronalasku rješenja te brzo traže izlaz iz poteškoća i dolaze do potrebnih informacija na razne načine
Timski rad	- timski rad vrlo je bitan za uspjeh poduzeća jer zbližava zaposlenike, stvara pozitivnu atmosferu te potiče radnike da bolje rada; upravo su poduzetnice te koje koordiniraju cijeli proces je su socijaliziranije, a uz to bi trebale i modelirati timski rad međusobno i sa ostatkom organizacije kako bi on bio priznat i nagrađen te kako bi zaposlenici shvatili da im je od koristi

Izvor: Prikaz autora prema Hisrich et al. (2008), str. 64

Zbog raznih stereotipa, žene imaju manje samopouzdanja te su, zbog potrebe za usklađivanjem obiteljskih i poslovnih obaveza, poboljšale organizacijske sposobnosti. Žene poduzetnice su veoma oprezne te odluke donose smireno i često su savjesnije od muškaraca, znajući da moraju biti primjer drugima koji ih slijede. Uz to, često su snalažljivije od muškaraca, jer su uporne i traže različite načine rješavanja situacija i problema.

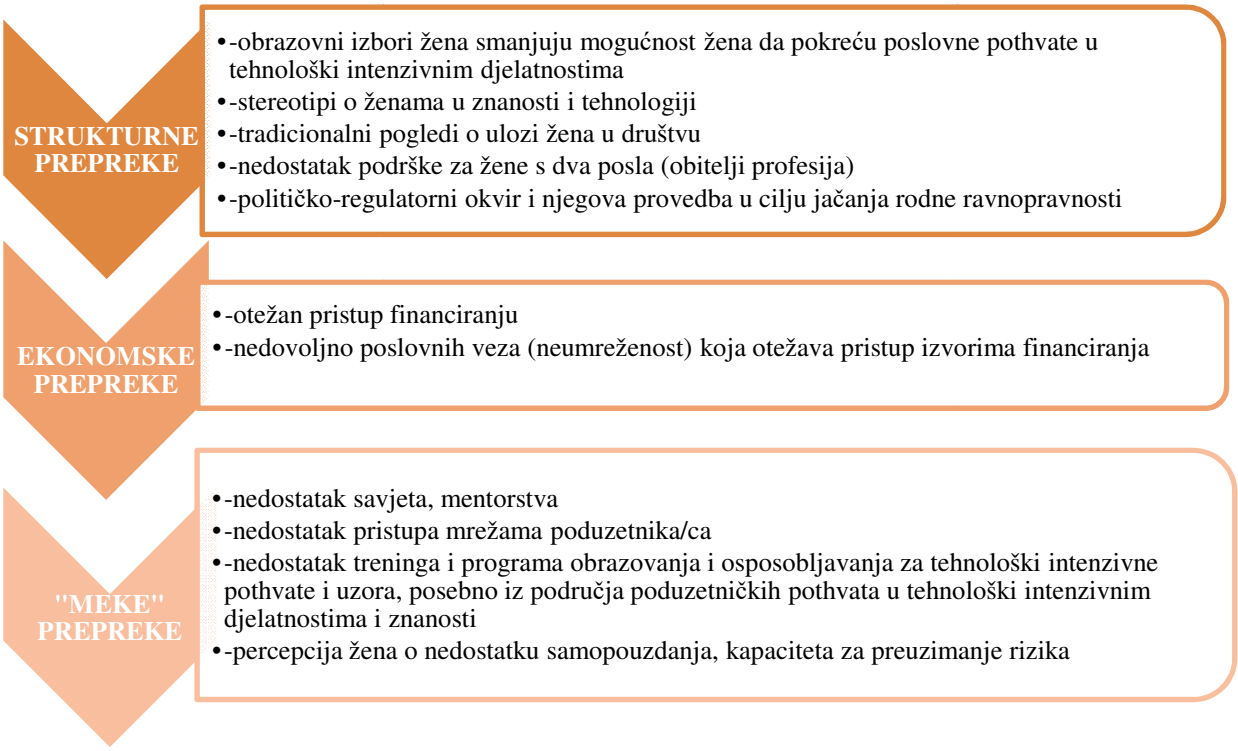
2.2. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva

Kada se govori o ženskom poduzetništvu, statistički podaci ukazuju na činjenicu da se samo manji udio žena odluči stupiti u takav tip pothvata. Prema Kolaković (2006) može se govoriti o problemima ulaska žena u poduzetništvo koji su uglavnom povezani s nedostupnošću novčanih sredstava, nedostupnim informacijama, ali i nedostatka izobrazbe. Osim toga, poteškoće su povezane i sa spolnim predrasudama iz prošlosti prema kojima su žene slabiji i nježniji spol, češće nezaposlene za razliku od muškaraca, ali i često diskriminirane na poslovnom planu.

Problemi vezni uz ulazak žena u poduzetništvo prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.) vezani su uz:

- značajnu podzastupljenost žena u poduzetničkim aktivnostima
- značajnu podzastupljenost u zaposlenosti
- niže plaće u obavljanju sličnih poslova
- značajnu dominaciju u nezaposlenosti
- značajnu upravljačku podzastupljenost
- značajnu podzastupljenost u vlasničkoj strukturi poduzeća i obrta
- nedostatak statističkog praćenja s obzirom na rodnost
- značajnija ulaganja u razne aktivnosti za jačanje poduzetništva žena
- nepovezanošću aktivnosti za jačanje poduzetništva žena
- nepostojanje mehanizama ocjene i vrednovanja učinaka primjene pojedinih mjera na razvoj poduzetništva žena
- nedovoljno koordiniranje i suradnju među nositeljima provedbe javnih politika, programa i inicijativa kojima se doprinosi razvoju poduzetništva žena, otežava ili pak onemogućava učinkovitost primijenjenih aktivnosti i uloženih financijskih sredstava

Povezano s navedenim problemima, Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.) definira 3 skupine prepreka ulaska žena u poduzetništvo (slika 1.).



Slika 1. Prepreke ulaska žena u poduzetništvo

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 5-6

Klasifikacija prepreka prema Ivanković et al. (2016) razlikuje 4 kategorije, a to su:

- socijalne prepreke: manjak samopouzdanja, manjak vizije i aspiracija, manjak spremnosti na akciju, manjak hrabrosti, nespremnost na rizik
- obrazovanje i vještine: manjak odgovarajućih poduzetničkih vještina i kvalifikacija
- okruženje: složeni administrativni postupci, nestabilna financijska potpora od strane države, negativna medijska prezentacija poduzetništva u društvu, nedovoljno promicanje pozitivnih primjera i dobre prakse, nedovoljna suradnja između različitih institucija, itd.
- financijske prepreke: manjak početnog kapitala i drugih izvora financiranja pokretanja poslovanja, neodgovarajuće informacije o postojećim državnim financijskim potporama, slaba ponuda poduzetničkog kapitala, nepovoljan sustav oporezivanja, neprimjeren odnos banaka prema malim poduzetnicima

Kolaković (2006) izazove žena u poduzetništvu vidi u rješavanju društvene diskriminacije nad poduzetnicama koje bi trebala riješiti zakonodavna vlast, obzirom da se radi uglavnom o malim i srednjim poduzećima. Time bi žene poduzetnice bez svojih poslovnih djelatnosti većim djelom bile ovisne o socijalnoj potpori. Nadalje, izazov je vidljiv u provođenju državnih strategija koje bi na učinkovit način rješavale problem spolne nejednakosti. Takve strategije trebale bi uključivati drugačije stavove društva kao cjeline o spolnoj nejednakosti, poticati zapošljavanje i samozapošljavanje žena, ali u isto vrijeme stvoriti programe za rješavanje problema s kojima se susreću poduzetnice, a koji osiguravaju pravedniji, odnosno, ravnopravniji način zapošljavanja žena u poslovnim organizacijama.

2.3. Činitelji uključivanja žena u poduzetništvo

Iako se žene sve češće uključuju u poduzetničke aktivnosti, ukupan broj poduzetnica još je uvijek na niskoj razini. Sukladno tome, Kolaković (2006) govori o socijalnim i ekonomskim činiteljima koji utječu na povećanje uključivanja žena u poduzetničke aktivnosti pri čemu značajno mjesto zauzima kultura mjesta u kojem one prebivaju o čemu govore dvije međuzavisne činjenice. Prvo obilježje koje utječe na povećanje udjela žena u poduzetničkoj aktivnosti je činjenica različitog ponašanja među spolovima u različitim državama. Drugo obilježje tiče se specifičnog poduzetničkog ponašanja za pojedine zemlje. Osim toga, jak utjecaj na žensko poduzetništvo ima i demografska i obiteljska struktura, ali i razina razvijenosti pojedinih zemalja. Tako u gospodarskim razvijenim zemljama porast broja stanovnika ne utječe na rast poduzetničkih aktivnosti dok to nije slučaj kod nerazvijenih zemalja. Naime, u nerazvijenim zemljama s rastom broja stanovnika proporcionalno se povećava i rast poduzetničkih aktivnosti u oba spola što je uvjetovano rastom poduzetničkih prilika izazvanih rastom ukupne potražnje od strane stanovnika. Uslijed toga dolazi i do rasta konkurencije, ali i većih prilika za samozapošljavanjem. Osim toga, govori se i o razlikama u stopi nataliteta pa se tako u razvijenim zemljama sve više povećava broj neudanih žena, dok se u zemljama u razvoju može očekivati smanjenje broja žena koje se bave poduzetničkom djelatnošću zbog većeg broja djece. Iznimku predstavljaju najsiromašnije žene, jer je u takvim zemljama pokretanje vlastitog poslovanja, zapravo, izlazak iz siromaštva.

Već prije spomenuti način razmišljanja ograničava žene u nerazvijenim zemljama da se bave poduzetničkom djelatnošću. Jednako tako, poslodavci u nerazvijenim zemljama pružaju manje prilika ženama kako bi se mogle na adekvatan način posvetiti poslu i djeci. Što se tiče

spolne diskriminacije, ona je vidljiva čak i u najrazvijenijim državama svijeta u kojima dominira uglavnom muška populacija što onemogućava poslovnu komunikaciju s poduzetnicama.

2.4. Sličnosti i razlike poduzetnica i poduzetnika

Na tržištu rada, posebice u poduzetništvu, još uvijek su prisutne razlike u spolovima. Kako je već prethodno navedeno, žene raspolažu s manje ključnih resursa što je vidljivo u težem pristupu poslovnim mrežama, kapitalu i menadžerskom iskustvu. Stereotipi karakteriziraju poduzetništvo kao „muški posao“ zbog čega žene pokazuju slabiji interes za poduzetničku karijeru jer smatraju da nisu sposobne biti uspješne poduzetnice. Međutim, poduzetništvo žena sve češće postaje područje interesa istraživača, nositelja politike kao i sveukupne populacije. Žene se smatraju potencijalnim izvorom poduzetničkog talenta i inovacija koji nije realiziran zbog spomenutih barijera. Zbog toga su istraživanja sve češće usmjerena na pozadinu, motivaciju, karakteristike poslovnog pothvata žena poduzetnica, menadžerske prakse, vještine i problematična područja (Stilin, 2016).

Promatrajući niz istraživanja (Stilin, 2016), zaključeno je kako je u svim zemljama mnogo manji broj žena uključen u poduzetništvo za razliku od muškaraca. Jaz između poduzetničke aktivnosti žena i muškaraca počeo se smanjivati tek u 2015. godini gdje podaci pokazuju kako broj žena u poduzetništvu raste. Uzrok povećanju ulaska žena u poduzetništvu najčešće se očituje u mogućnosti zaposlenja, postizanja bolje ravnoteže između posla i privatnog života, ali i jednostavnijeg usklađivanja posla i privatnog života. Tome se može dodati sve značajnije društveno-ekonomsko osnaživanje žena koje je rezultiralo fleksibilnijim i kreativnijim tipovima zaposlenja. S druge strane, muškarci su češće skloniji samozapošljavanju što je pokazalo istraživanje OECD-a iz 2013. godine, a podaci ukazuju da u OECD zemljama 43% muškaraca i 31% žena preferira samozapošljavanje u odnosu na zapošljavanje u poduzeću kad bi imali izbora. Međutim, žene zarađuju znatno manje od muškaraca poduzetnika, a uzrok tome uglavnom predstavlja manjak iskustva pri pokretanju posla te manja vjerojatnost da će posuditi novac za financiranje pothvata u odnosu na muškarce.

Značaju ulogu u promatranju žena poduzetnica i muškaraca poduzetnika zauzima i motivacija. Naime, nekoliko istraživanja pokazalo je da žene, češće od muškaraca, pokreću posao iz nefinancijskih razloga poput zadovoljstva poslom, mogućnosti doprinosa zajednici,

postizanja ravnoteže između posla i obiteljskog života. Također se smatra da žene pokreću mala poduzeća koja žele zadržati takvima, a za razliku od muškaraca, češće se okreću poslovima koji imaju izraženu dimenziju „novosti“ te su manje orijentirane na financijske nagrade. Što se tiče uspjeha, neka od istraživanja pokazala su da između stope neuspjeha žena i muškaraca poduzetnika nije značajna čemu u prilog govori činjenica da mala i srednja poduzeća koja vode žene nisu manje uspješna u mjerilima stope preživljavanja, povrata na imovinu u odnosu na primjenu mjerila koja su pod utjecajem veličine poduzeća (npr. prodaja, zapošljavanje, imovina). No, značajna razlika ipak je vidljiva u stilu vodstva. Prema tome, žene češće primjenjuju transformacijski stil vodstva koji se karakterizira kao interaktivan, naglašava konsenzus, uključuje dijeljenje moći i informacija, davanje povratnih informacija, nagrađivanje pojedinačnog i grupnog doprinosa te poticanje sudjelovanja zaposlenika na svim razinama, što je rijetki slučaj kod poduzetnika. Što se tiče financiranja žena, niz istraživanja pokazao je da je odnos prema ženama drugačiji pri odobravanju kredita, odnosno, veća je vjerojatnost da će one morati dati zalog ili platiti višu kamatnu stopu od muškaraca jer ih zaposlenici financijskih institucija smatraju manje poduzetnički orijentiranima. Kada se govori o financijskim pokazateljima, žene su sklonije mogućnosti stvaranja uštedevine (kao početnog kapitala) jer je veća vjerojatnost da su prethodno radile na pola radnog vremena ili na slabije plaćenim poslovima.

Jedno od istraživanja provela je Tvrtka Deloitte Hrvatska (2013), pod nazivom „Žene u poslovnom svijetu“ u kojem je sudjelovalo 137 muškaraca i žena s najviših izvršnih pozicija hrvatskih tvrtki. Prema tom istraživanju, pokazalo se da samo 30% ispitanika poznaje velik broj žena koje zauzimaju izvršne pozicije u tvrtkama u kojima rade. Također, ispitanici smatraju da nema velikih razlika između žena i muškaraca na upravljačkim pozicijama što se posebno odnosi na ostvarivanje financijskih rezultata tvrtke, implementaciju dugoročnog strateškog razvoja i suočavanje s poslovnim izazovima. Razlike su prepoznali po pitanju percepcije poduzetnika i poduzetnica, te zaključili da žene učinkovitije upravljaju ljudskim resursima, da su uspješnije na području osobnog razvoja i stjecanja novih iskustava te u održavanju ravnoteže između privatnog i poslovnog života, dok za muškarce smatraju da postoji stav da lakše ostvaruju profesionalni napredak te da su bolji u borbi za poziciju tvrtke u uvjetima konkurentskog tržišta. I u ovom istraživanju ispitanici smatraju da je ženama mnogo teže u startu nego muškarcima, da su žene otvorenijeg psihološkog profila zbog različitih životnih uloga u poslovnom i privatnom životu te fleksibilnije i otvorenije različitim

izazovima od muškaraca. Također, razlike su ponovno vidljive u motivaciji, poslovnim vještinama, profesionalnom iskustvu, potpornom sustavu, izvorima financiranja i problemima. Detaljniji prikaz sličnosti i razlika između poduzetnica i poduzetnika, dao je Hisrich (2011), koji se temelji na 8 faktora prikazanih tablicom 2.

Tablica 2. Usporedba poduzetnica i poduzetnika

Karakteristike	Poduzetnice	Poduzetnici
Motivacija	Postignuće – ostvarenje cilja Neovisnost – uradi sam	Postignuće – težnja da se stvari obave Osobna neovisnost
Točka pokrića	Frustracija poslom Prepoznavanje prilike u tom području Promjena osobnih okolnosti	Nezadovoljstvo trenutačnim poslom Sporedna uloga na fakultetu ili na trenutačnom poslu Odlazak ili otpuštanje
Izvor financiranja	Osobna imovina i ušteđevina Privatni zajmovi	Osobna imovina i ušteđevina Bankovno financiranje Ulagači Zajmovi od obitelji i prijatelja
Podrijetlo znanja	Iskustvo u tom poslovnom području Iskustvo u srednjem managementu ili administrativnoj razini na tom području Profesionalno podrijetlo vezano uz usluge	Iskustvo u tom poslovnom području Priznati stručnjak ili osoba koja je dosegla visoku razinu postignuća u tom području Sposoban na raznim poslovnim funkcijama
Karakterne osobine	Fleksibilna i tolerantna Orijentirana prema cilju Kreativna i realistična Srednja razina samopouzdanja Entuzijastična i energična Sposobnost nošenje s društvenim i gospodarskim okruženjem	Tvrdoglav i uvjerljiv Orijentiran prema cilju Inovativan i idealističan Visoka razina samopouzdanja Entuzijastičan i energičan Mora biti svoj šef
Podrijetlo	Dob pokretanja pothvata između 35-45 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovana – diploma iz humanističkih znanosti Prvorođeno dijete	Dob pokretanja pothvata 25-35 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovan – diploma iz ekonomije ili tehničko područja (obični inženjerskog) Prvorođeno dijete
Potporne skupine	Bliski prijatelji Suprug Obitelj Ženske profesionalne grupe Trgovačka udruženja	Prijatelji, profesionalni suradnici (odvjetnici, računovođe) Poslovni suradnici Supruga
Vrsta pokrenutog posla	Uslužna – edukacija, savjetovanje ili odnosi s javnošću	Proizvodnja ili građevina

Izvor: Prikaz autora prema Hisrich (2011), str. 65

Poduzetnice se, za razliku od poduzetnika, češće financiraju privatnim zajmovima, dok poduzetnici lakše dolaze do financijskih sredstava putem bankovih zajmova i investitora. Žene su fleksibilnije i tolerantnije, dok su muškarci tvrdoglavi i uvjerljiviji te imaju visoku razinu samopouzdanja, za razliku od žena čija je razina samopouzdanja osrednja. U pogledu dobi, žene kasnije postaju poduzetnički aktivne te su najčeće orijentirane na uslužne djelatnosti, dok se muškarci poduzetnici više bave proizvodnjom ili građevinom.

2.5. Zakonodavni okvir vezan uz rad i prava žena u Hrvatskoj i svijetu

Jedno od temeljnih ljudskih prava predstavlja upravo ravnopravnost spolova te pravo na rad. Sukladno tome, Europska unija donijela je određen propise, konvencije, strategije te politike i direktive kako bi se ravnopravnost između spolova vezana uz socijalnu politiku postigla. S obzirom na to, Hrvatska je, kao punopravna članica Europske unije, također doradila svoje dosadašnje propise te ratificirala propise Europske unije vezane za socijalnu politiku, a neki od najznačajnijih opisani su u nastavku.

2.5.1. Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe za razdoblje od 2014.-2017.

Strategija za ravnopravnost spolova za razdoblje od 2014.-2017. godine donijeta je od strane Vijeća Europe, a prema njoj, ravnopravnost spolova predstavlja jednakost žena i muškaraca u svim područjima djelovanja, jednaku zastupljenost na vodećim pozicijama tvrtke i države, jednaka prava kao i jednake odgovornosti. Neka od istraživanja potvrđuju da su ekonomije država gdje su žene podjednako zastupljene u društvu, a posebice na tržištu rada, mnogo jača i bolje kotirana na svjetskoj razini za razliku od država gdje u većoj mjeri još uvijek postoje negativni tradicionalni spolni stereotipi. Da bi se u što većoj mjeri smanjila neravnopravnost, bitno je da ona bude na vrijeme uočena i sanirana, posebice iz razloga što ženska radna snaga, zbog svojih specifičnosti, može uvelike doprinijeti nacionalnom gospodarstvu. Svaka pozitivna promjena glede ravnopravnosti muškaraca i žena dovodi do preobrazbe društva, ali i promjene zakona, institucija, službi i normi (Fotak, 2015).

Povezano s time, Vijeće Europe provedbu Strategije započelo je 2012. godine s ciljem povećanja razine ravnopravnosti spolova u svim državama članicama, uvođenja načela ravnopravnosti te provođenja niza mjera da bi se ona postigla. Sukladno tome, nova Strategija (2014.-2017.) postavila je 5 strateških ciljeva, a oni su vezani uz (Fotak, 2015):

- borbu protiv rodnih stereotipa i seksizma
- prevenciju i borbu protiv nasilja nad ženama
- ravnopravan pristup žena pravosudnim tijelima
- ravnotežu u zastupljenosti žena i muškaraca pri donošenju odluka u političkom i javnom sektoru
- uvođenje načela ravnopravnosti spolova u cjelokupnu politiku i mjera

2.5.2. Konvencije Ujedinjenih naroda i Međunarodne organizacije rada (ILO)

Vezano uz ravnopravnost muškaraca i žena u društvu, zalažu se Ujedinjeni narodi te Međunarodna organizacija rada. Konvencija se zalaže za uklanjanje svim oblika diskriminacije žena i kao takva predstavlja trajni izazov svih zemalja članica potpisnica s ciljem bržeg unaprjeđivanja, promicanja i sprječavanja kršenja ljudskih prava žena. Također, ona u svojim odredbama, između ostalog, obrađuje pitanje diskriminacije žena po pitanju zapošljavanja, odnosno, njome se želi osigurati jednakost muškaraca i žena osobito po pitanju sljedećih prava (Fotak, 2015):

- Prava na rad
- Prava na iste mogućnosti zapošljavanja, primjenu istih kriterija prilikom zapošljavanja
- Prava na slobodan izbor zvanja i zanimanja
- Prava na napredovanje
- Prava na jednake uvjete i nagrade koji proizlaze iz rada
- Prava na stručno osposobljavanje i prekvalifikaciju
- Prava na jednaku naknadu, jednaki tretman za rad jednake vrijednosti
- Sprječavanje diskriminacije glede braka i majčinstva
- Zabrane davanja otkaza zbog trudnoće ili majčinstva
- Prava na plaćeni rodiljski dopust

S druge strane, Međunarodna organizacija rada 1958. godine donijela je Konvenciju o diskriminaciji u od nosu na zaposlenje i zanimanje kojom obvezuje sve zemlje članice koje su ju ratificirale na njezinu provedbu u zakonu i praksi te obvezu periodičnog izvještavanja o njezinoj promjeni. Povezano s time, potrebno je spomenuti i Konvenciju o jednakom nagrađivanju za rad iz 1951. godine te Konvenciju o jednakim mogućnostima i jednakom tretmanu radnika i radnica, a osnovni cilj svih ugovora jest pomoći ženama da se probiju na

tržište rada i tamo učvrste svoj položaj te da se njihov rad jednako cijeli i nagrađuje kao i kod muškaraca (Fotak, 2015).

2.5.3. Propisi vezani uz radne odnose i ravnopravnost spolova u Republici Hrvatskoj

Fotak (2015) u svome radu opisuje nekoliko najvažnijih pravnih akata Republike Hrvatske koji su vezani uz ravnopravnost spolova, a to su:

- Ustav Republike Hrvatske
- Zakon o radu
- Zakon o ravnopravnosti spolova
- Nacionalne politike za ravnopravnost spolova 2011.-2015. godine

Zakon o radu uređuje radne odnose u Republici Hrvatskoj, a u njemu su uz već postojeće odredbe obuhvaćene i prenesene odredbe Direktiva Vijeća Europe kojima se uređuje područje rada, zaštite prava radnika, zaštita žena i socijalna prava. Zakon u jednakoj mjeri obuhvaća i žene i muškarce, no posebno mjesto zauzima područje majčinstva prema kojem se zabranjuje nejednak pristup prema trudnicama, rodiljama ili ženama koje doje djecu. Drugim riječima, poslodavac ne smije odbiti zaposliti ženu ukoliko se ona nalazi u drugom stanju ni otkazati ugovor o radu za vrijeme trudnoće.

Zakon o ravnopravnosti spolova također promiče jednakost između spolova te stvara jednake mogućnosti za muškarce i žene utvrđivanjem, definiranje i uređivanjem načina zaštite. Jednakost tako, Zakon se temelji na jednakosti žena i muškaraca u svim područjima javnog i privatnog života, jednakom statusu te jednakim mogućnostima za ostvarivanje svih prava kao i jednakim koristima od ostvarenih rezultata. Njime se ujedno želi spriječiti svako isključenje ili ograničenje učinjeno zbog spola, a koje za posljedicu ima narušavanje osnovnih ljudskih sloboda i prava u društvenom, ekonomskom, političkom, socijalnom životu i dr.

Nacionalna politika za ravnopravnost spolova u Republici Hrvatskoj strateški je dokument koji izrađuje i nadzire Ured za ravnopravnost spolova, a posljednji takav dokument izrađen je za razdoblje od 2011.-2015. godine. Svrha izrade dokumenta jest pokušaj suzbijanja svih vrsta rodnih diskriminacija te osnaživanje žena u svim sferama života. Sukladno tome, dokument sadrži 7 područja, a ona se obuhvaćaju stvaranje jednakih mogućnosti na tržištu rada, unaprjeđenje primjene rodno osjetljivog odgoja i obrazovanja, sudjelovanje žena u javnom i političkom odlučivanju, uklanjanje nasilja nad ženama, promicanje međunarodne suradnje i

ravnopravnosti spolova izvan Hrvatske te osnaživanje institucija i metoda primjene. Kada se govori o položaju žena na tržištu rada, cilj ove politike jest poboljšati njihov položaj te ukloniti diskriminaciju po pitanju otežanog zapošljavanja, napredovanja, nižih plaća i sl. Stoga se već godina u Hrvatskoj provodi niz projekata, a oni su prikazani slikom 2 (Fotak, 2015).



Slika 2. Projekti vezani uz poboljšanje položaja žena na tržištu rada

Izvor: Prikaz autora prema Fotak (2015), str. 23

Zaključno, iako se već duži niz godina provode navedene strategije kako bi se postigla ravnopravnost žena i muškaraca na tržištu rada, ta ravnopravnost još uvijek nije postignuta. Međutim, vidljivi su manji pomaci postignuti kroz projekte institucija kojima je cilj bio zapošljavanje većeg broja žena, poticanje poduzetništva kod žena te prepoznavanje kvalitete i specifičnosti žena kao radne snage od strane poslodavaca. Prema tome, Nacionalnom strategijom želi se naglasiti specifičnost žena kao radne snage te potaknuti njihovo uključivanje u menadžment poduzeća pod jednakim uvjetima kao i u muškaraca, bez predrasuda i stvaranja razlika.

3. ANALIZA EKONOMSKE I PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

3.1. Poduzetnička aktivnost žena u RH

Poduzetnička aktivnost žena ima vrlo važnu ulogu u razvoju sektora malih i srednjih poduzeća, kako za Hrvatsku, tako i za ostale zemlje u svijetu. Gledajući statističke podatke na koje upućuje izvješće CEPOR-a (2016), udio žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi poduzeća u Hrvatskoj u 2014. godini iznosio je 18,3%, od čega su u 18.115 poduzeća žene bile većinske vlasnice, dok su u 7.525 poduzeća bile suvlasnice s muškarcima ili pravnim osobama. Vlasnička struktura poduzeća u Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2015. godine prema rodnom kriteriju, zabilježila je lagani rast udjela žena vlasnica s 18% na 20,3%, dok je u 2015. godini zabilježen pad u odnosu na prethodnu godinu za 2 postotna poena.

Ukoliko se promatra zastupljenost žena vlasnica u hrvatskim županijama, podaci ukazuju da je u 2015. godini najviše žena svoju poduzetničku aktivnost pokrenulo u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji (21,4%), dok je na drugom mjestu Grad Zagreb (20%). Što se tiče sektora djelatnosti u kojima žene pokreću svoje poduzetničke pothvate, uglavnom se one temelje na (CEPOR, 2016):

- uslužnim djelatnostima (47,5%),
- djelatnostima socijalne zaštite i zdravstvene skrbi (33,3%),
- djelatnostima vezanih uz obrazovanje (32,8%)
- stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima (27,2%)
- djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (20,4%)

Promatrajući aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata žena i muškaraca u Hrvatskoj od 2011. do 2015. godine s obzirom na TEA indeks (indeks poduzetničke aktivnosti) podaci ukazuju da je u 2015. godini udio žena u aktivnostima pokretanja poslovnog pothvata 5,7% dok je udio muškaraca 9,7% što ukazuje na 1,7 puta veću aktivnost muškaraca u pokretanju poslovnog pothvata u odnosu na žene (CEPOR, 2016).

Tablica 3. Razlika u aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata žena i muškaraca u Hrvatskoj od 2011. do 2015. godine, mjereno TEA indeksom

	2011.		2012.		2013.		2014.		2015.	
	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek GEM zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska
TEA Žene	8,7	**4,7**	10,6	**4,9**	11,0	**5,1**	11,3	**4,8**	11,1	**5,7**
TEA Muškarci	10,0	**10,0**	15,4	**11,8**	15,4	**11,5**	14,9	**11,3**	15,4	**9,7**
TEA Muškarci / TEA Žene	1,2	**2,1**	1,5	**2,4**	1,4	**2,2**	1,3	**2,4**	1,6	**1,7**

Izvor: CEPOR (2016), str. 26

Povezano s time, tablica 4 prikazuje omjer poduzetničkih aktivnosti žena i muškaraca s obzirom na dob, prema čemu se zaključuje da je značajniji jaz u ranijim starosnim skupinama, ali i u najstarijoj starosnoj skupini (osim u 2015. godini) (Ivanković et al., 2016).

Tablica 4. Poduzetnička aktivnost po dobnoj skupini i rodnosti

Godina	Dobne granice					
	18-24	**25-34**	**35-44**	**45-54**	**55-64**	**prosjek**
2012.	3,5	2,3	2,1	1,7	3,5	2,4
2013.	2,8	2,2	1,3	2,7	4,9	2,2
2014.	5,0	2,3	1,9	2,4	2,7	2,4
2015.	2,3	2,8	1,2	1,3	1,2	1,7

Izvor: Prikaz autora prema Ivanković et al. (2016), str. 581

3.2. Zaposlenost, plaće i nezaposlenost žena

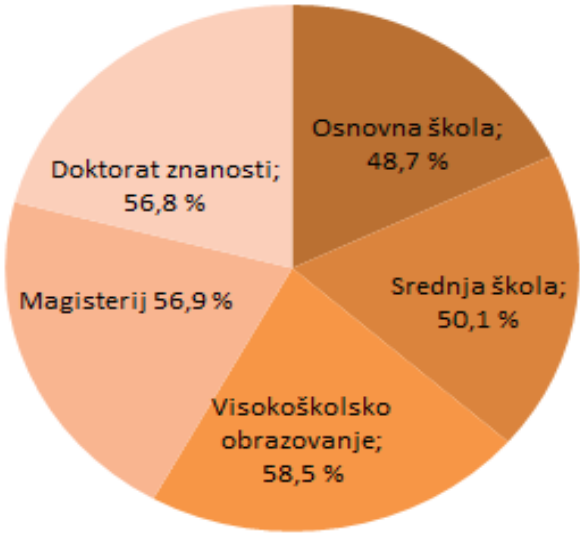
Stopa zaposlenosti mjeri postotak zaposlenih osoba u radno sposobnoj kategoriji stanovništva od 15 do 64 godine. Promatrajući stopu zaposlenosti od 2010.-2012. godine (tablica 5.), vidljivo je kako ona opada, dok je podzastupljenost žena i dalje nepromijenjena.

Tablica 5. Stopa zaposlenosti 2010.-2012. (%)

Godina	U dobi od 15-64 godine		
	UKUPNO	ŽENE	MUŠKARCI
2010.	54,0	48,9	59,4
2011.	52,4	47,0	57,9
2012.	50,7	46,2	55,1

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 9

U strukturi zaposlenih s obzirom na rodnost također postoje velike razlike ovisno o djelatnostima, pa se tako u tzv. „muškim djelatnostima“ (poput građevinarstva, rudarstva, upravljanja vodama i sl.) žene manje zapošljavaju, dok je najveća zaposlenost žena zastupljena je u djelatnostima zdravstvene zaštite i socijalne skrbi. Ovakve razlike uglavnom su uvjetovane s obrazovanjem muške i ženske djece jer obrazovni izbori utječu na oblikovanje strukture radne snage i važni ih je identificirati kako bi se smanjile razlike u kasnijoj životnoj dobi s obzirom na mogućnost pristupa određenim profesijama. Povezano s time, udio ženske populacije među završenim učenicima odnosno studentima bilježi rast od osnovnog do visokog obrazovanja na što ukazuje grafikon 1.



Grafikon 1. Obrazovna struktura žena

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 9

Gledajući razinu plaća u 2011. godini, ponovno je primjetna diskriminacija žena, gdje je prosječna mjesečna bruto plaća žena iznosila 90% od prosječne mjesečne bruto plaće muškaraca. No, unatoč tome, zanimljiva je činjenica da tamo gdje su žene većina s obzirom na strukturu zaposlenih, tamo je prosječna bruto plaća za žene niža i obrnuto za plaće žena u „muškim“ djelatnostima (tablica 6).

Tablica 6. Udio plaća žena u prosječnoj mjesečnoj bruto plaći muškaraca (%)

	%
„ženske djelatnosti“	
Zdravstvena zaštita i socijalna skrb	74,1
Obrazovanje	82,0
„muške djelatnosti“	
Građevinarstvo	116,4
Rudarstvo	106,9
Opskrba vodom i otpadnim vodama	101,3

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 10

Što se tiče nezaposlenosti žena, evidentno je kako one dominiraju ukupnoj nezaposlenosti. Naime, već u posljednjih 60-ak godina, udio nezaposlenih žena u ukupnoj nezaposlenosti ostao je gotovo nepromijenjen (osim dva skoka u 1982. i 2008. godini) što je prikazano tablicom 7.

Tablica 7. Nezaposlene osobe prema dobi i spolu na dan 31.12. (1952.-2013.)

Godina	Ukupno nezaposlenih		Žene 25-40	Žene 40 - 50	Žene 50 i više
	Ukupno	Žene (%)	(%*)	(%*)	(%*)
1952.	27.699	53	53	45	33
1962.	60.699	57	58	54	37
1972.	50.083	55	56	43	31
1982.	107.526	63	63	54	39
1992.	261.050	54	56	49	32
2002.	366.162	56	63	58	41
2008.	240.485	62	69	66	52
2010.	319.845	54	58	61	48
2012.	358.214	53	57	61	47
2013.	363.411	53	56	61	47

*postotni udio žena u ovoj dobnoj skupini nezaposlenih

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 10

Iz navedenog pregleda, također se može zaključiti kako je najveći udio nezaposlenih žena u dobnoj skupini od 25-40 godina, odnosno u godinama rađanja i stvaranja obitelji, ali jednako tako upućuje i na najveći rast udjela nezaposlenih žena u starijim dobnim grupama, posebice onoj od 40-50 godina jer te kategorije žena najviše izložene riziku siromaštva.

3.3. Upravljačka zastupljenost žena, rodne uloge i profesije

U razdoblju od 2011. godine do danas uočen je rast žena na upravljačkim pozicijama (tablica 8). Ključni faktor rasta predstavlja tzv. „strategija rastuće plime“, koja govori kako se sve više povećava broj visokoobrazovanih žena u radnoj snazi. Upravo visoko obrazovanje kod žena smanjuje lidersku poziciju muškaraca na tržištu rada s obzirom da stereotipi naglašavaju da takve pozicije trebaju zauzimati muškarci. Osim toga, podaci ukazuju da na rukovodećim pozicijama postoji puno žena s potencijalom za upravljačke pozicije, iako su one još uvijek podzastupljene. Razlozi podzastupljenosti žena na upravljačkim pozicijama temelje se na sljedećim pokazateljima (Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj, 2014-2020):

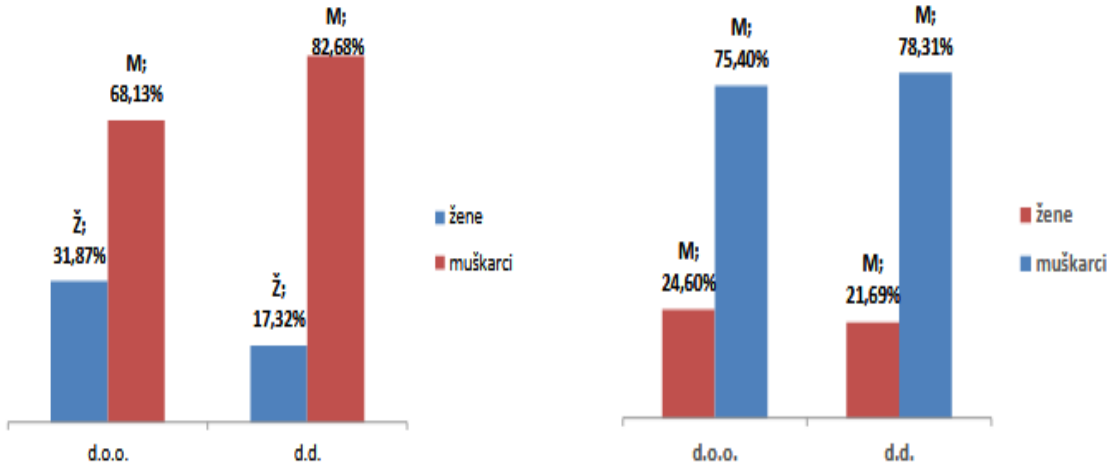
- podzastupljenost žena na upravljačkoj razini podudara se s njihovom podzastupljenošću u broju sudionica/ka na tržištu rada
- žene kasnije ulaze na upravljačke funkcije i ranije s njih odlaze što se podudara s kasnijim ulaskom žena na tržište rada i njihovim ranijim izlaskom s njega
- iako je udio visoko obrazovanih žena na tržištu rada i u trgovačkim društvima veći od udjela muškaraca, u upravljačkim tijelima je situacija obrnuta
- podijeljenost poslova na rukovodećoj razini prema tradicionalnim rodnim ulogama podudara se s horizontalnom segregacijom područja djelatnosti na tržištu rada

Tablica 8. Rodna struktura na upravljačkoj razini (uprava, upravni i nadzorni odbor)

	2011.	2014.	promjena
Žene	19,53%	24,25%	+24,17%
Muškarci	80,47%	75,75%	-5,87%

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 11

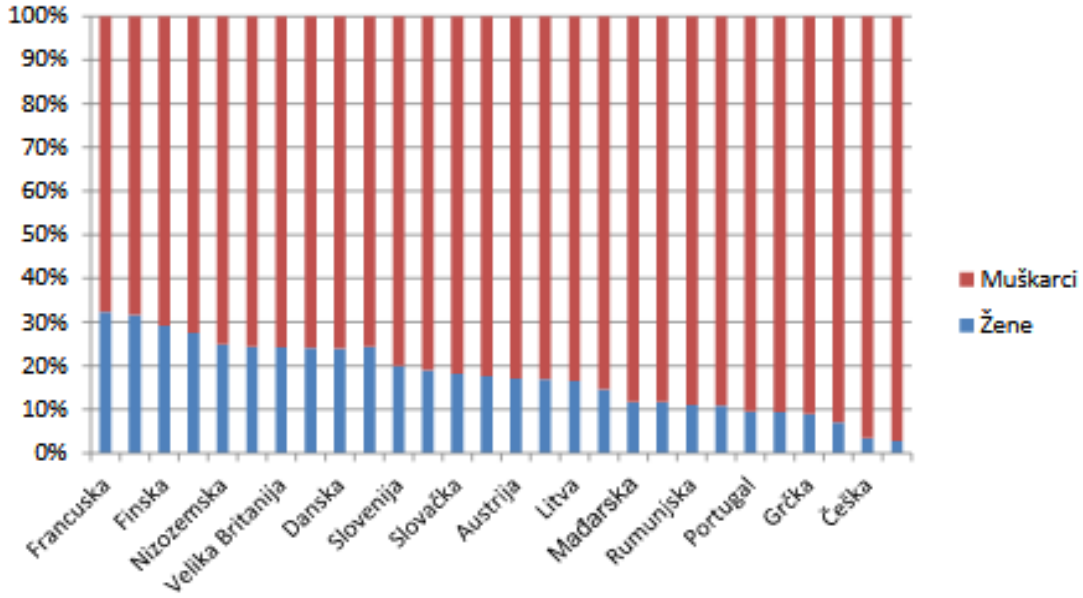
Ukoliko se promatra rodna struktura zasebno u upravnim tijelima te nadzornim odborima Republike Hrvatske, istraživanja su pokazala sljedeće rezultate.



Grafikon 2. Rodna struktura u upravnim tijelima trgovačkih društava

Izvor: Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 12

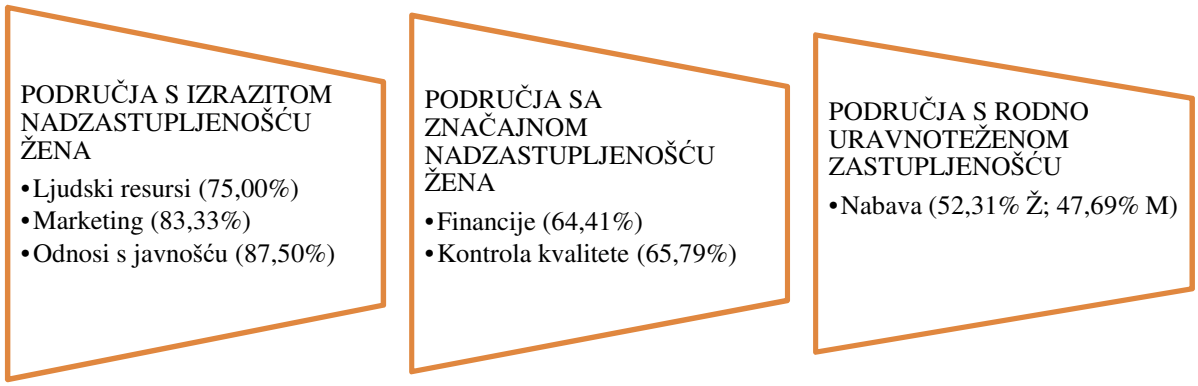
Prema podacima Europske komisije (2014), prosjek zastupljenosti žena na visokim položajima unutar velikih poduzeća kreće se oko 20%. Pri tome su najzastupljenije žene na području Francuske (32,4%), Latvije (31,7%), Finske (29,2%) te Švedske (27,6%), dok je najmanja zastupljenost žena na visokim položajima unutar poduzeća prisutna na Malti i Češkoj (ispod 5%). Republika Hrvatska kreće se oko 19% te time zauzima središnje mjesto ljestvice (grafikon 4).



Grafikon 4. Zastupljenost žena i muškaraca na najvišim upravljačkim pozicijama u velikim kompanijama Europske unije

Izvor: Fotak (2015), str. 33

Promatrajući profesije, odnosno područja u kojima dominiraju žene na rukovodećim pozicijama, moguće je razlikovati 3 razine zastupljenosti :



Slika 3. Područja dominacije žena na rukovodećim pozicijama

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 13

Kada se govori o zastupljenosti žena na rukovodećim pozicijama, također je potrebno spomenuti i tzv. „efekt staklenog stropa“ *(*eng. *Glass ceiling).* To je pojam koji označava vrstu diskriminacije prema kojoj se onemogućuje kvalificiranim i sposobnim ženama napredovanje u tvrtki (Jergovski, 2010). Stakleni strop je nevidljiva prepreka s kojom su žene suočene na svojim radnim mjestima. Drugim riječima, ovaj oblik diskriminacije ukazuje na činjenicu da postoji gornja granica (strop) iznad koje je ženi nemoguće uspinjanje bez obzira na njezina znanja i sposobnosti, uslijed čega je to ograničenje često nevidljivo (zbog čega dobiva pridjev stakleni) jer ga ni same žene ne primjećuju sve dok se ne nađu u takvoj situaciji. Stakleni strop ujedno predstavlja i najviši stupanj koji žena može postići u svojoj poslovnoj karijeri, a za koji joj je potrebno mnogo više vremena i truda za razliku od muškaraca. Stoga, stakleni strop predstavlja rezultate različitih predrasuda, dvostrukih mjerila naspram muškaraca i negativnog stava prema ženama (Jergovski, 2010). Kako bi se razbio stakleni strop, potrebno je odgovoriti na sljedeća pitanja (Nedović et al., 2015):

- zašto je, uz iste kvalifikacije, manje žena na najvišim rukovodećim pozicijama?
- zašto žene u znanosti i visokom školstvu, iako ih ima više, ne participiraju u jednakom postotku na rukovodećim mjestima kao i muškarci?
- zašto žene sporije i manje napreduju?
- kakve su to nevidljive barijere?
- da li žena gubi svoje poželjne karakteristike (brižne majke, supruge) ako iskaže ambiciju, autoritet, samopouzdanje, kompetentnost?

4. CILJEVI I PROGRAMI RAZVOJA PODUZETNIŠTVA ŽENA NA PRIMJERU IZ PRAKSE

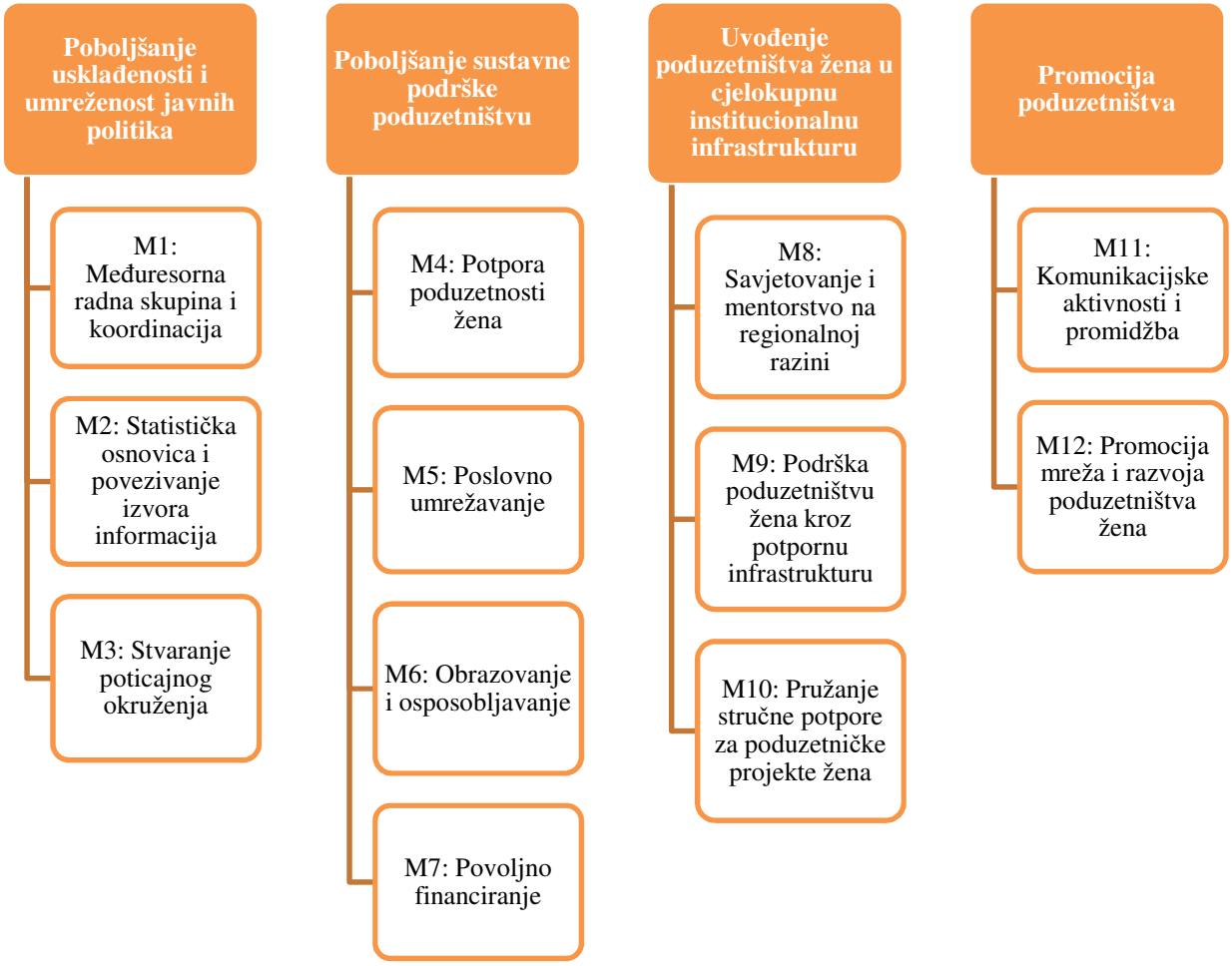
4.1. Ciljevi poduzetništva žena

Kako bi se potaknuo razvoj poduzetničke aktivnosti žena, zahtijeva se definiranje šireg konteksta javne politike unutar kojeg se mora osigurati komplementarnost i vremenska povezanost različitih programa i inicijativa koji bi u konačnici trebali voditi do ostvarenja temeljnog cilja, a to je veće učešće poduzetnički aktivnih žena. Upravo zbog toga, razvijena je Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014.-2020., a temeljena je na sljedećim odrednicama:

- ciljevi javne politike (uključenost, pametni i održivi razvoj) – vladine politike trebaju se temeljiti na povećanju uključenosti žena u poduzetničke aktivnosti, jačanju udjela rastućih poduzeća u vlasništvu žena i regulatornom okviru koji uvažava potrebe malih poduzeća
- umreženost i konzistentnost različitih vladinih politika (obrazovanje žena, dostupnost financijskih resursa, samozapošljavanje i sl.) – složenost uključivanja žena u poduzetničku aktivnost zahtijeva dobru umreženost, ali i konzistentnost različitih vladinih politika tijekom vremena
- komplementarnost vladinih programa – ukoliko svi programi uvažavaju ciljeve i strateške prioritete postavljene Strategijom, tada će ostvariti i sinergija između različitih programa i doprinijeti ostvarenju postavljenih ciljeva
- dugoročna vizija – uključivanje žena u poduzetničke aktivnosti nalaze se pod utjecajem raznim čimbenika od kojih neki zahtijevaju mnogo više vremena kako bi od prepreka postali snaga koja će doprinijeti razvoju poduzetničke klime i za žene
- regionalna dimenzija – razlike u regionalnoj razvijenosti RH sa sobom nose i razlike vezane uz aktivnost žena (primjerice, neke regije nemaju dovoljno vrtića kao ni kapaciteta za starije osobe, a već je prethodno utvrđeno kako su upravo te djelatnosti najčešće zastupljene kod žena poduzetnica)

Na razini Republike Hrvatske nekoliko je razloga za intenziviranjem rodne uravnoteženosti poduzetništva, s to su: porast stope rizika od siromaštva za žene (posebice žene starije dobi), dominacija žena u nezaposlenosti, dominacija muškaraca u poduzetničkoj aktivnosti te

fragmentirani, nepovezani programi i aktivnosti. Sukladno tome, Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.) u cilju povećanja poduzetničke aktivnosti žena definira četiri strateška cilja i dvanaest mjera prikazanih slikom 4.



Slika 4. Ciljevi i mjere razvoja poduzetništva žena (2014.-2020.)

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), str. 24-29

4.2. Programi i projekti poticanja ženskog poduzetništva

Kako bi se potaknuo razvoj poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj, u 2014. godini provedeno je nekoliko programa i projekata, a to su (CEPOR, 2015):

- Ministarstvo poduzetništva i obrta – Poduzetnički impuls 2014.

Ovim programom hrvatskim je poduzetnicama u 2014. godini dodijeljena ukupno 1,471 potpora u ukupnoj vrijednosti od 92,7 milijuna kuna. Osim toga, u okviru Poduzetničkog

impulsa 2014. godine, ženama poduzetnicama dodijeljeno je 509 bespovratnih potpora, odnosno 33, 2% svih dodijeljenih potpora. Ukupna vrijednost potpora ženama poduzetnicama u 2014. iznosila je 19,7 milijuna kuna, a to je 21,3% vrijednosti ukupno dodijeljenih potpora svim poduzetnicima u tom razdoblju (tablica 9). Promatrajući cjelokupno razdoblje (2010.-2014.), ženama je dodijeljeno 165,5 milijuna kuna, a prosječna vrijednost potpore tijekom tog razdoblja iznosi 25.165 kuna.

Tablica 9. Potpore dodijeljene ženama poduzetnicama kroz Poduzetnički impuls (2010.-2014.)

	Ukupni broj dodijeljenih potpora	Broj dodijeljenih potpora ženama poduzetnicama	Udio žena %	Ukupno dodijeljeni iznos potpora Kn	Dodijeljeni iznos ženama poduzetnicama Kn	Udio žena %
2010.	5.036	1.973	39,2	249.427.818,08	39.431.856,02	15,8
2011.	5.537	2.549	46,0	199.723.565,72	42.992.785,22	21,5
2012.	2.437	851	34,9	165.510.589,97	40.818.913,71	24,6
2013.	1.765	694	39,3	136.595.800,06	22.517.730,87	16,5
2014.	1.471	509	33,2	92.703.357,93	19.721.743,00	21,3
Ukupno	**16.246**	**6.576**	**40,5**	**843.961.131,76**	**165.483.028,82**	**19,6**

Izvor: CEPOR (2015), str. 35

- Hrvatska banaka za obnovu i razvitak (HBOR) – program kreditiranja ženskog poduzetništva „Žene poduzetnice“

HBOR je započeo s provođenjem programa kreditiranja žena poduzetnica u 2011. godini, sukladno Akcijskom planu za provedbu Strategije razvoja ženskoj poduzetništva u RH za razdoblje 2010.-2013., a s ciljem poticanja osnivanja i razvoja poslovanja malih i srednjih poduzeća u većinskom vlasništvu žena. Tako je u 2014. godini odobren 81 kredit ženama poduzetnicama u ukupnom iznosu od 33,3 milijuna kuna, a za razdoblje od 2011.-2014. odobreno je ukupno 304 kredita za žene poduzetnice, ukupne vrijednosti gotovo 140 milijuna kuna (tablica 10).

Tablica 10. Odobreni krediti po programu „Žene poduzetnice“ HBOR-a (2011. - 2014.)

	Broj ukupno odobrenih kredita	Iznos odobrenja, kn	Prosječni iznos odobrenog kredita, kn
2011.	32	15.269.215,94	477.162,99
2012.	86	40.694.803,11	473.195,39
2013.	105	50.348.419,52	479.508,76
2014.	81	33.350.272,95	411.731,76
Ukupno	**304**	**139.662.711,52**	**459.416,81**

Izvor: CEPOR (2015), str. 36

- Regionalni centar za razvoj poduzetničkih kompetencija za zemlje jugoistočne Europe (SEECEL) i Gend Task Force (GTF) – projekt „Žene poduzetnice – pokretači stvaranja novih radnih mjesta na području jugoistočne Europe“

Glavni cilj ovog projekta odnosi se na promociju ženskog poduzetništva u jugoistočnoj Europi kroz suradnju javnog i privatnog sektora, zatim promociju najboljih praksi politika za žensko poduzetništvo te izgradnju kapaciteta nacionalnih i regionalnih ženskih poduzetničkih mreža i udruga. U razdoblju od 2012.-2015. godine u projektu sudjeluje ukupno 9 zemalja, a ključna područja projekta koja su usmjerena na razvoj podrške poduzetnicama u jugoistočnoj Europi podrazumijevaju:

- ✓ razvoj 2. generacije indikatora koji proizlaze iz Small Business Act za žensko poduzetništvo
- ✓ stvaranje WETNAS (Women Enterprenaurship Training Needs Analysis) sustava na regionalnoj razini
- ✓ razvoj modula izobrazbe za osposobljavanje i usavršavanje temeljenih na rezultatima WETNAS-a
- ✓ promocija najbolje prakse politika za žensko poduzetništvo, te izgradnja kapaciteta nacionalnih i regionalnih ženskih poduzetničkih mreža i udruga
- ✓ iniciranje razvoja i unapređenje okvira za podršku politikama za žensko poduzetništvo, na osnovu najboljih praksi

- HGK Županijska komora Split – Poduzetnički inkubator za poduzetnice – početnice

Županijska komora Split u srpnju 2015. godine objavila je javni poziv za ulazak u „Poduzetnički inkubator za poduzetnice – početnice“, a svojim poduzetnicama – početnicama nudi četiri opremljena uredska prostora, uz dodatne pogodnosti kao što su besplatno korištenje dvorana za sastanke, interneta, savjetodavnu i organizacijsku pomoć. Osim toga, poduzetnice mogu koristiti i infrastrukturu inkubatora do 3 godine, pri čemu prve godine ne plaćaju najamninu. Jednako tako, Splitska Županijska komora HGK već 15 godina organizira Okrugli stol za žensko poduzetništvo pri Forumu gospodarskih komora jadransko-jonskog područja te sudjeluje u organizaciji Kongresa poduzetnica jadransko-jonskog područja.

- European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), Advice for Small Business – Program za žene poduzetnice (Women in Business)

Ovaj program namijenjen je poduzećima koja su u većinskom privatnom i hrvatskom vlasništvu te zadovoljavaju kriteriju EU definicije malog i srednjeg poduzetništva, imaju potencijal za rast i razvoj dok se žena nalazi na najvišoj razini upravljačke strukture. Temelj programa predstavljaju dvije komponente, od kojih je jedna financijske, a druga nefinancijske prirode. Financijski dio odnosi se na specijalizirane kredite za žene poduzetnice koji se nude preko Raiffeisen Banke i Privredne Banke Zagreb, dok nefinancijski dio obuhvaća poslovno savjetovanje, edukacije, poslovno treniranje i mentorstvo.

- CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje

CESI je neprofitna udruga koja u okviru svog Programa socijalna pravda i jednake mogućnosti, između ostalog, radi i na osmišljavanju i provedbi projekata koji su usmjereni na poboljšanje položaja žena na tržištu rana, a sukladno tome i smanjenje nezaposlenosti žena. Tako je CESI u 2014. godini sudjelovao kao partner u projektu BADGE – Empowering Female Enterpreneurship koji je bio financiran od strane Europske komisije, a temeljni cilj projekta bio je osnažiti žene suočene sa višestrukim teškoćama u svijetu rada prilikom pokretanja vlastitog biznisa. CESI je u projektu provodio edukativne radionice za žene poduzetnice – početnice da bi one stekle vještine i kompetencije koje su im potrebne za pokretanje vlastite inicijative.

- Women in Adria

Women in Adria je mreža poslovnih žena pokrenuta 2012. godine, a temeljni cilj joj je umrežavanje i razmjena iskustava poslovnih žena. Mreža funkcionira kroz web portal, društvene mreže te organizaciju događaja umrežavanja (networking) i na taj način nastoji ženama poduzetnicama i onima u korporativnom svijetu pružiti podršku i utjecati na poboljšanje položaja žena u poslovnom svijetu.

4.3. Primjer uspješne žene poduzetnice

U Hrvatskoj posljednjih godina postoji niz pozitivnih primjera uspješnosti žena u poduzetništvu. Jedan takav primjer jest Gordana Nikolić, žena koja je od strane Hrvatske udruge poslovnih žena Krug, proglašena poduzetnicom 2014. godine.

4.3.1. Karijera



Gordana Nikolić vlasnica je i dekanica Poslovne akademije Rijeka (PAR), odnosno, jedina žena u Hrvatskoj koja je osnivačica i ujedno zauzima tako visoku poziciju na nekom od fakulteta u zemlji.

Okolnosti koje su je motivirale na osnivanje takve ustanove su iskustvo koje je stekla radeći kao profesorica i menadžerica u raznim privatnim i javnim poduzećima te visokoobrazovnim ustanovama, gdje je uvidjela prednosti i nedostatke istih. Iako je bila zadovoljna poslovima na kojima je radila, htjela se okušati u poduzetničkim vodama, a zahvaljujući različitim pozitivnim i negativnim iskustvima koje je kroz godine rada stekla, imala je dobre razloge i osnove otvoriti visokoobrazovnu ustanovu. „Uz mnogo pozitivnih situacija, iskusila sam popriličan broj negativnih koje su me potaknule na razmišljanje o osamostaljivanju i željom za promjenama. Iako mi je iskustvo u gospodarskom sektoru bilo uglavnom ohrabrujuće, shvatila sam da mi nedostaje prostora za osobni razvoj i djelovanje u društvu, odnosno širenje pozitivne promjene.“ (Ožanić, 2016).

Poduzetnica 2014. godine smatra kako je za uspješan poslovni pothvat važno imati dobru ideju u koju treba snažno vjerovati, ali su neophodna i osnovna znanja o upravljanju i menadžmentu. Kako bi se olakšalo otvaranje biznisa, smatra Nikolić, važno je proučiti zakonodavni okvir. Primjerice, prilikom otvaranja akademije postojala je administrativna prepreka zbog riječi „akademija“ u nazivu poslovne škole, jer, kako navodi pravna praksa, ta se riječ može jedino koristiti u kontekstu glazbene, dramske ili pak likovne akademije. Tek nakon tri mjeseca raznih pregovora s pravnom birokracijom, došlo se do kompromisa i škola je nazvana skraćeno P.A.R. d.o.o., što znači Poslovna akademija Rijeka.

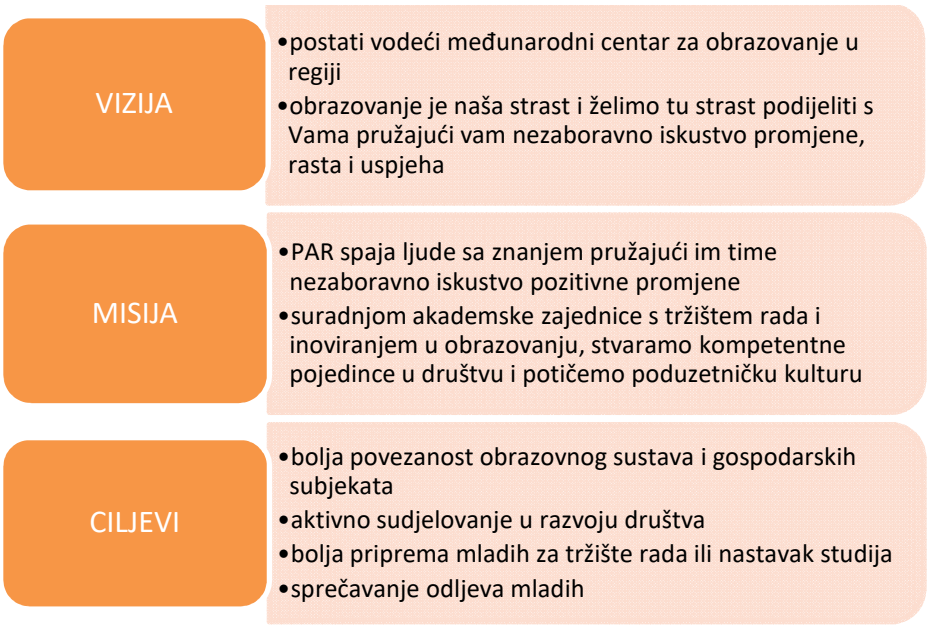
4.3.2. Povijest PAR-a

Visoku poslovnu školu PAR 2012. je osnovala Gordana Nikolić, a dio je tradicije stručnog obrazovanja koje je 2008. godine započela poslovna akademija Rijeka, u suradnji sa zastupstvom njemačkog stručnog studija, Poslovnom akademijom Nordehessen. Studij koji škola provodi odnosi se na poslovno upravljanje (Business Management) „s ciljem obrazovanja mladih, modernih i poduzetnički orijentiranih kadrova te kao odgovor na potrebu budućih studenata koji žele drugačije obrazovanje.“ (PAR, 2017). O snazi ustanove govori činjenica kako je to jedina privatna visokoobrazovna institucija na području Primorsko – Goranske županije. Ističu kako je to jedina ustanova koja programe provodi podjednakim omjerom teorije i prakse, a jedna od najvećih prednosti je što se praksa proteže kroz sve grane djelatnosti. Djelatnosti koje obavlja visoka škola PAR jesu:

- „ustroj i izvedba stručnog studija Poslovno planiranje
- provođenje programa usavršavanja
- organizacija stručnih seminara, tečajeva i radionica neformalnog obrazovanja
- organizacija međunarodnih skupova, konferencija, savjetovanja te ljetnih i zimskih škola za studente
- zastupanje međunarodnih znanstvenih ustanova“ (PAR, 2017)

Škola je prepoznala potrebu kvalitetnijeg obrazovanja sportaša te studentima – sportašima omogućila studiranje studija Poslovno planiranje u skladu s njihovim potrebama i obvezama koje su vezane uz njihov sportski život. Osim sportske akademije, od 2013. godine osnovan je Centar za jezike PAR koji nudi jedinstveni, komunikativniji pristup učenju jezika.

4.3.3. Vizija, misija, ciljevi i organizacijska struktura



Slika 5. Vizija, misija i ciljevi Poslovne akademije Rijeka

Izvor: Prikaz autora prema Visoka poslovna škola PAR (2017)

Visokom poslovnom školom PAR upravljaju tri glavna tijela: Dekan, Upravno te Stručno vijeće.

Tablica 11. Glavna tijela i funkcije Visoke poslovne škole PAR

Tijelo	Uloga
Dekan	Ustrojava i vodi rad i poslovanje škole, predstavnik i zastupnik škole, predlaže imenovanje prodekana i savjetnika, predsjedava Stručnim vijećem, donosi opće akte, financijske plan te proračun uz suglasnost drugih tijela i dr.
Stručno vijeće	Odlučuje o stručnim i nastavnim pitanjima, bira dekana uz suglasnost osnivača i Upravnog vijeća, bira prodekane i savjetnike na prijedlog dekana, predlaže programe i studijske aktivnosti, predlaže uvjete za upis i sl.
Upravno vijeće	Brine o ostvarivanju djelatnosti škole te provođenju odluka Stručnog vijeća, potvrđuje izbor dekana uz suglasnost Stručnog vijeća, predlaže promjene ili proširenje djelatnosti, odlučuje o godišnjim upisnim kvotama itd.

Izvor: Prikaz autora prema Visoka poslovna škola PAR (2017)

5. ZAKLJUČAK

Problem nedovoljne zastupljenosti žena u poduzetništvu i, općenito, žena na tržištu rada najprisutniji je u manje razvijenim te tranzicijskim zemljama, a glavni razlog tome je prelazak iz planskog u tržišno gospodarstvo, uslijed čega je velik broj žena ostao nezaposlen. Velika kreativnost i želja za promjenama utjecale su na samoaktivaciju žena te se sve više njih odlučuje na bavljenje nekim oblikom biznisa, odnosno poduzetništva. Najučestaliji oblici u kojima se žensko poduzetništvo javlja su moda, hrana, trgovina i dr., a brojni centri koji podupiru žene u poduzetništvu omogućuju im dodatnu izobrazbu na području upravljanja, menadžmenta, marketinga i drugih korisnih vještina.

Stručnjaci smatraju kako su žene u poduzetništvu dobrodošle, i to ne samo zbog izjednačavanja s muškarcima, već zbog specifičnih pozitivnih karakteristika. Naime, radna mjesta koja otvaraju žene su sigurnija, žene su senzibilnije i bolje postupaju prema zaposlenima, više ulažu u njihovo obrazovanje i podupiru ih u ostvarenju ambicija, spremnije su na timski rad, opreznije prilikom uzimanja kredita i sl.

Najveći problemi i prepreke ženama u poduzetništvu ili onih koje se žele okušati u poduzetničkim vodama vezani su uz nedostupnost informacija, novčanih sredstava i/ili izobrazbe, a osim toga, manje su prisutne na tržištu rada te slabije plaćene u jednakim poslovima od muških kolega, puno su manje zastupljene na vodećim (upravljačkim) pozicijama, ulaganja u veću zaposlenost žena su premala, a od strane nositelja javnih politika ne uživaju potrebnu potporu. EU stoga posljednjih godina donosi strategije i mjere kojima nastoji ispraviti socijalnu nepravdu, u ovom slučaju potaknuti žensko poduzetništvo i veću zastupljenost i jednakost žena na tržištu rada.

Posljednjih petnaestak godina RH je počela intenzivnije poticati žensko poduzetništvo. Strategije i programi koji se donose nastoje potaknuti žene da se okušaju u poduzetničkom svijetu, a čime se nastoji smanjiti velika razlika u zastupljenosti spolova u poduzetništvu i na tržištu rada. Osim toga, nastoje se stvoriti pretpostavke uspješnost uključivanja žena na visoke pozicije u poduzećima te im omogućiti njihov osobni i profesionalni razvoj, bez predrasuda i spolnih razlika.

Hrvatska je jedna od tranzicijskih zemalja, stoga je slaba zastupljenost i nejednakost žena u poduzetništvu i na tržištu rada jako vidljiva. Od ukupne poduzetničke aktivnosti u zemlji, žene zauzimaju svega 20-ak posto, a uz to TEA indeks pokazuje 1,7 puta veću aktivnost pokretanja poslovnog pothvata od strane muškaraca, što još više produbljuje navedeni jaz te stvara negativni budući trend. Također, ne može se ne zamijetiti diskriminacija žena u pogledu dohotka, gdje za jednake poslove ostvaruju tek 70-80% plaće muškaraca. Uz to, veća nezaposlenost žena i manja prisutnost na rukovodećim pozicijama još više produbljuje razlike na tržištu rada, ali s druge strane, može potaknuti žene na neovisnost, odnosno bavljenje nekim oblikom biznisa.

Kako bi se riješili navedeni problemi i potaknulo žensko poduzetništvo, donijeta je Strategija razvoja poduzetništva žena u RH za razdoblje od 2014-2020., koja uključuje načine kojima bi se povećala uključenost žena u poduzetničkim aktivnostima, njihovo obrazovanje i financijska potpora i dr. Uz to, od 2014. godine otvoren je Poduzetnički impuls kojem je cilj poticati i promovirati žensko poduzetništvo i koji financijski podupire sadašnje i buduće žene poduzetnice. Od ostalih organizacija tu je HBOR i njezin program „Žene poduzetnice“ kojima se kreditira žensko poduzetništvo, Regionalni centar za razvoj poduzetničkih kompetencija za zemlje jugoistočne Europe koji je donio program „Žene poduzetnice – pokretači stvaranja novih radnih mjesta na području jugoistočne Europe“, Poduzetnički inkubator za poduzetnice i brojni drugi. Kroz primjer uspješne žene poduzetnice, Gordane Nikolić, može se vidjeti kako se upornošću i znanjem može postići sve. Poduzetnica 2014. godine pokazala je kako i žene mogu uspjeti u poslovnom svijetu, ali trebaju vjerovati u svoju ideju i slijediti je maksimalno.

Može se zaključiti kako je potrebno razvijati i poticati pozitivno okruženje u kojem će žene poduzetnice moći realizirati svoje ideje i ciljeve. Osim toga, važno ih je moralno i financijski podupirati kako bi mogle ravnopravno konkurirati u poduzetničkom svijetu te na tržištu rada.

LITERATURA

1. CEPOR (2015): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2015., raspoloživo na www.cepor.hr/wp-content/uploads/2016/06/Cepor-izvjesce-2015-HR.pdf, [10.8.2017.]
2. CEPOR (2016): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2016., raspoloživo na http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf, [10.08.2017.]
3. Deloitte Hrvatska (2013): Žene u poslovnom svijetu, raspoloživo na https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_shexo_zene_u_poslovnom_svijetu.pdf, [09.08.2017.]
4. Fotak, Đ. (2015): Položaj žena na tržištu rada, raspoloživo na https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A241/datastream/PDF/view, [16.08.2017.]
5. Hisrich, R. D et al. (2008): Poduzetništvo, Mate d.o.o., Zagreb
6. Hisrich, R. D. (2011): Poduzetništvo, 7. izdanje, Mate d.o.o.,Zagreb
7. Ivanković, D. et al. (2016): Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj, raspoloživo na http://www.eraz.org.rs/uploads/4/7/0/4/47046595/68_ivankovi%C4%87_kulenovi%C4%87_sudari%C4%87_%C5%BDensko_poduzetni%C5%A0tvo_i_poduzetni%C4%8Cka_aktivnost_%C5%BDena_u_republici_hrvatskoj_international_scientific_conference_eraz_2016_belgrade_serbia_576-582_pp..pdf., [17.08.2017.]
8. Jergovski, A. (2010): Stakleni strop - Granice u napredovanju žena na radnom mjestu, raspoloživo na http://hrcak.srce.hr/59184?lang=en, [15.08.2017.]
9. Kolaković, M. (2006): Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija d.o.o., Zagreb
10. Lončarić, A. (2015): Poduzetništvo žena u Istarskoj županiji, raspoloživo na https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A146/datastream/PDF/view, [13.08.2017.]
11. Ministarstvo poduzetništva i obrta (MINPO): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., raspoloživo na http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRPŽ 2014 - 2020.pdf
12. Nedović, M. el al. (2015): Stakleni strop – položaj žena u sustavu znanosti, raspoloživo na http://hrcak.srce.hr/144515, [11.08.2017.]

13. Ožanić, J. (2016): Priča o uspjehu – od profesorice do poduzetnice godine, raspoloživo na https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/prica-o-uspjehu-od-profesorice-do-poduzetnice-godine-20160307, [17.08.2017.]
14. PAR – Visoka poslovna škola (2017), raspoloživo na http://par.hr/, [20.08.2017.]
15. Stilin, A. (2016): Suvremeni trendovi u poduzetništvu, raspoloživo na http://hrcak.srce.hr/171161, [16.08.2017.]
16. Turk, M. (1999): Poduzetništvo za 21. stoljeće - priručnik za učitelje/trenere, savjetnike i promotore poduzetništva, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, Zagreb
17. Vuk, B. et al. (2006): Primijenjeno poduzetništvo, Beretin d.o.o., Split

POPIS SLIKA

Slika 1. Prepreke ulaska žena u poduzetništvo 6
Slika 2. Projekti vezani uz poboljšanje položaja žena na tržištu rada 14
Slika 3. Područja dominacije žena na rukovodećim pozicijama 21
Slika 4. Ciljevi i mjere razvoja poduzetništva žena (2014.-2020.) 23
Slika 5. Vizija, misija i ciljevi Poslovne akademije Rijeka 29

POPIS TABLICA

Tablica 1. Faktori koji utječu na žensko poduzetništvo 4
Tablica 2. Usporedba poduzetnica i poduzetnika 10
Tablica 3. Razlika u aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata žena i muškaraca u Hrvatskoj od 2011. do 2015. godine, mjereno TEA indeksom 16
Tablica 4. Poduzetnička aktivnost po dobnoj skupini i rodnosti 16
Tablica 5. Stopa zaposlenosti 2010.-2012. (%) 17
Tablica 6. Udio plaća žena u prosječnoj mjesečnoj bruto plaći muškaraca (%) 18
Tablica 7. Nezaposlene osobe prema dobi i spolu na dan 31.12. (1952.-2013.) 18
Tablica 8. Rodna struktura na upravljačkoj razini (uprava, upravni i nadzorni odbor) 19
Tablica 9. Potpore dodijeljene ženama poduzetnicama kroz Poduzetnički impuls (2010.-2014.) 24
Tablica 10. Odobreni krediti po programu „Žene poduzetnice“ HBOR-a (2011. - 2014.) 25
Tablica 11. Glavna tijela i funkcije Visoke poslovne škole PAR 29

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Obrazovna struktura žena 17
Grafikon 2. Rodna struktura u upravnim tijelima trgovačkih društava 20
Grafikon 3. Rodna struktura u nadzornim odborima 20
Grafikon 4. Zastupljenost žena i muškaraca na najvišim upravljačkim pozicijama u velikim kompanijama Europske unije 20