

Davor Perkov
Zvonko Merkaš

ANALIZA PREPREKA I POTPORA VEĆOJ ZASTUPLJENOSTI ŽENA U HRVATSKOM PODUZETNIŠTVU (na dan 26. 11. 2024.)

Petra Marić

ANALYSIS OF DISINCENTIVES AND INCENTIVES FOR HIGHER REPRESENTATION OF WOMEN IN CROATIAN ENTREPRENEURSHIP (on 26/11/2024)

SAŽETAK: Promicanje modela poduzetništva žena i uklanjanje rodne diskriminacije danas su u žarištu interesa šire međunarodne zajednice. Specifične mjere koje poduzima država za ravnomjerniju zastupljenost žena u poduzetništvu nedovoljne su ako ne uključuju rodno osviještene međusektorske politike. Iako predstavljaju većinu europskog stanovništva (51 %), žene su u području poduzetničkog upravljanja znatno podzastupljene jer je u 2022. od svaka tri menadžera bila samo jedna žena (35,1 %). Tako su u najvišim rukovodnim strukturama deset najvećih međunarodnih i domaćih hotelskih kuća koje posluju u Hrvatskoj žene bile zastupljene sa samo 15,1 % (i samo u polovini promatranih poduzeća!). Iako je već niz godina u laganom porastu, aktivnost ženske populacije u hrvatskom poduzetništvu znatno je niža nego muške pa je posljedično samo petina trgovačkih društava u ženskom vlasništvu. S obzirom na to da postoje elementi razlika, ali i uzajamnog nadopunjavanja u načinu vođenja muškaraca i žena, optimalan omjer dvaju rodova na ključnim pozicijama u

ABSTRACT: Promoting the female entrepreneurship model and eliminating gender discrimination are currently the focal point of interest of the wider international community. Specific government measures for a more equal representation of women in entrepreneurship are insufficient if they do not include policies of gender awareness across sectors. Despite representing the majority of European population (51 %), women are significantly underrepresented in the area of entrepreneurial management, with one out of three managers (35.1 %) being female in 2022. Thus, the highest leadership positions in the biggest ten international and domestic hotels in Croatia were held by only 15.1 % of women (in only half of the observed companies!). Although it has been slightly increasing for several years, the activity of female population in Croatian entrepreneurship is significantly lower than that of male population. Consequently, only 1/5 companies are owned by women. Considering that there are differentiating but also mutually complementing elements in management styles between men and women, the optimal ratio of both



This work is licensed under a CC BY-NC 4.0 license
© author(s)
Ovaj je rad licenciran pod licencom CC BY-NC 4.0
© autor(i)

Davor Perkov, *docent, Libertas međunarodno sveučilište* address: Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Croatia

Zvonko Merkaš, *izvanredni profesor, Libertas međunarodno sveučilište* address: Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Croatia

Petra Marić, *sveučilišna magistrica ekonomije s diplomskog studija „Poslovna ekonomija i globalizacija“, Libertas međunarodno sveučilište* address: Trg J. F. Kennedyja 6, 10000 Zagreb, Croatia

korporativnom i SME poduzetništvu općenito bi poduzećima omogućio ostvarivanje boljih poslovnih rezultata. Glavni je cilj rada objasniti motive žena za ulazak u poduzetništvo, kao i prepreke koje im u Hrvatskoj otežavaju ravnopravniju zastupljenost i uspjeh. U tu svrhu provedeno je empirijsko istraživanje na uzorku od 100 hrvatskih poduzetnica. Proučavanje rodni razlika, između ostaloga, usko je povezano s nastojanjima postizanja ravnoteže između posla i obiteljskog života poduzetnica. To je područje iznimno važno za dobrobit žena i za uspješno funkcioniranje poduzeća u SME sektoru. Ovaj rad potvrdio je hipotezu da su hrvatske poduzetnice, unatoč obiteljskim obvezama, u mogućnosti kvalitetno obavljati upravljačke poslove u poduzećima.

KLJUČNE RIJEČI: izvori financiranja, poduzetništvo žena, raznolikost i inkluzivnost, rodna ravnopravnost, samoaktualizacija, usklađivanje poslovnog i obiteljskog života

UVOD

Iako s udjelima od 51 % predstavljaju većinu u europskoj i hrvatskoj populaciji, žene su u području poduzetništva i zaposlenosti manjina te su u nepovoljnijem socijalnom, kulturnom, ekonomskom i političkom položaju u odnosu na muškarce. Globalnom BDP-u pridonose sa samo 37 % pa poticanje većeg broja žena u poduzetništvu nije važno samo za održivost nacionalnog gospodarstva već i za ubrzanje općeg globalnog ekonomskog razvoja (WEF, 2024).

Među svim visokokvalificiranim osobama u Europi žene čine 60 %, ali i dalje su nedovoljno zastupljene na najvišim pozicijama menadžmenta u poduzećima. Direktiva o poboljšanju ravnoteže rodova među neizvršnim direktorima trgovačkih društava koja kotiraju na burzama EU-a (EK,

genders holding key positions in corporate and SME entrepreneurship would generally enable companies to achieve better business results. The main purpose of this paper is to explain women's motives to enter entrepreneurship as well as disincentives hindering their more equal representation and success in Croatia. For that purpose, an empirical research was conducted on the sample of 100 Croatian female entrepreneurs. The study of gender differences is, among others, closely connected with efforts to achieve work-life balance of female entrepreneurs. The area is highly significant for the wellbeing of women and successful functioning of companies in the SME sector. The paper confirms the hypothesis that despite family obligations, Croatian female entrepreneurs are able to perform quality managerial company activities.

KEY WORDS: sources of finance, female entrepreneurship, diversity and inclusion, gender equality, self-realisation, work-life balance

INTRODUCTION

Even with a majority share of 51 % in European and Croatian population, women in the area of entrepreneurship and employment represent a minority and are in unfavourable social, cultural, economic and political position in relation to men. They contribute with only 37 % to the global GDP; therefore, the incentives for larger number of women in entrepreneurship are important not only for the sustainability of national economy, but also for the acceleration of the global economic development (WEF, 2024).

Women make up a share of 60 % in all highly qualified persons in Europe, but they are still insufficiently represented in highest management company positions. The Directive on the improvement of gender balance among nonexecutive directors of listed companies in

2022) postavlja za cilj do sredine 2026. udio od 40 % žena među neizvršnim direktorima i 33 % među svim direktorima. Time se želi osigurati jasnoća i transparentnost procedura za imenovanja u odbore, rodna ravnopravnost na upravljačkim funkcijama u poduzećima te objektivnost pri evaluaciji znanja i individualnosti kandidata bez obzira na rod.

Prema izvješću The Female FTSE Board Report 2022, zastupljenost žena u upravama 350 najvažnijih društava na Londonskoj burzi bila je 40 % i pokazuje trend rasta (jednako kao i udio od 34,7 % žena u upravama najvažnijih društava izlistanih na burzama u EU-u). Kod nas žene zauzimaju tek trećinu svih direktorskih pozicija u poduzećima koja kotiraju na burzi. Broj poduzeća u sustavu Crobex kojima je na čelu predsjednica uprave ima trend pada (u 2024. ih je samo 4 %). Kada je riječ, primjerice, o hrvatskom hotelijerstvu, od ukupno 73 člana nadzornih i upravnih odbora deset najvećih hotelskih poduzeća samo su 11 bile žene (15,1 %). U polovini tih poduzeća nema nijedne žene na visokim menadžerskim pozicijama.

Unatoč činjenici da se, prema SBDC-u (2019), u posljednjih 25 godina broj poduzeća u vlasništvu žena više nego udvostručio (+114 %), poduzetništvo žena nije obilježje samo suvremene ere. Naime, još u 17. stoljeću pojavljuju se prve poduzetnice (ponajviše udovice i samohrane majke), uglavnom zbog prijeke potrebe (Miošić Lisjak i Ćurlin, 2002). Rane 1900-te obilježile su poduzetnice poput Madam C. J. Walker, Coco Chanel i Olive Ann Beech, koje su izgradile vlastite brendove i pritom uložile velik napor u borbu protiv diskriminacije, nejednakih plaća i stigmati prema ženama. Yadav i Unni (2016) smatraju da su u razdoblju od 1900. do 1929. godine feminizam, konzumerizam i imigracija stvorili pogodnu klimu za poduzetništvo žena. Drugi svjetski rat uveo je mnogo žena u proizvodnju i usluge pa je do 1945. postotak zaposlenih žena porastao za gotovo 10 % (Škrčić, 2006). Došlo je i do jačanja trenda popularnosti

the EU stock market (EK, 2022) determines a goal that 40% of nonexecutive directors and 33% of all directors be women by the middle of 2026. Thereby, clarity and transparency of board appointment procedures, gender equality in company management positions and objectivity in evaluating knowledge and individuality of candidates, regardless of gender, would be ensured.

According to The Female FTSE Board Report 2022, the representation of women in management boards of 350 most significant companies listed at the London stock market was 40% and exhibiting a growth trend (as is the case with the share of 34.7 % of women in management boards of the most significant companies listed at the EU stock markets). In Croatia, women hold only 1/3 of all director positions in listed companies. The number of companies in the Crobex system headed by a female president of the board is showing a decreasing trend (with only 4 % in 2024). When it comes to the Croatian hotel sector, for example, only 11(15.1 %) of 73 members of supervisory and management boards of the ten biggest hotel companies were women. Half of those companies do not have a single woman in senior management positions.

Despite the fact that, according to the SBDC (2019), the number of female owned companies more than doubled in 25 years (+114 %), female entrepreneurship is not only a characteristic of the modern age. Namely, the 17th century saw the emergence of first female entrepreneurs (mainly widows and single mothers) mostly due to necessity (Miošić Lisjak and Ćurlin, 2002). The early 1900-s were marked by female entrepreneurs such as Madam C. J. Walker, Coco Chanel and Olive Ann Beech, who built their own brands and invested strong efforts into the fight against discrimination, unequal salaries and the female stigma. Yadav and Unni (2016) think that in the period from 1900 to 2000, feminism, consumerism and immigration created a favourable climate for female entrepreneurship. The Second World War introduced a lot of women to production and

žena u poduzetništvu pa je američko gospodarstvo 1950. godine doživjelo procvat brojeći gotovo milijun poduzeća u vlasništvu poduzetnica (naspram 600 tisuća pet godina ranije).

Građanska prava i ženski pokreti 1960-ih i 1970-ih poduzeticama su donijeli novi smisao i različita prava. Daljnji napredak uslijedio je 1980-ih, kada su poduzetnice u SAD-u posjedovale čak 25 % svih američkih poduzeća (Hedreen, 2023). Kraj 20. i početak 21. stoljeća obilježio je ubrzan razvoj sektora IT-a, što je rezultiralo ulaskom velikog broja poduzetnica u poduzeća utemeljena na tehnologiji. Danas se među prioritetima na nacionalnoj i europskoj razini ističu promicanje modela poduzetništva žena i smanjenje rodne nejednakosti u obrazovanju i zapošljavanju.

Predmet istraživanja jest poduzetništvo žena u Hrvatskoj. Glavni je cilj rada objasniti razloge ulaska žena u poduzetništvo i motive za njihovo bavljenje poduzetništvom, kao i prepreke koje im – u odnosu na muškarce – otežavaju veću zastupljenost u domaćoj poduzetničkoj zajednici. U tu je svrhu provedeno empirijsko istraživanje putem *online* anketnog upitnika izrađenog u aplikaciji Google Forms, odnosno metodom „snježne grude“. Anonimno anketiranje obavljeno je na uzorku od 100 poduzetnica iz jednako toliko hrvatskih poduzeća.

Rad je podijeljen u šest poglavlja. Prvo je poglavlje uvod vezan za temu istraživanja, ciljeve i strukturu rada. Drugo poglavlje daje pregled literature o pojmu, značenju i specifičnostima poduzetništva žena u Hrvatskoj. Treće poglavlje opisuje istraživački pristup, uzorak ispitanika i metode istraživanja. Četvrto poglavlje prikazuje i analizira rezultate empirijskog istraživanja, odnosno testiranje radne hipoteze. Peto je poglavlje rasprava o dosadašnjim istraživanjima i saznanjima iz ovoga rada. Šesto, zaključno poglavlje sumira najvažnije teze i rezultate.

services, thus increasing female employment rate by almost 10 % (Škrtić, 2006). The popularity of women in entrepreneurship also grew in strength, leading to a boom in American economy in 1950, with almost one million female owned companies (as opposed to 600,000 five years earlier).

Civil rights and women's movements of the 1960-s and the 1970-s brought new meanings and different rights to entrepreneurs. Further advancement ensued in the 1980-s, when female entrepreneurs in the US owned as much as 25 % of all American companies (Hedreen, 2023). The ends of the 20th and the beginning of the 21st century marked a rapid growth in the IT sector, resulting in a large number of female entrepreneurs entering technology-based companies. The national and European level priorities today emphasise the promotion of the female entrepreneurship model and a decrease in gender inequality in education and employment.

The subject of research is female entrepreneurship in Croatia. The main purpose of the paper is to explain the reasons why women enter entrepreneurship and motives for their entrepreneurial activity, as well as disincentives, which – in relation to men – hinder their greater representation in the domestic entrepreneurial community. For this purpose, empirical research was conducted via online questionnaire designed in Google Forms application, i.e., via the snowball sampling method. The anonymous questionnaire included a sample of 100 female entrepreneurs from the equal number of Croatian companies.

The paper is divided into six chapters. The first chapter is an introduction into the topic of research, the objectives and paper structure. The second chapter provides an overview of literature on the concept, meaning and specific characteristics of female entrepreneurship in Croatia. The third chapter describes the research approach, the sample and research methodology. The fourth chapter provides and analyses the results of empirical research, i.e., the testing of the working hypothesis. The fifth chapter discusses previous research and

TEORIJSKI OKVIR

U Hrvatskoj je aktivnost muške populacije u poduzetništvu znatno veća od ženske, o čemu govori i podatak da je u 2023. samo 21,4 % trgovačkih društava u ženskom vlasništvu. Pozitivno je, međutim, da broj poduzetnica, odnosno vlasnica ili osnivačica trgovačkih društava od 2019. lagano i kontinuirano raste (FINA, 2024). Iako se rodna ravnopravnost sve više promiče, kako na radnom mjestu tako i u društvu, pitanje povezanosti rodnih razlika i napredovanja u karijeri još uvijek se čini otvorenim (Pace i Sciotto, 2021).

Mnoga istraživanja pokazuju da postoji čitav niz razlika između muškaraca i žena u poduzetništvu. Neke od njih navedene su u Tablici 1. Na primjer, žene u poslovni pothvat ulaze s manje menadžerskog iskustva i s manjim kapitalom (Bardasi i sur., 2011). Sukladno tome, prilikom iniciranja poduzetničkog pothvata sklonije su fleksibilnim i konzervativnijim strategijama.

findings of this papers. The sixth, concluding chapter summarises the most important theses and results.

THEORETICAL FRAMEWORK

The activity of male population in entrepreneurship in Croatia is significantly higher than that of female, evidenced by the fact that only 21.4 % companies were owned by women in 2023. However, it is promising that the number of female entrepreneurs, i.e., female owners or founders of companies had been rising continuously since 2019 (FINA, 2024). Although gender equality is increasingly being promoted, both in the workplace and the society, the question of relatedness of gender differences to career advancement still seems open-ended (Pace and Sciotto, 2021).

Plentiful research studies show that there is a range of differences between men and women in entrepreneurship, some of which are listed in Table 1. For example, women undertake business

TABLICA 1. NEKE OD RAZLIKA IZMEĐU MUŠKARACA I ŽENA U PODUZETNIŠTVU

TABLE 1. SOME OF THE DIFFERENCES BETWEEN MEN AND WOMEN IN ENTREPRENEURSHIP

PODUZETNICI / MALE ENTREPRENEURS	PODUZETNICE / FEMALE ENTREPRENEURS
Lako donošenje odluka Easy decision making	Sporije donošenje odluka Slower decision making
Fokus na prihode i dobit Focus on income and profit	Fokus na doprinos i kvalitetu života u društvu Focus on social contribution and quality of life
Spremnost na financijski rizik Willingness to take financial risks	Konzervativniji pristup financijskom riziku More conservative approach to financial risks
Usmjerenost na zadaće Task-oriented	Usmjerenost na kvalitetne odnose sa zaposlenicima Oriented toward quality rapport with employees
Veća zastupljenost u proizvodnji i tehnološkom sektoru Higher presence in production and technology sector	Veća zastupljenost u uslužnim djelatnostima Higher presence in service industries
Uživaju povjerenje banaka Enjoy trust of banks	Teže stječu povjerenje banaka Gain trust of banks with more difficulty

Izvor: obrada prema Marić (2023) i Shmailan (2016) / Source: elaborated according to Marić (2023) and Shmailan (2016)

Muškarci brže i lakše donose odluke, dok žene dulje promišljaju i odgađaju. Proizlazi i to da su poduzetnice, za razliku od poduzetnika, koji su usredotočeni na generiranje što veće dobiti, više orijentirane na doprinos i kvalitetu života u društvenoj zajednici u kojoj djeluju. Usto, poduzetnice su znatno opreznije u preuzimanju rizika (Shmailan, 2016).

Za razliku od muškaraca, relativno malen broj žena pokreće poduzetničke pothvate zasnovane na tehnologiji, što se može pripisati problemima u obrazovanju i osposobljavanju. Žapčić (2020) navodi da je samo 5-15 % visokotehnoških hrvatskih poduzeća u vlasništvu žena.

Većina žena započinje svoj poduzetnički posao s osobnom imovinom, tj. s minimalnim vanjskim financiranjem (Vuk, 2006). Naime, bankarske institucije uskraćuju im odobrenja za kredite, jer se smatra da zaostaju za muškarcima u poslovnom iskustvu te imaju više obiteljskih obaveza (Shmailan, 2016). Tijekom posljednjih nekoliko godina u EU-u su se pojavili javni i privatni investicijski fondovi namijenjeni ulaganjima u poduzetništvo žena. U nekim zemljama, npr. u Francuskoj, Irskoj, Slovačkoj i Ujedinjenom Kraljevstvu, država ima snažniju ulogu u uspostavljanju ili osnivanju javnih fondova za financiranje poduzetništva (Demetriades, 2019).

U svojem istraživanju provedenom u četirima državama, Obad i Škokić (2019) analiziraju rodno uvjetovane prepreke za uspješno poslovanje poduzetnica, posebice u segmentu ravnoteže između privatnog i poslovnog života, rodno uvjetovane podjele kućanskih poslova te u stilu rukovođenja. Proizlazi da specifične mjere za ravnomjerniju zastupljenost žena u poduzetništvu nisu dovoljne ako ne uključuju širu kritiku dominantnog patrijarhalnog koncepta preko rodno osviještenih međusektorskih politika.

Premda rodne uloge više ne definiraju tako jasno odgovornost za brigu o kućanstvu i obitelji, odnosno za radne obveze, neka istraživanja pokazuju da se sukob između obiteljskog i

ventures with less managerial experience and less capital (Bardasi et al., 2011). Accordingly, they are more prone to flexible and more conservative strategies while initiating entrepreneurial ventures.

Men make decisions more quickly and easily, while women contemplate longer and postpone. It is also found that female entrepreneurs, as opposed to male entrepreneurs who are focused on generating higher profits, are more oriented toward the contribution and quality of life of the community in which they do business. Also, female entrepreneurs are significantly more cautious in taking risks (Shmailan, 2016).

As opposed to men, a relatively small number of women initiate entrepreneurial technology-based ventures, the reasons for which may be found in education and training. Žapčić (2020) states that only 5 – 15 % of high-technology companies in Croatia are owned by women.

The majority of women initiate their entrepreneurial business using their personal assets, i.e., minimal external financing (Vuk, 2006). Namely, bank institutions withhold loan approvals, because they are considered to be lagging behind men in business experience and have more family obligations (Shmailan, 2016). The last several years in the EU saw the emergence of private and public investment funds aimed at investing in female entrepreneurship. In some countries, for example, in France, Ireland, Slovakia and the United Kingdom, the government holds a stronger role in establishing or founding public funds for financing entrepreneurs (Demetriades, 2019).

In their research study on four countries, Obad and Škokić (2019) analyse gender-based disincentives for successful business activity of female entrepreneurs, especially in the area of work/life balance, gender-based division of household chores and management styles. It is found that specific measures for a more equal representation of women in entrepreneurs are not enough if they do not include a wider criticism of the dominant patriarchal concept through the gender-conscious inter-sector policies.

poslovnog života čini većim problemom za žene nego za muškarce (Pace i Sciotto, 2021). Ravnoteža između poslovnog i privatnog života (engl. *work-life balance* – WLB) znači da se angažmanom na poslu ne ograničava vrijeme posvećeno osobnom životu, slobodnim aktivnostima i obiteljskim obvezama (Kossek i sur., 2011).

U skladu sa svim navedenim i citiranim izvorima, u ovom je radu postavljena hipoteza (H1) koja glasi: „Unatoč obiteljskim obvezama poduzetnice su u mogućnosti kvalitetno izvršavati upravljačke zadaće u poduzećima.“

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA I OPIS UZORKA

Ovo poglavlje govori o oblikovanju istraživanja, metodama i značajkama uzorka ispitanika. Korišteni su sekundarni i primarni izvori podataka. Sekundarni izvori uključuju domaću i inozemnu znanstvenu i stručnu literaturu te relevantne internetske bibliografske baze. U istraživanju literature primijenjene su metode deskripcije, klasifikacije i kompilacije, metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda te metoda komparacije. Primarni izvori podataka o stavovima, izazovima, preprekama i zastupljenosti žena u hrvatskom društvu i poslovnoj zajednici prikupljeni su kvantitativnim istraživanjem, a rezultati su obrađeni statističkom metodom.

Prikupljanje primarnih podataka provedeno je empirijskim istraživanjem putem *online* Google anketnog upitnika, odnosno metodom „snježne grude“. Anonimno anketiranje obavljeno je na uzorku od 100 hrvatskih poduzetnica (u razdoblju od 15. ožujka do 19. travnja 2023. godine). Za distribuciju upitnika korišteni su internetska pošta i društvene mreže. Pouzdanost dobivenih podataka osigurana je automatskim bilježenjem odgovora, čime je minimizirana mogućnost ljudske pogreške pri unosu.

Uvodni dio upitnika sadrži šest pitanja o strukturi uzorka (Tablica 2). Potom slijedi pet zatvorenih

Although gender roles are no longer clearly defined by responsibilities for household and family care, i.e., for work obligations, some research studies show that the conflict between family and work life seems more of an issue for women than men (Pace and Sciotto, 2021). Work-life balance (WLB) means that the work engagement does not limit time dedicated to personal life, leisure activities and family obligations (Kossek et al., 2011).

According to the above mentioned and references provided, this paper sets the hypothesis (H1), that states: „Despite family obligations, female entrepreneurs are able to execute managerial company tasks with quality“

RESEARCH METHODOLOGY AND SAMPLE DESCRIPTION

This chapter is dedicated to research form, methods and sample characteristics. Secondary and primary data sources were used. The secondary sources include domestic and foreign scientific and professional literature and relevant web-based bibliography bases. In literature research we applied the methods of description, classification and compilation, analysis and synthesis method, inductive and deductive methods and comparison method. The primary data sources on attitudes, challenges, disincentives and representation of women in Croatian society and business community were collected quantitatively, and the results were processed statistically.

The collection of primary data was conducted empirically via online Google questionnaire, i.e., the snowball method. The anonymous questionnaire was responded by 100 Croatian female entrepreneurs (in the period from 15 March to 19 April of 2023). We distributed the questionnaire via e-mail and social networks. We ensured the reliability of obtained data by automatic feedback, which minimised the possibility of human error upon response entries.

pitanja o individualnim pristupima, stavovima i iskustvima ispitanica u poduzetništvu. Uz svako pitanje ponuđen je niz odgovora, pri čemu su tri pitanja ispitanicama nudila mogućnost višestrukog odabira. U posljednjem, 12. pitanju ispitanice su putem Likertove ljestvice (ocjenama od 1 do 5) izrazile razinu slaganja sa svakom od deset izjava prema izvornom konceptu autora rada. Pritom vrijednost 3 predstavlja indiferentnost između neslaganja i slaganja, odnosno vrijednosti veće od 3 ukazuju na slaganje s pojedinom izjavom.

Kada je riječ o *dobi*, najveći broj ispitanica (49 %) bio je star između 36 i 45 godina. Potom slijede ispitanice u dobi između 24 i 35 godina (24 %) te ispitanice između 46 i 55 godina (22 %). Dvije su bile starije od 56 godina, a jedna je poduzetnica bila mlađa od 20 godina. Prema kriteriju *razine obrazovanja*, najviše ispitanica ima magisterij (46 %). Slijede stručne specijalistice (32 %) i prvostupnice (12 %), dok ih 9 % ima srednju stručnu spremu.

Kada je riječ o *djelatnostima* kojima se poduzeća bave, najveći broj poduzetnica (45 %) dolazi iz „ostalih uslužnih djelatnosti“. Slijedi 19 % ispitanica iz djelatnosti vezanih za „umjetnost, zabavu, sport i rekreaciju“ te 9 % iz „zdravstvene zaštite i socijalne skrbi“. Djelatnosti pružanja smještaja te „pripreme i usluživanja hrane“ (turizam i ugostiteljstvo) zastupa osam poduzeća (8 %). Iz „trgovine na veliko i na malo“ dolazi 6 % ispitanica, iz „financijskih i djelatnosti osiguranja“ 5 %, a iz „informacija i komunikacija“, „građevinarstva“ i „prerađivačke industrije“ ukupno 8 %.

Za *veličinu* promatranih poduzeća uzet je kriterij broja zaposlenih prema hrvatskom Zakonu o računovodstvu (2024), prema kojemu mikropoduzeća prosječno godišnje imaju manje do 10 zaposlenih, mala od 11 do 50, srednje velika od 51 do 250, a velika poduzeća više od 250 zaposlenih. Većina ispitanica u ovom istraživanju vlasnice su malih poduzeća (51 %). Iza njih slijede vlasnice mikropoduzeća (42 %), pa srednje velikih (6 %) te velikih (1 %).

The introductory part of the questionnaire comprised six questions on the sample structure (Table 2). It was followed by five cloze questions on individual approaches, attitudes and experiences of female respondents in entrepreneurship. Each question offered a range of answers, whereby three questions offered the possibility of multiple choice. In the last, 12th question, the respondents expressed the degree of agreement via 5-point Likert scale with each of the ten statements according to the original concept of this paper's authors. Value 3 of the Likert scale represented indifference between agreeing and disagreeing, i.e., values higher than 3 pointed to agreeing with a particular statement.

In terms of *age*, the majority of respondents (49 %) were between 36 and 45 years of age. They are followed by respondents aged between 24 and 35 (24 %) and respondents between the ages of 46 and 55 (22 %). Two respondents were older than 56, and one respondent was younger than 20. According to the criterium of *education level*, the majority of respondents held a master's degree (46 %), followed by professional specialist degree (32 %) and bachelor's degree (12 %), while 9% completed secondary education.

In terms of the companies' *business activity*, the largest number of female entrepreneurs (45 %) comes from „other service industries“, followed by 19 % of respondents in the areas related to „art, entertainment, sport and recreation“, and 9 % from „healthcare and social services“. The activity of providing accommodation and „food preparation and service“ (tourism and hospitality) was represented by eight companies (8 %). 6 % of respondents are in „retail and wholesale“, 5 % in „finance and insurance“ and a total of 8 % in „information and communication“, „civil engineering“ and „manufacturing“.

The *size* of the observed companies was determined by the number of employees according to the Accounting Act (2024), according to which micro-companies have less than 10 employees on an

TABLICA 2. STRUKTURA UZORKA ISPITANICA

TABLE 2. SAMPLE STRUCTURE

VARIJABLA VARIABLE	STRUKTURA (%) STRUCTURE (%)	VARIJABLA VARIABLE	STRUKTURA (%) STRUCTURE (%)
DOB / AGE		RAZINA OBRAZOVANJA EDUCATION LEVEL	
Manje od 20 / Younger than 20	1	Srednja stručna sprema Secondary education	9
24 – 35	24	Prvostupnica (baccalaurea) Bachelor's degree	12
35 – 45	49	Stručna specijalistica Professional specialist degree	32
46 – 55	22	Magistrica / Master's degree	46
Više od 56 / Older than 56	2	Ostalo / Other	1
DJELATNOST BUSINESS ACTIVITY		VELIČINA PODUZEĆA PREMA BROJU ZAPOSLENIH COMPANY SIZE ACCORDING TO NUMBER OF EMPLOYEES	
Ostale usluge / Other services	45	Mikro (manje od 10) / Micro (less than 10)	42
Umjetnost, zabava i rekreacija Art, entertainment and recreation	19	Mala (10 – 50) / Small (10 – 50)	51
Zdravstvena zaštita i socijalna skrb Healthcare and social services	9	Srednja (51 – 249) / Medium (51 – 249)	6
Smještaj i prehrana (turizam/ugostiteljstvo) Accommodation and food (tourism/hospitality)	8	Velika (250 i više) / Large (250 and over)	1
Trgovina na veliko i malo / Retail and wholesale	6		
Financije i osiguranje / Finance and insurance	5		
Informacije i komunikacije; građevinarstvo; prerađivačka industrija / Information and communication; civil engineering; manufacturing	8		
RODNA ZASTUPLJENOST U PODUZEĆIMA ISPITANICA GENDER REPRESENTATION IN COMPANIES OF THE RESPONDENTS		SJEDIŠTA PODUZEĆA PREMA ŽUPANIJAMA COMPANY HEAD OFFICES ACCORDING TO COUNTIES	
Većinom žene / Mostly women	58	Grad Zagreb / The City of Zagreb	47
Većinom muškarci / Mostly men	42	Zagrebačka / Zagreb County	20
		Splitsko-dalmatinska Split-Dalmatia County	13
		Ostale županije / Other counties	20

Izvor: istraživanje i obrada autora / Source: Authors' research and elaboration

Prema *rodnoj zastupljenosti* u poduzećima ispitivanja, u 58 % većinu čine žene, a u 42 % muškarci. Što se tiče *sjedišta* poduzeća prema županijama, 47 % smješteno ih je u Gradu Zagrebu. Potom slijede poduzeća iz Zagrebačke županije (20 %) i Splitsko-dalmatinske (13 %). Preostala poduzeća ispitivanja u anketi iz još su osam županija (20 %).

REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

U ovom dijelu rada prikazuju se i interpretiraju rezultati empirijskog istraživanja. Prezentira se statistička obrada podataka radi ostvarenja cilja rada, odnosno objašnjavanja razloga ulaska žena u poduzetništvo i motiva njihova bavljenja poduzetništvom, kao i prepreka koje im – u odnosu na muškarce – otežavaju veću zastupljenost u domaćoj poduzetničkoj zajednici. Opisi razloga, motiva, prepreka i stavova žena o njihovu poduzetničkom položaju provedeni su vrijednostima parametara deskriptivne statistike.

Grafikon 1 pokazuje najčešće razloge odluke ispitivanja o ulasku u poduzetništvo. Na ovo zatvoreno pitanje poduzetnice su od pet ponuđenih odgovora odabrale samo po jedan. Proizlazi da je najučestaliji razlog „ostvarenje ideje“ (43 %). To ukazuje na zaključak da većinu žena pokreću mogućnost realizacije osobne poduzetničke ambicije i samoaktualizacija. Drugi najčešći razlog jest „poduzetnička prilika“ (29 %), odnosno prepoznavanje povoljnih uvjeta za određeni poduzetnički pothvat. Prema ovom parametru zaostajemo za Europom, jer samo 24 % odraslih građana vidi priliku u pokretanju poduzetničkog posla, dok je u Švedskoj, primjerice, vidi 78 % građana (FINA, 2024). „Nastavak obiteljskog posla“ i „nužda“ manje su učestali razlozi (po 12 %).

Hrvatska je jedna od europskih zemalja koje ženama omogućavaju javno financiranje poduzetničkih aktivnosti. Ivanković i suradnici (2016) navode da domaće poduzetnice češće

annual average basis, small companies have 11 to 50 employees, medium 51 to 250, and large companies have over 250 employees. The majority of the respondents in this research are owners of small companies (51 %). They are followed by owners of micro companies (42 %), then medium (6 %), followed by large companies (1 %).

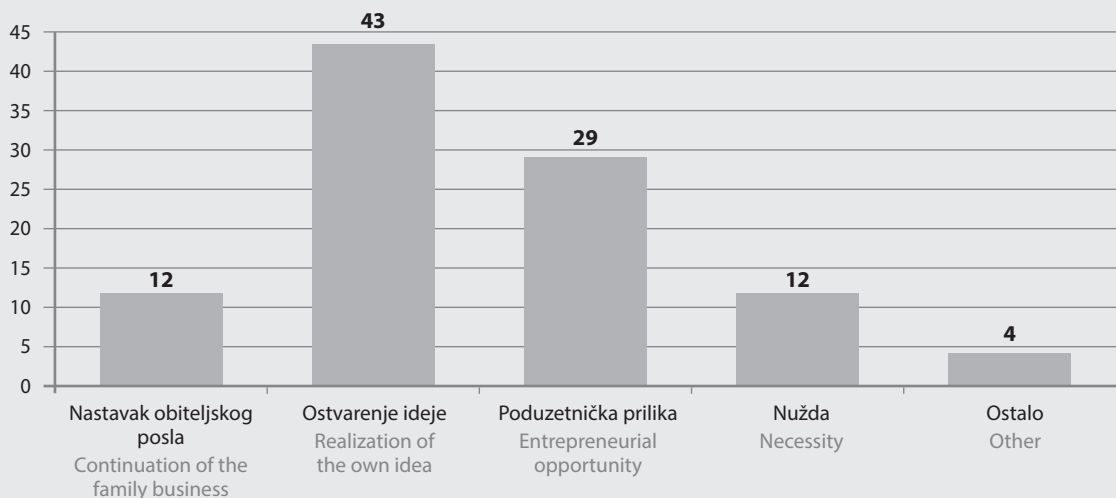
According to *gender representation* in companies of the respondents, women are more represented in 58 %, and men in 42 % of companies. As regards the *head office* location according to counties, 47 % are located in the City of Zagreb County, followed by head offices in the Zagreb County (20 %) and Split-Dalmatia County (13 %). Other companies in the questionnaire are located in eight counties (20 %).

EMPIRICAL RESEARCH RESULTS

This part of the paper shows and interprets the results of the empirical research. It presents the statistical elaboration of data for the purpose of achieving paper objectives, i.e., explaining the reasons why women enter entrepreneurship and what motivates their entrepreneurial activity, as well as the disincentives that - in relation to men - make it difficult for them to be more represented in the entrepreneurial community. The descriptions of reasons, motives, disincentives and attitudes of women on their entrepreneurial position were conducted in the values of descriptive statistics parameters.

Figure 1 shows the most frequent reasons behind the respondents' entrance into entrepreneurship. The female entrepreneurs chose only one of the five offered responses to this cloze-type question. It is found that the most frequent reason is a „realisation of own idea“ (43 %), which points to a conclusion that most women are driven by the possibility to achieve personal entrepreneurial ambitions and self-realisation. The second most frequent reason is an „entrepreneurial opportunity“ (29 %), i.e., recognising favourable conditions for a specific entrepreneurial endeavour. With regard to this

GRAFIKON 1. RAZLOZI ULASKA U PODUZETNIŠTVO (N = 100)
FIGURE 1. REASONS FOR ENTERING ENTREPRENEURSHIP (N = 100)



Izvor: istraživanje i obrada autora / Source: Authors' research and elaboration

pribejavaju bankama, odnosno financiranju od strane institucija. U Tablici 3 prikazana je razina njihove informiranosti o pojedinim institucijama i udrugama te korištenju financijskih potpora ili savjetodavnih usluga koje pružaju.

Najpoznatija je i najčešće korištena Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR), koja od 2011. provodi Program kreditiranja poduzetništva žena. Samo 2 % poduzetnica nije bilo upoznato s ovom institucijom. Njih 39 % koristilo je usluge ove banke koja nudi vrlo povoljne poduzetničke kredite ako u upravi poduzeća sjedi ženska većina. No ni to nije u većoj mjeri potaknulo žene da pokrenu poduzetnički pothvat niti ih je odvratilo od zapošljavanja u javnom sektoru (FINA, 2024). Nadalje, 4 % poduzetnica nije upoznato s Hrvatskom agencijom za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO), dok je 20 % poduzetnica koristilo njihove kredite i bespovratna sredstva. Poduzetnice su najslabije

parameter, we lag behind Europe, because only 24 % of adult citizens sees an opportunity in initiating and entrepreneurial venture, while in Sweden this opportunity is seen by 78 % of citizens (FINA, 2024). „Continuation of family business“ and „necessity“ are less frequent reasons (12 % each).

Croatia is one of the European countries that provide public funding of entrepreneurial activities to women. Ivanković et al. (2016) state that domestic female entrepreneurs resort to banks, i.e., financing by institutions more frequently. Table 3 shows the level of their familiarisation with individual institutions and associations and using financial aids or counselling services provided by them.

The most well-known and most frequently used is the Croatian Bank for Reconstruction and Development (HBOR), that has implemented a Programme for Crediting Female Entrepreneurship since 2011. Only 2 % of female entrepreneurs were not familiar with this institution. 39 % of them

informirane o Europskoj banci za obnovu i razvoj (EBRD). Njih 18 % koristilo je ovaj izvor financiranja.

Kada je riječ o udrugama za potporu ženama u poduzetništvu putem savjetovanja, razmjene iskustava, mentoriranja, treninga, pravne pomoći, umrežavanja i edukacije, najviše je korišten zagrebački Centar poduzetnica (26 %). Prema učestalosti korištenja usluga slijede udruge Women in Adria (21 %), Krug (15 %) i CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje (10 %). Iz navedenoga može se zaključiti da tek otprilike jedna petina poduzetnica koristi financijske aranžmane hrvatskih institucija, odnosno usluge pojedinih udruga za poslovne žene. To je svakako ispodprosječna razina korištenja mogućnosti za uspjeh žena u poduzetništvu.

U nastavku se analiziraju stavovi ispitanica o motivima za bavljenje poduzetništvom (Grafikon 2). Na zatvoreno pitanje ponuđeno im je višestruko izjašnjavanje o osam mogućih odgovora. Najčešći

used the services of this bank that offers highly favourable entrepreneurship loans to companies whose management board is made up of a majority of women. However, this was not enough to encourage a large number of women to undertake entrepreneurship, nor did it discourage them in pursuing employment in the public sector (FINA, 2024). Furthermore, 4 % of entrepreneurs were not familiar with the Croatian Agency for SMEs, Innovations and Investments (HAMAG-BICRO), while 20 % of female entrepreneurs used their loans and grants. Female entrepreneurs were the least informed on the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), with 18 % of them having used this source of financing.

When it comes to associations supporting female entrepreneurship through counselling, sharing experiences, mentoring, training, legal aid, networking and education, the Centre for Female Entrepreneurs was the most used (26 %). In the frequency of service usage, it is followed by Women in Adria (21 %), Krug (15 %) and CESI – the Centre for Education, Counselling and Research (10 %).

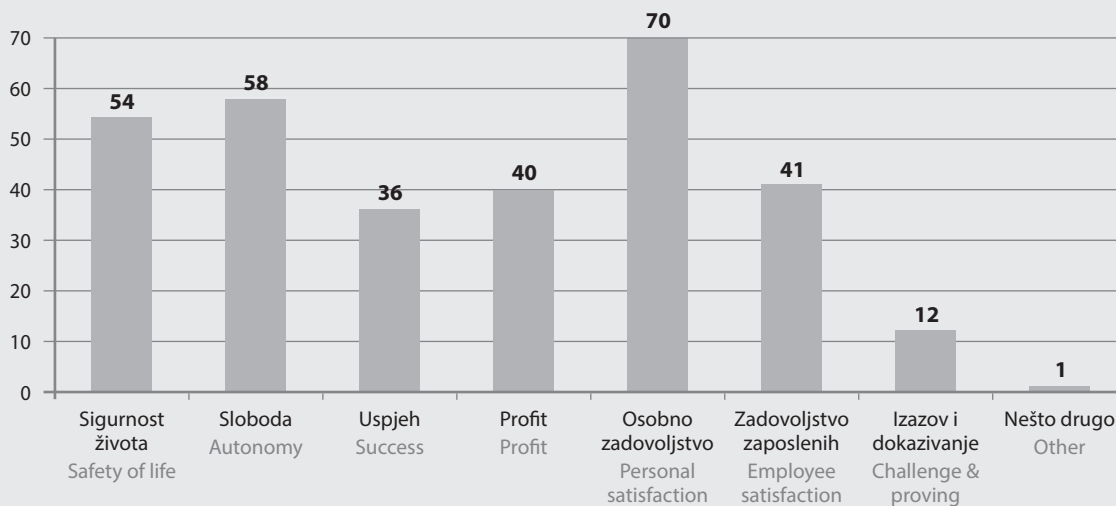
TABLICA 3. RAZINA INFORMIRANOSTI I KORIŠTENJA USLUGA HRVATSKIH INSTITUCIJA ZA FINANCIRANJE I POSLOVNO SAVJETOVANJE ŽENA U PODUZETNIŠTVU (N = 100)
TABLE 3. LEVEL OF FAMILIARITY WITH AND USING THE SERVICES OF CROATIAN INSTITUTIONS FOR FINANCING AND BUSINESS COUNSELLING OF FEMALE ENTREPRENEURS (N = 100)

FINANCIJSKA INSTITUCIJA FINANCIAL INSTITUTION	N	NIJE MI POZNATO I AM NOT FAMILIAR	DA, KORISTILA SAM YES, I HAVE USED IT	NE, NISAM KORISTILA NO, I HAVE NOT USED IT
HBOR	100	2	39	59
HAMAG-BICRO	100	4	20	76
EBRD	100	16	18	66
UDRUGA / ASSOCIATION				
Centar poduzetnica	100	6	26	68
Women in Adria	100	9	21	70
Krug	100	5	15	80
CESI	100	9	10	81

Izvor: istraživanje i obrada autora / Source: Authors' research and elaboration

GRAFIKON 2. MOTIVI ZA PODUZETNIČKO DJELOVANJE (N = 100)

FIGURE 2. MOTIVES FOR ENTREPRENEURIAL ACTIVITY (N = 100)



Izvor: istraživanje i obrada autora / Source: Authors' research and elaboration

je motiv za bavljenje poduzetništvom „osobno zadovoljstvo“ ispitanica (70 %). To ukazuje na strast i samoaktualizaciju poduzetnica u njihovu poslu. Ng-Lun i suradnici (2013) također potvrđuju da je najvažniji motiv bavljenja žena poduzetništvom želja za samoispunjenjem.

Za 58 % ispitanica „sloboda“, odnosno neovisnost drugi je motiv po važnosti. Da žene djeluju poduzetnički da bi imale veću autonomiju i kontrolu ističu Bruni i suradnici (2004). Pritom se muškarci uglavnom usredotočuju na ekonomske razloge vlasništva nad poduzećem, dok žene nastoje dati određeni društveni doprinos. Prema motivaciji 54 % žena, poduzetnička aktivnost donosi „sigurnost života“ i situiranost. Potom slijede „zadovoljstvo zaposlenika“ (41 %) i „profit“ (40 %). Muškarci su u upravljanju usmjereniji na zadaće i dobit, dok je poduzeticama vrlo važno postizanje zadovoljstva kupaca, kvalitetnog odnosa sa zaposlenicima i osjećaja postignuća (Shmailan, 2016; Xavier i sur., 2012; Zirdum i Cvitanović, 2017). Nešto manje

The above mentioned can lead to a conclusion that only a fifth of female entrepreneurs uses financial packages of Croatian institutions, i.e., services by specific associations for businesswomen. This is certainly a below-average level of using opportunities for women’s success in entrepreneurship.

We continue with the analysis of respondents’ attitudes toward motives for entrepreneurial activity (Figure 2). The cloze-type question offered multiple choices of eight possible responses. The most frequent motive for entrepreneurial activity was „personal satisfaction“ od respondents (70 %). This indicates passions and self-realisation of female entrepreneurs in their business. Ng-Lun et al. (2013) also confirm that the most important motive for women in entrepreneurship is a desire for self-realisation.

58 % of respondents saw „freedom“, i.e., independence as the second most important motive. Bruni et al. (2004) point out that women do

relevantni motivi za poduzetništvo žena jesu „uspjeh“ (36 %) te „izazov i dokazivanje“ sebi i drugima (12 %).

Sljedeće zatvoreno pitanje odnosilo se na percepciju ispitanica o najvećim preprekama na koje nailaze poduzetnice. Naime, unatoč velikoj važnosti poduzetništva žena, država nedovoljno koristi taj potencijal. Kada iniciraju i započinju poduzetnički pothvat, žene se često susreću s brojnim preprekama, kao što su briga o obitelji i neplaćeni kućni rad, otežan pristup financijama te izostanak podrške okoline i umrežavanja (Žapčić, 2020). U ovom istraživanju poduzetnice su imale mogućnost višestrukog izjašnjavanja o relevantnosti osam ponuđenih prepreka (Grafikon 3).

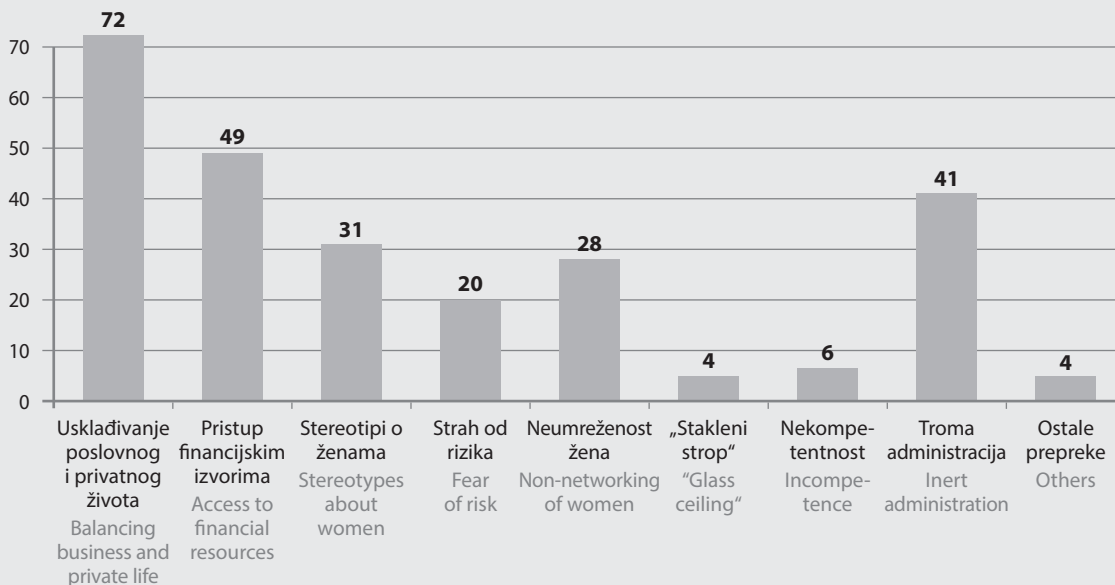
Proizlazi da je uvjerljivo najveća prepreka za uspjeh i napredovanje žena u poduzetništvu

entrepreneurial activities in order to have greater autonomy and control. Thereby, men mostly focus on economic reasons of company ownership, whereas women tend to contribute to society. As regards the motivation of 54 % of women, entrepreneurial activity brings „safety of life“ and situatedness. „Employee satisfaction“ (41 %) and „profit“ (40 %) follow. Men in management are more task and profit oriented, whereas women find achieving consumer satisfaction, quality employee relationships and sense of achievement very important (Shmailan, 2016; Xavier et al., 2012; Zirdum and Cvitanović, 2017). Somewhat less relevant motives for female entrepreneurship are „success“ (36 %) and „challenge and proving“ to oneself and others (12 %).

The following cloze-type question related to the perception of respondents of the greatest

GRAFIKON 3. PREPREKE U PODUZETNIŠTVU ŽENA

FIGURE 3. DISINCENTIVES FOR FEMALE ENTREPRENEURSHIP



Izvor: istraživanje i obrada autora / Source: Authors' research and elaboration

„usklađivanje privatnog i poslovnog života“ (72 %). Naime, poduzetnice, kao i mnoge druge zaposlene žene, obavljaju većinu obveza vezanih za dom, obitelj i odgoj djece te isto odrađuju zadaće na radnom mjestu. Žene iz obiteljskih razloga više izbjivaju s posla, pauziraju ili prekidaju svoje karijere (Vučemilović, 2011). Prema percepciji žena, ravnoteža između posla i obiteljskog života znatnije utječe na njihovo zdravlje nego na zdravlje muškaraca (Pace i Sciotto, 2021).

Prema važnosti potom slijede poteškoće vezane za „pristup financijskim izvorima“ (49 %) te „tromu administraciju“, odnosno složenost birokracije (41 %). Već je u Tablici 1 istaknuto da poduzetnice (osobito one koje vode mikro i mala poduzeća) teže pridobivaju povjerenje banaka ili fondova rizičnog kapitala u odnosu na muškarce. Jedan je od razloga rodna i kulturna pristranost (Žapčić, 2020). Matić (2019) se poziva na različite studije koje su pokazale da poduzetnice zbog toga započinju poduzetničke pothvate s nižom razinom kapitala, odnosno manjim zajmovima.

„Stereotipi o ženama u poduzetništvu“ poteškoća su za 31 % ispitanica. Unatoč nikad većoj slobodi i poticanju poduzetništva žena, one se i dalje u većini svijeta suočavaju s rodnom diskriminacijom u plaćama i s manje prilika nego muškarci (Vuk, 2006). Sljedeća je prepreka „nedovoljna umreženost žena“ (28 %). Ako se pod umreženošću (*networkingom*) u širem smislu misli na poslovne veze, neslužbene kontakte i poznanstva koja poduzetnici ostvaruju, a koja im potom koriste u poslu, onda su žene u odnosu na muškarce inferiornije. Podaci LinkedIna otkrivaju da između 14 i 38 % žena diljem svijeta ima manje intenzivne *networking* veze od svojih muških kolega.

Potom je za petinu poduzetnica znakovita prepreka „strah od preuzimanja rizika“ (20 %). Shmailan (2016) je utvrdio da su žene manje spremne preuzeti rizik od muškaraca. Prema stavovima poduzetnica preostale poteškoće nisu relevantne,

disincentives experiences by female entrepreneurs. Namely, despite the high significance of female entrepreneurship, the government does not sufficiently use this potential. Upon initiating and starting an entrepreneurial endeavour, women often face numerous obstacles, such as family care and unpaid household chores, difficult access to financing and lack of support in their surroundings and network (Žapčić, 2020). The respondents were given the opportunity for choosing multiple responses on the relevance of eight offered disincentives (Figure 3).

It is evident that the greatest disincentive for success and advancement of female entrepreneurship is the „balancing business and private life“ (72 %). Namely, female entrepreneurs, as a lot of other working women, have obligations related to home, family and child rearing together with completing work tasks. Due to family reasons, women spend time away from work more frequently, take breaks or discontinue their careers (Vučemilović, 2011). According to the perception of women, the work-life balance impacts their health more significantly than the health of men (Pace and Sciotto, 2021).

In terms of significance, the following disincentives are related to „access to financial sources“ (49 %), and „inert administration“, i.e., complex bureaucracy (41 %). Table 1 has already shown that female entrepreneurs (especially the ones managing micro and small enterprises) are slower to gain trust of banks and venture capital funds in relation to men. One of the reasons is the gender and cultural bias (Žapčić, 2020). Matić (2019) cites various research studies showing that because of this, female entrepreneurs undertake entrepreneurial ventures with a lower level of capital, i.e., smaller loans.

„Stereotypes about women“ in entrepreneurship pose a difficulty for 31 % of respondents. Despite the greatest freedom and incentives for female entrepreneurship so far, they are still facing gender discrimination in salaries and fewer opportunities than men (Vuk, 2006). The following disincentive is „non-networking of women“ (28 %). If

iako mnoga istraživanja navode da su „nedostatatak znanja i vještina“ (6 %) i fenomen „staklenog stropa“ (4 %) među najvažnijim preprekama za napredovanje i afirmaciju poslovnih žena. Nejednakosti zbog roda u poduzetništvu povezane su sa slabijim mogućnostima za obrazovanje i usavršavanje (Marić, 2023).

Naposljetku, dvanaesto pitanje odnosilo se na deset izjava povezanih sa ženama u poduzetništvu, razlikama u odnosu na muškarce te preprekama za napredovanje. Ispitanice su putem Likertove skale (ocjenama od 1 do 5) izražavale razinu slaganja sa svakom od izjava (1 – apsolutno se ne slažem; 2 – ne slažem se; 3 – niti se slažem niti ne slažem; 4 - slažem se; 5 – apsolutno se slažem). Pritom je vrijednost 3 predstavljala indiferentnost između neslaganja i slaganja, točnije, vrijednosti veće od 3 ukazivale su na slaganje s izjavama.

Tablica 4 prikazuje deskriptivne podatke istraživanih varijabli. Vrijednosti statističkog parametra „standardna devijacija“, odnosno vrijednosti prosječnih odstupanja od vrijednosti aritmetičke sredine, veće su od $M = 1$. To znači da su relativne vrijednosti varijabilnosti u stavovima ispitanica o specifičnostima djelovanja žena u poduzetništvu, odnosno vrijednosti koeficijenta varijacije ($CV = \text{coefficient of variation}$), u rasponu od 27 % do 54 %. Koeficijent varijacije pokazuje udio „standardne devijacije“ (St. D.) u „aritmetičkoj sredini“ (M), odnosno raspršenost ocjena. Na temelju tih vrijednosti, varijabilnost je „slaba“ pa sukladno tome i poželjna za stavove kojima su vrijednosti „koeficijenta varijacije“ manje od 10 %. Ako se te vrijednosti kreću između 11 % i 30 %, varijabilnost je „relativno slaba“. Ako se kreću između 31 % i 50 %, varijabilnost je „umjerena“, odnosno još uvijek relativno prihvatljiva. Vrijednosti između 51 % i 70 % označavaju „relativno jaku“ varijabilnost, a iznad toga neprihvatljivo „vrlo jaku“.

Vrijednost statističkog parametra „aritmetička sredina“ ($M = \text{mean}$) za varijablu „Istodobno vođenje brige poduzetnica o poslovanju i o

networking in a wider sense means making business connections, informal contacts and acquaintances by entrepreneurs to be used in business, then women are inferior to men. LinkedIn data show that between 14 % and 38 % of women worldwide has less intensive networking connections than their male counterparts.

It follows that a fifth of female entrepreneurs see „fear of risk“ as a significant disincentive (20 %). Shmailan (2016) found that women were less prone to taking risks than men. According to the attitudes of female entrepreneurs, other disincentives are not as relevant, although a lot of studies find that „incompetence“ (6 %) and the „glass ceiling“ phenomenon (4 %) are among the biggest disincentives for advancement and affirmation of businesswomen. Gender inequality in entrepreneurship is related to fewer opportunities for education and training (Marić, 2023).

Finally, the twelfth question regarded ten statements related to female entrepreneurship, differences in relation to men and advancement disincentives. The respondents expressed their degree of agreement with the statements in a 5-point Likert scale (1 – I completely disagree; 2 – I disagree; 3 – I neither agree nor disagree; 4 – I agree; 5 – I completely agree). Thereby, the value 3 represented indifference between agreeing and disagreeing, more precisely, values higher than 3 showed agreement with the statements.

Table 4 shows descriptive data of research variables. The values of the statistical parameter „standard deviation“, i.e., the values of mean deviation from the arithmetic mean value are higher than $M = 1$. This means that the relative values of variability in the respondents' attitudes toward the specific characteristics of female entrepreneurship, i.e., the values of coefficient of variation (CV) are in the range from 27 % to 54 %. The coefficient of variation shows a share of „standard deviation“ (St. D.) in the „arithmetic mean“ (M), i.e., the dispersion of scale data. Based on these values, the variability is „weak“ and accordingly desirable for

TABLICA 4. RAZINA SLAGANJA ISPITANICA S IZJAVAMA O SPECIFIČNOSTIMA PODUZETNIŠTVA ŽENA (N = 100)
TABLE 4. RESPONDENTS' DEGREES OF AGREEMENT WITH STATEMENTS ABOUT SPECIFIC CHARACTERISTICS OF FEMALE ENTREPRENEURSHIP (N = 100)

R.BR. NO.	PODUZETNICE / FEMALE ENTREPRENEURS	1	2	3	4	5	M	St. D.	CV (%)
1.	Poduzetnice su u stanju istodobno voditi brigu o poslovanju i obiteljskim obvezama. Female entrepreneurs are able to care simultaneously for business and family.	4	10	6	45	35	3,97	1,08	27
2.	Poduzetnicama je teže u poslovnoj zajednici nego muškarcima. Female entrepreneurs endure more difficulties in a business community than men.	15	24	4	43	14	3,17	1,34	42
3.	Okruženje više podupire poduzetničke pothvate muškaraca nego žena. The environment is more prone to support male than female entrepreneurial endeavours.	31	15	5	41	8	2,80	1,44	51
4.	U odnosu na muškarce, žene nemaju vještine potrebne za uspjeh u poduzetništvu. In relation to men, women do not have the necessary skills to succeed in entrepreneurship.	30	61	8	1	0	1,80	0,61	34
5.	Rodna diskriminacija i stereotipi (tzv. „stakleni strop“) značajne su prepreke ženama u razvoju karijere. Gender discrimination and stereotypes (so-called „glass-ceiling“) are significant disincentives for female career development.	19	38	2	33	8	2,73	1,31	48
6.	Tradicionalno shvaćanje društvene uloge žena otežava napredak poduzetnica. The traditional understanding of female roles in society aggravates the advancement of female entrepreneurs.	20	42	4	29	5	2,57	1,24	48
7.	Suosjećajnost i emocionalnost slabosti su ženskog stila vođenja. Empathy and emotionality are weaknesses of the female management style.	19	52	2	18	9	2,46	1,24	50
8.	Žene i muškarci u Hrvatskoj imaju jednake preduvjete za uspjeh u poduzetništvu. Men and women in Croatia have the same preconditions for entrepreneurial success.	7	38	16	28	11	2,98	1,17	39
9.	Razina obrazovanja i kompetencija žena relevantna je za njihov poduzetnički status. Level of education and competence of women is relevant for their entrepreneurial status.	18	45	11	9	17	2,52	1,34	53
10.	Žene su za isti posao manje plaćene od muškaraca. Women are paid less than men for the same job.	8	20	7	54	16	3,65	1,22	33

Izvor: istraživanje i obrada autora / Source: Authors' research and elaboration

obiteljskim obvezama“ iznosi $M = 3,97$, s minimalnom ocjenom 1,00 i maksimalnom ocjenom 5,00. Vrijednost statističkog parametra „standardna devijacija“ iznosi 1,08. Vrijednost statističkog parametra „koeficijent varijacije“ iznosi 27 %. To upućuje na „relativno slabu“ i prihvatljivu varijabilnost u ocjenama. Proizlazi da su ispitanice visoko ocijenile svoju sposobnost za istodobno vođenje brige o poslovanju i o obitelji, odnosno da se velikim dijelom slažu s prvom izjavom, iako je ta ista varijabla prethodno u Grafikonu 3 prikazana i kao najveća prepreka za poduzetništvo žena.

Vrijednost „aritmetičke sredine“ za posljednu izjavu, o „nejednakostima u plaćama žena za isti posao“, iznosi $M = 3,65$. Vrijednost „standardne devijacije“ iznosi 1,22, a „koeficijent varijacije“ iznosi 33 %. To upućuje na „umjerenu“ i prihvatljivu varijabilnost u ocjenama. Proizlazi da su ispitanice iskazale srednju razinu suglasnosti s tvrdnjom o diskriminaciji žena putem nižih plaća u odnosu na muškarce (za iste poslove). Jednaka plaća za jednaki rad jedno je od temeljnih načela EU-a. Ipak, podaci iz travnja 2024. govore da žene u EU-u u prosjeku zarade 12,7 %, a u Hrvatskoj 11,1 % manje od muškaraca.

Vrijednost „aritmetičke sredine“ za četvrtu izjavu, o „slabijim vještinama žena u odnosu na muškarce“, iznosi $M = 1,80$. Vrijednost „standardne devijacije“ iznosi 0,61, a „koeficijent varijacije“, gotovo jednako kao i prethodni, iznosi 34 %. To također upućuje na „umjerenu“ i prihvatljivu varijabilnost u ocjenama. Proizlazi da su ispitanice uvjerljivo većinom iskazale iznimno visoko neslaganje s izjavom, odnosno smatraju da poduzetnice imaju jednake potrebne kompetencije za uspjeh kao i muškarci.

Vrijednost „aritmetičke sredine“ za drugu izjavu, o „otežanom djelovanju žena u poslovnoj zajednici u odnosu na muškarce“, iznosi $M = 3,17$. Vrijednost „standardne devijacije“ iznosi 1,34, a „koeficijenta varijacije“ 42 %, što također upućuje na „umjerenu“ varijabilnost u ocjenama.

attitudes whose values of „coefficient of variability“ are less than 10 %. If the values move between 11 % and 30 % the variability is „relatively weak“. If they move between 31 % and 50 %, the variability is „moderate“, i.e., still relatively acceptable. Values between 51 % and 71 % mark a „relatively strong“ variability, with values above that showing a „very strong“, unacceptable variability.

The value of the statistical parameter „Arithmetic mean“ ($M = \text{mean}$) for the variable „Simultaneous care by female entrepreneurs for business and family“ was $M = 3.97$, with the lowest grade of 1.00 and a highest grade of 5.00. The value of the statistical parameter „standard deviation“ was 1.08. The value of the statistical parameter „coefficient of variation“ was 27 %. This indicates a „relatively weak“ and acceptable variability in the grading scale, indicating that female entrepreneurs highly graded their ability to care for business and family at the same time, i.e., that they mostly agree with the first statement, despite the same variable in Figure 3 being shown as the greatest disincentive for female entrepreneurship.

The „arithmetic mean“ value for the last statement about the „inequality of pay for the same job was $M = 3.65$. The value of „standard deviation“ was 1.22, and the „coefficient of variation was 33 %. This indicates a „moderate“ and acceptable variation in the grading scale. It shows that the respondents stated a medium level of agreement with the statement on the discrimination against women in lower compensation in relation to men (for the same jobs). Equal pay for equal work is one of the foundational principles of the EU; nevertheless, data from April 2004 show that women in the EU earn averagely 12.7%, and in Croatia 11.1 % less than men.

The „arithmetic mean“ value for the fourth statement on „weaker skills of women in relation to men“ was $M = 1.80$. The „standard deviation“ value was 0.61, and the „coefficient of variation“ was almost equal as the previous one, 34 %. This also indicates a „moderate“ and acceptable variability

Očigledno je da su ispitanice osrednje suglasne s tvrdnjom o otežanom poduzetničkom djelovanju žena u odnosu na muškarce.

Za varijablu osme izjave, vezane za „jednakost preduvjeta za uspjeh žena i muškaraca u poduzetništvu“, vrijednost statističkog parametra „aritmetička sredina“ iznosi $M = 2,98$. Vrijednost statističkog parametra „standardna devijacija“ iznosi 1,17, a „koeficijenta varijacije“ 39 %. To ukazuje na „umjerenu“ varijabilnost u ocjenama. Proizlazi da ispitanice o ovoj izjavi imaju podosta suprotstavljene stavove.

Za treću izjavu, da domaće „okruženje više podupire poduzetničke pothvate muškaraca nego žena“, vrijednost „aritmetičke sredine“ iznosi $M = 2,80$. Vrijednost „standardne devijacije“ iznosi 1,4, a „koeficijenta varijacije“ 51 %, što ukazuje na „relativno jaku“ i stoga manje prihvatljivu varijabilnost u ocjenama. Kako kod prethodne, tako se i kod ove varijable ispitanice znakovito razilaze u stavovima o nejednakom i netransparentnom podržavanju njihovih poduzetničkih pothvata u odnosu na muškarce.

Vrijednost „aritmetičke sredine“ za petu izjavu, o „rodnoj diskriminaciji i stereotipima kao značajnim preprekama ženama u razvoju karijere“, iznosi $M = 2,73$. Vrijednost „standardne devijacije“ iznosi 1,31, a „koeficijenta varijacije“ 48 %, što upućuje na „umjerenu“ varijabilnost u ocjenama. Kod ove varijable također je razvidan stav ispitanica o slaboj do umjerenoj važnosti navedenih čimbenika kao prepreka za napredovanje žena u poslovnoj zajednici.

Za sve tri preostale izjave znakovita je „umjerena“ do „relativno jaka“ varijabilnost u ocjenama. Vrijednost „aritmetičke sredine“ za šestu izjavu, o „tradicionalnom shvaćanju društvene uloge žena“ kao poteškoći za napredak poduzetnica, iznosi $M = 2,57$. Vrijednost „standardne devijacije“ iznosi 1,24, a „koeficijenta varijacije“ umjerenih 48 %.

Nadalje, za devetu izjavu, da je „razina obrazovanja i kompetencija žena relevantna

in the grading scale. It shows that the vast majority of the respondents largely disagreed with the statement, i.e., that they consider possessing the same necessary competences for success as men.

The „arithmetic mean“ value for the second statement on „women enduring more difficulties in the business community than in relation to men“ was $M = 3.17$. The „standard deviation“ value was 1.34, and the „coefficient of variation“ 42 %, which also indicates a „moderate“ variability in the grading scale. It is evident that the respondents somewhat agree with the statement on enduring more difficulties in entrepreneurial activity in relation to men.

The eighth statement, related to „equal preconditions for success of women and men in entrepreneurship“ showed the value of the statistical parameter of „arithmetic mean“ to be $M = 2.98$. The value of the statistical parameter of „standard deviation“ was 1.17, and the „coefficient of variation“ 39 %. This indicates a „moderate“ variability in the grading scale, showing that the respondents hold significantly opposing attitudes toward this statement.

The third statement that domestic „environment is more supportive to entrepreneurial ventures of men than women“ showed the „arithmetic mean“ value $M = 2.80$. The value of „standard deviation“ was 1.4, and the „coefficient of variation“ was 51 %, indicating a „relatively strong“ and therefore less acceptable variability in the grading scale. As is the case with the previous variable, the respondents show significantly opposing attitudes toward unequal and untransparent support of their entrepreneurial ventures in relation to men.

The „arithmetic mean“ value for the fifth statement on the „gender discrimination and stereotypes as significant disincentives for career development of women“ was $M = 2.73$. The „standard deviation“ value was 1.31, and the „coefficient of variation“ 48 %, indicating a „moderate“ variability in the grading scale. This variable also shows a weak to moderate significance of the stated factors by the respondents as disincentives to the advancement of women in the business community.

za njihov poduzetnički status“, vrijednost „aritmetičke sredine“ iznosi $M = 2,52$. Vrijednost „standardne devijacije“ iznosi 1,34, a „koeficijenta varijacije“ 54 %. Sedma izjava, o „suosjećajnosti i emocionalnosti kao slabostima ženskog stila vođenja“, bilježi vrijednost „aritmetičke sredine“ $M = 2,46$. Vrijednost je „standardne devijacije“ 1,24, a „koeficijenta varijacije“ 50 %.

Testiranje hipoteze ovog rada provedeno je izračunima statističkih parametara „aritmetičke sredine“, „standardne devijacije“ i „koeficijenta varijacije“. S obzirom na to da je utvrđena statistički značajna i „relativno slaba“ varijabilnost ocjena u stavovima poduzetnica, hipoteza H1: „Unatoč obiteljskim obvezama poduzetnice su u mogućnosti kvalitetno izvršavati upravljačke zadaće u poduzećima“ se prihvaća.

RASPRAVA

Pri ulasku u osobito rizične poslove poduzetnice su mnogo opreznije od poduzetnika. To rezultira i realnijim projektima (Shmailan, 2016). Istraživanje je pokazalo da se među pet najvećih prepreka za uspjeh poduzetničkih projekata žena ubrajaju: a) „usklađivanje privatnog i poslovnog života“ (72 %); b) „pristup financijskim izvorima“ (49 %); c) „tromba i složena birokracija“ (41 %); d) „stereotipi o ženama u poduzetništvu“ (31 %) i e) „nedovoljna umreženost žena“ (28 %).

Istraživanje Perkova (2020) također je pokazalo da 37 % ispitanica u Hrvatskoj „usklađivanje poslovnih s obiteljskim obvezama“ i „propuštanje poslovne prilike zbog trudnoće i majčinstva“ shvaća kao znatne prepreke za uspjeh u korporativnom ili tradicionalnom poduzetništvu. Društvena uloga, a posebice majčinstvo, itekako određuje položaj žena u poduzetništvu. Majčinstvo, obitelj i kućanstvo simboliziraju smisao rodne osviještenosti pa se odražavaju na percepciju javnosti o ženama u poduzetništvu (Zirdum i Cvitanović, 2017). Relevantna literatura potvrđuje da žene teže ostvaruju ravnotežu između poslovnog i privatnog života,

„Moderate“ to „relatively strong“ variability in the grading scale is significant for all the three remaining statements. The „arithmetic mean“ value for the sixth statement on the „traditional understanding of female social roles“ as a disincentive for female entrepreneurs' advancement was $M = 2.57$. The „standard deviation“ value was 1.24, and the „coefficient of variance“ a moderate 48 %.

Furthermore, the ninth statement that the „education and competence level of women was relevant to their entrepreneurial status“ showed the „arithmetic mean“ value $M = 2.52$. The „standard deviation“ value was 1.34, and the „coefficient of variation“ 54 %. The seventh statement on the „empathy and emotionality as weaknesses of the female management style“ marked the „arithmetic mean“ value $M = 2.46$, the „standard deviation“ value of 1.24 and the „coefficient of variation“ of 50 %.

We tested the hypothesis of this paper on the calculations of statistical parameters of the „arithmetic mean“, „standard deviation“ and „coefficient of variation“. Considering that we determined a statistically significant and a „relatively weak“ variability in grading scale of female entrepreneurs' attitudes, the hypothesis H1: „Despite family obligations, female entrepreneurs are able to execute managerial company tasks with quality“ is confirmed.

DISCUSSION

Upon entering especially risky ventures, female entrepreneurs are much more cautious than male entrepreneurs. This also results in more realistic projects (Shmailan, 2016). The research showed that the five biggest disincentives for the success of entrepreneurial projects of women include: a) „work-life balance“ (72 %); b) „access to funding“ (49 %); c) „inert and complex bureaucracy“ (41 %); d) „stereotypes on women in entrepreneurship“ (31 %) and e) „insufficient networking of women“ (28 %).

odnosno da rodne razlike negativno utječu na njihov napredak u karijeri (Ip i sur., 2020; Lyness i Judiesch, 2014; Pace i Sciotto, 2021).

Prema rezultatima istraživanja o poduzetništvu žena (Eurochambres Women Network, 2023) na uzorku od 823 poduzetnice iz 24 države (EU i susjedne države), proizlazi da je uspješno balansiranje između obiteljskog i poslovnog života jedna od glavnih prepreka ženama za kvalitetno obavljanje upravljačkih funkcija u poduzećima (18 %).

Prema poduzetničkoj je aktivnosti Hrvatska još uvijek dominantnije „muška“ zemlja. Omjer muških i ženskih novopokrenutih poslovnih pothvata iznosi 1,8:1,0, što je malo iznad prosjeka zemalja EU-a (1,5:1,0). Upravljanje vremenom i težnja za usklađivanjem poslovnog i privatnog života očigledni su za sve zaposlene, a posebice za žene. Veliki broj žena još se uvijek dominantno brine za kućanstvo i skrbi za druge članove obitelji. Međutim, pozitivan je trend porast udjela podjednake razdiobe obiteljskih odgovornosti (47 %) između žena i njihovih partnera (Eurochambres Women Network, 2023).

Prema istraživanju GEM-a (2022), razlozi rodne neravnoteže u poduzetništvu najčešće su rezultat nedostupnosti usluga bitnih za organizaciju obiteljskog života, koji je tradicionalno ponajviše u djelokrugu žena (briga o djeci, starijima i sl.) i kulturološkog konteksta. Ipak, iz Tablice 4 razvidno je da je čak 80 % hrvatskih poduzetnica sposobno kvalitetno uskladiti poslovni i privatni život.

Financijske institucije i organizacije na žene gledaju kao na „veći rizik“ od muškaraca (Brush, 1997). Stoga, da bi bile uspješne u dobivanju dodatnog kapitala za rast, poduzetnice moraju izvršno planirati, fokusirati se na širenje tržišta i uvođenje novih tehnologija te biti predanije od muškaraca u svom poslovnom djelovanju (Brush, 1997). Prema publikaciji agencije Eurofound, istraživanja diljem EU-a pokazuju da brojne poduzetnice imaju otežan pristup kapitalu potrebnom za pokretanje i razvoj poslovne aktivnosti te se u nastojanjima da prikupe

Perkov's research study (2020) also showed that 37 % of respondents in Croatia consider „maintaining work-family balance“ and „missing business opportunities due to pregnancy and motherhood“ as significant disincentives for success in corporate or traditional entrepreneurship. The social role, especially motherhood, certainly determines the position of women in entrepreneurship. Motherhood, family and household symbolise the meaning of gender awareness and are reflected on the public perception of women in entrepreneurship (Zirdum and Cvitanović, 2017). The relevant literature confirms that women have more difficulty achieving work-life balance, i.e., that gender differences negatively affect their career advancements (Ip et al., 2020; Lyness and Judiesch, 2014; Pace and Sciotto, 2021).

According to research results on female entrepreneurship (Eurochambres Women Network, 2023) on the sample of 823 female entrepreneurs from 24 countries (EU and neighbouring countries), successful work-life balance is one of the main disincentives for women to perform quality managerial functions in companies (18 %).

According to entrepreneurial activity, Croatia is still predominantly a „male“ country. The ratio of newly initiated business ventures between men and women is 1.8:1.0, which is a little over the EU average (1.5:1.0). Time management and tendency for achieving work-life balance are evident for all employees, but especially for women. A large number of women still predominantly care for the household and other family members. However, there is a positive rising trend of an equal share of family responsibility distribution (47 %) between women and their partners (Eurochambres Women Network, 2023).

According to GEM research (2022), the reasons for gender imbalance in entrepreneurship most frequently result from unavailability of services necessary for the organisation of family life, which is traditionally more under the control of women (caring for children, elderly and the like) and

inicijalna financijska sredstva suočavaju s velikim poteškoćama i nepovjerenjem (Demetriades, 2019).

Stereotipi o ženskim poduzetničkim kompetencijama (tzv. „stakleni strop“) još nisu nadvladani pa potencijalni kupci, dobavljači, partneri i ulagači na poduzetnice nerijetko gledaju s određenom dozom skepticizma (Stilin, 2020). Rodni stereotipi, predrasude i percepcija ograničavaju opći društveni i gospodarski napredak (Demetriades, 2019).

Slabije razvijene poslovne mreže i tradicionalna shvaćanja usporavaju napredovanje žena u poduzetništvu. Prema rezultatima istraživanja „Raznolikost i inkluzivnost na radnom mjestu“ (Deloitte i HUP, 2024), pozicija žena u hrvatskom poslovnom okruženju i dalje nije dovoljno podržana. Čak 93 % ispitanika smatra da žene moraju uložiti više napora da bi bile na istoj poziciji kao muškarci. Ipak, očigledno je da poslovna zajednica postupno prihvaća sposobnosti i doprinose žena (Nakić, 2019).

Razina obrazovanja i kompetencija hrvatskih poduzetnica, nažalost, nije toliko relevantna za njihov poduzetnički status, iako je od 1990. do danas broj žena s diplomama visokih obrazovnih institucija (ukupno 20 369, tj. 60,8 % u 2022. godini) osjetno veći nego muškaraca (13 046 ili 39,2 %) (HZZ, 2022).

ZAKLJUČAK

Osnovne prepreke za znatniju zastupljenost i veću kompetitivnost žena u hrvatskom poduzetništvu ogledaju se u složenosti usklađivanja privatnog i poslovnog života, otežanom pristupu financijskim izvorima i sporoj zakonodavnoj infrastrukturi. Tu su još stereotipi i tradicionalne predrasude te nedovoljna umreženost poduzetnica. Navedene prepreke uzajamno se isprepliću pa otklanjanje jedne može smanjiti i ostale prepreke. No za takve promjene potrebni su vrijeme, društveni konsenzus te financijski i institucionalni okvir.

from the cultural context. Nevertheless, Table 4 shows that as much as 80 % of Croatian female entrepreneurs are capable of achieving a quality work-life balance.

Financial institutions and organisations view women as „higher risk“ than men (Brush, 1997). Therefore, in order to be more successful in obtaining additional growth capital, female entrepreneurs need excellent planning, focusing on expanding the market and introducing new technologies, as well as being more committed than men in their business activity (Brush, 1997). According to the publication by the Eurofound agency, research across the EU shows that numerous female entrepreneurs have difficult access to the capital needed to initiate and develop business activities, and they face great difficulties and distrust in their efforts to obtain initial funding (Demetriades, 2019).

Stereotypes on female entrepreneurial competences (so-called „glass ceiling“) have not been overcome, so potential consumers, suppliers, partners and investors frequently view them with a specific grain of scepticism (Stilin, 2020). Gender stereotypes, bias and perception limit the general social and economic advancement (Demetriades, 2019).

Poorly developed business networks and traditional thinking have been decelerating the advancement of female entrepreneurship. According to the research results in „Raznolikost i inkluzivnost na radnom mjestu“ (EN: Diversity and Inclusion in the Workplace) (Deloitte and HUP, 2024), the position of women in the Croatian corporate environment is still insufficiently supported. As much as 93 % of respondents considered that women needed to invest more efforts to have the same position as men. Nevertheless, it is evident that the business community has been gradually accepting the capabilities and contributions of women (Nakić, 2019).

Unfortunately, the competence and education levels of Croatian female entrepreneurs have not been as relevant for their entrepreneurial status, despite the fact that since 1999, the number of women holding

Pozitivno je da se u hrvatskom gospodarstvu općenito uočava sve veća zastupljenost žena. To podosta ovisi i o funkcionalnom području, jer različite djelatnosti pružaju i drukčije mogućnosti. Primjerice, STEM područja (znanost, tehnologija, inženjerstvo i matematika) ženama u Hrvatskoj manje su privlačna za bavljenje poduzetništvom pa bi ih država trebala intenzivnije motivirati za te smjerove u obrazovanju.

Ako je riječ o članstvu u upravi, broj hrvatskih poduzeća bez ijedne žene raste, iako žene imaju višu razinu obrazovanja od muškaraca. Nasuprot tome, u upravnim odborima poduzeća izlistanim na burzama u EU-u sve je više žena. Žene generiraju jedinstvene perspektive i kreativne zamisli u poslovni svijet pa bi rodna ravnoteža na najvišim razinama menadžmenta morala postati standard svakog društva. Poduzeća poduzetnica u pravilu su manja, žene vode veću brigu o međuljudskim odnosima, ulažu u edukaciju zaposlenika i rjeđe ih otpuštaju. Nedovoljna ulaganja u poduzetničke aktivnosti žena ukazuju na nedostatno iskorištene kapacitete u nacionalnom gospodarstvu, čime se ograničavaju rast i mogućnost zapošljavanja te se koči ostvarivanje jednakih prilika za oba spola.

Glavni cilj ovog rada bio je objasniti razloge ulaska žena u poduzetništvo i motive za njihovo bavljenje poduzetništvom, kao i prepreke koje im – u odnosu na muškarce – otežavaju veću zastupljenost u domaćoj poduzetničkoj zajednici. Rezultati upućuju na visoku razinu pouzdanosti svih varijabli, čime je potvrđena valjanost istraživanja. Najučestaliji razlog za ulazak u poduzetništvo jest „ostvarenje ideje“ (43 %), što znači da većinu žena pokreće mogućnost realizacije osobne ambicije i samoostvarenja. Proizlazi također da su poduzetnice najvišom ocjenom izrazile slaganje s tvrdnjom o njihovim sposobnostima da istodobno vode brigu o poslovanju i o obitelji ($M = 3,97$; $St. D. = 1,08$; $CV = 27$ %). To je ujedno i najveća prepreka za uspjeh poduzetnica (72 %). Osobito otežana dostupnost financijskih izvora također je učestala prepreka (49 %).

a higher education degree (a total of 20,369, i.e., 60.8 % in 2022) has been considerably higher than that of men (13,046 or 39.2 %) (HZZ, 2022).

CONCLUSION

The main disincentives for a more significant representation and stronger competitiveness of female entrepreneurs in Croatia are reflected in the complexity of achieving work-life balance, difficult access to funding and slow legislative infrastructure. These are followed by stereotypes and traditional bias, as well as insufficient networking of female entrepreneurs. The stated disincentives are intertwined, so eliminating one can lead to reducing the others. However, such changes require time, social consensus and financial and institutional frameworks.

It is noteworthy that Croatian economy has been seeing a generally higher representation of women. This considerably depends on the functional area because different business activities also provide different possibilities. For example, the STEM fields (science, technology, engineering and mathematics) are less appealing as entrepreneurship areas to women in Croatia, thus requiring the state to provide a more intense motivation for these educational areas.

In terms of board memberships, the number of Croatian companies without a single woman is increasing, although women have a higher education level than men. In contrast, the management boards of companies listed on the EU stock markets show an increasing number of women. Women generate unique perspectives and creative thinking in the corporate scene; therefore, gender balance at the highest management levels should become any society's standard. Companies held by female entrepreneurs are regularly smaller, women take greater care of interpersonal relationships, invest in employee training and are less quick to dismiss employees. Insufficient investment in female entrepreneurial activities indicate insufficiently

Ograničenja ovoga istraživanja deriviraju iz relativno malog i isključivo ženskog uzorka. K tome, samoprocjene zaposlenika mogle su rezultirati subjektivnim percepcijama i pristranošću u odgovorima. Premda dobivene rezultate valja uzeti više kao orijentaciju, dovoljno su indikativni za bolje razumijevanje različitih aspekata poduzetništva žena u međunarodnim i hrvatskim uvjetima. Ovu temu u budućnosti valja produbiti različitim metodološkim pristupima na većem i disperziranom uzorku.

Ovaj rad pruža određeni uvid u međudjelovanje različitih čimbenika na smanjenje diskriminacije i ravnomjerniju zastupljenost žena u poduzetničkom djelovanju. Time se pridonosi postojećoj teorijskoj građi o poduzetništvu, društvenim aspektima menadžmenta i rodnoj ravnopravnosti.

used capacities in a national economy, thereby limiting growth and employment opportunities and hindering the achievement of equal opportunities for both sexes.

The main purpose of this paper was to explain the reasons why women enter entrepreneurship and motives for their entrepreneurial activities, as well as the disincentives that – in relation to men – aggravate their higher representation in the domestic entrepreneurial community. The most frequent reason for entering entrepreneurship is a “realization of an idea” (43 %), meaning that the majority of women are driven by the possibility of achieving a personal ambition and self-actualisation. We also found that female entrepreneurs agreed most with the statement on their ability to simultaneously care for business and family ($M = 3.97$; $St. D. = 1.08$; $CV = 27\%$). This is also the biggest disincentive to success of female entrepreneurs (72 %). Especially difficult availability of financial resources is also seen as a frequent disincentive (49 %).

Limitations of this research study are derived from a relatively small and exclusive female sample. Moreover, the self-evaluations of employees may have resulted in subjective perceptions and bias in responses. Although the obtained results should be taken more as an orientation, they are sufficiently indicative for a better understanding of different aspects of female entrepreneurship in international and Croatian environments. In future, this topic may be broadened with different methodological approaches on a larger and dispersed sample.

This paper provides a specific insight into the interaction of various factors on reducing discrimination and a more equal representation of women in entrepreneurship. This contributes to the existing theoretical framework of entrepreneurship, social aspects of management and gender equality.

LITERATURA / LITERATURE

- BARDASI, E., SABARWAL, S. I TERRELL, K. (2011), „How do female entrepreneurs perform? Evidence from three developing regions“. *Small Business Economics*, 37 (2), 417-441, https://www.researchgate.net/publication/226911039_How_do_female_entrepreneurs_perform_Evidence_from_three_developing_regions
- BRUNI, A., POGGIO, B. I GHERARDI, S. (2004), „Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs“. *Journal of Organizational Change Management*, 17 (3), 256-268. https://www.researchgate.net/publication/228314717_Entrepreneur-Mentality_Gender_and_the_Study_of_Women_Entrepreneurs
- BRUSH, C. G. (1997), „Women-owned businesses: obstacles and opportunities“. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2 (1), 1-25, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4615-5173-7_7 (21. studenoga 2024.)
- DELOITTE I HRVATSKA UDRUGA POSLODAVACA – HUP (2024), „Raznolikost i inkluzivnost na radnom mjestu“. <https://www.hup.hr/deloitte-i-hup-predstavili-rezultate-istrzivanja-o-raznolikosti-i-inkluzivnosti-na-radnom-mjestu> (2. studenoga 2024.)
- DEMETRIADES, S. (2019), „Female entrepreneurship: Public and private funding“. Eurofound (Dec 19), <https://www.eurofound.europa.eu/en/publications/2019/female-entrepreneurship-public-and-private-funding> (18. studenoga 2024.)
- EUROCHAMBRES WOMEN NETWORK SURVEY (2023). Women Network, <https://www.eurochambres.eu/publication/eurochambres-women-network-survey-2023-a-picture-of-female-entrepreneurship/> (29. rujna 2024.)
- EUROPSKA KOMISIJA (2022), Directive on improving the gender balance among non-executive directors of listed companies. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_3478 (2. rujna 2024.)
- FINA (2024), „Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava – razdoblje od 2019. do 2023. godine“ (objavljeno 19. studenoga). <https://www.fina.hr/novosti/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje-od-2019.-do-2023.-godine> (11. studenoga 2024.)
- GEM Hrvatska (2022), *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?* Zagreb: CEPOR, <https://www.cepor.hr/GEM%20zbornik%202022%2005%2007%202023.pdf> (18. studenoga 2024.)
- HEDREEN, S. (2023), „Gendered Jobs Are on the Decline, but Stereotypes Remain“. <https://www.businessnewsdaily.com/10085-male-female-dominated-jobs.html> (18. srpnja 2024.)
- HRVATSKI ZAVOD ZA ZAPOSŁJAVANJE – HZZ (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29014> (8. lipnja 2024.)
- IP, E. J., LINDFELT, T. A., TRAN, A. L., DO, A. P. I BARNETT, M. J. (2020), „Differences in Career Satisfaction, Work-Life Balance, and Stress by Gender in a National Survey of Pharmacy Faculty“. *Journal of Pharmacy Practice*, 33, 415-419, <https://doi.org/10.1177/0897190018815042>
- IVANKOVIĆ, D., KULENOVIĆ, Ž. I SUDARIĆ, Ž. (2016), „Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj“. *International scientific conference – ERAZ 2016, Knowledge based sustainable economic development*. Beograd: Udruženje ekonomista i menadžera Balkana, <https://www.bib.irb.hr/883258>
- KIRBY, J. (2003), *Choosing to be different – Women, work and the family*. London: Centre for policy studies, <http://www.jillkirby.org/wp-content/uploads/2011/11/Choosing-to-be-Different.pdf>
- KOSSEK, E. E., PICHLER, S., BODNER, T. I HAMMER, L. B. (2011), „Workplace social support and work-family conflict: A meta-analysis clarifying the influence of general and work-family-specific supervisor and organizational support“. *Personnel Psychology*, 64 (2), 289-313, DOI: 10.1111/j.1744-6570.2011.01211.x
- LYNESS, K. S. I JUDIESCH, M. K. (2014), „Gender egalitarianism and work-life balance for managers: Multisource perspectives in 36 countries“. *Applied Psychology: An International Review*, 63 (1), 96-129, <https://doi.org/10.1111/apps.12011>
- MARIĆ, P. (2023), „Analiza stanja i potencijala ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj“ (sveuč. dipl. rad). Zagreb: Libertas međunarodno sveučilište
- MATIĆ, I. (2019), „Svjetski dan poduzetnica: kakvo je stanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj?“ <https://www.womeninadria.com/svjetski-je-dan-poduzetnica/> (10. svibnja 2024.)
- MIOŠIĆ LISJAK, N. I ĆURLIN, I. (2002), *Žene i poduzetništvo*. Zagreb: The Star Network of World Learning
- NG-LUN, K., SHAHBAZ, N. I OZBAY, N. (2013). „The importance of female entrepreneurship“. *Učenje za poduzetništvo*, 3 (1), 39-48, <https://hrcaak.srce.hr/130295> (9. lipnja 2024.)
- OBAD, O. I ŠKOKIĆ, T. (2019), „Brižno poduzetništvo u ženskim poslovnim praksama. Od reprodukcije do destrukcije patrijarhata“. *Etnološka tribina*, 49 (42), 80-101, <https://doi.org/10.15378/1848-9540.2019.42.02> (29. lipnja 2024.)

- PACE, F. I SCIOTTO, G. (2021), „Gender Differences in the Relationship between Work–Life Balance, Career Opportunities and General Health Perception“. *Sustainability*, 14 (1), 357, DOI: 10.3390/su14010357
- PERKOV, M. (2020), „Zastupljenost žena u upravljačkim strukturama odabranog hrvatskog farmaceutskog poduzeća“. *Zbornik radova Sveučilišta Libertas* (ur. V. Filipović), 5 (5), prosinac, 159-173
- SBDC (2019), „Women in Business: A Brief History“. SBDC Net, dostupno na: <https://www.sbdnet.org/sbd-national-blog/women-in-business-brief-history/>
- SHMAILAN, A. B. (2016), „Compare the Characteristics of Male and Female Entrepreneurs as Explorative Study“. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 5 (4), 1-7, DOI:10.4172/2169-026X.1000203
- STILIN, A. (2016), „Suvremeni trendovi u poduzetništvu“. *Praktični menadžment*, 7 (1), 39-46, <https://hrcak.srce.hr/171161> (29. kolovoza 2024.).
- ŠKRTIĆ, M. (2006), *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija nakladništvo
- THE FEMALE FTSE BOARD REPORT 2022 (2023). Cranfield School of Management, <https://www.cranfield.ac.uk/femaleftseboardreport> (2. studenoga 2024.)
- VUČEMILOVIĆ, V. (2011), „Diskriminacija žena na tržištu rada s osvrtom na Hrvatsku“. *Praktični menadžment*, 2 (1), 68-71, <https://hrcak.srce.hr/71849> (21. listopada 2024.)
- WORLD ECONOMIC FORUM – WEF (2024), „Six global trends that show how to support female entrepreneurs“ (Jan 8). <https://www.weforum.org/stories/2024/01/six-global-trends-in-female-entrepreneurship/> (12. studenoga 2024.)
- XAVIER, S. R., ZAMBERI, S. A., NOR, L. M. I MOHAR, Y. (2012), „Women Entrepreneurs: Making a Change from Employment to Small and Medium Business Ownership“. *Procedia economics and finance*, 4 (1), 321-334, dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567112003474>
- YADAV, V. I UNNI, J. (2016), „Women entrepreneurship: research review and future directions“. *Journal of Global Entrepreneurship*, 6 (12), 1-18. Dostupno na: <https://journal-jger.springeropen.com/articles/10.1186/s40497-016-0055-x>
- ZAKON O RAČUNOVODSTVU (2024). Zagreb: *Narodne novine*, br. 85, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2024_07_85_1474.html (2. lipnja 2023.)
- ZIRDUM, G. I CVITANOVIĆ, V. (2017), „Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj“. *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, 7 (2), 205-222, <https://hrcak.srce.hr/191725> (28. lipnja 2023.)
- ŽAPČIĆ, A. (2020), „Žensko poduzetništvo: ‘Nevidljiva ruka patrijarhata i tržišta srdačno se rukuju pred vratima kućanstva‘“. <https://www.rtl.hr/vijesti-hr/novosti/hrvatska/3653417/zensko-poduzetnistvo-nevidljiva-ruka-patrijarhata-i-trzista-srdacno-se-rukuju-pred-vratima-kucanstva/> (21. prosinca 2023.)