

UNIVERZITET U SARAJEVU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**PREPREKE I MOGUĆNOSTI RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA
U BOSNI I HERCEGOVINI**

Sarajevo, januar 2024.

ELMA SABLJICA

U skladu sa članom 54. Pravila studiranja za I, II ciklus studija, integrisani, stručni i specijalistički studij na Univerzitetu u Sarajevu, daje se

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA

Ja, Elma Sabljica, studentica drugog (II) ciklusa studija, broj index-a 4739-73811 na programu Menadžment, smjer Menadžment i informacione tehnologije, izjavljujem da sam završni rad na temu:

PREPREKE I MOGUĆNOSTI RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U BOSNI I HERCEGOVINI

pod mentorstvom doc.dr. Munira Šestić izradila samostalno i da se zasniva na rezultatima mog vlastitog istraživanja. Rad ne sadrži prethodno objavljene ili neobjavljene materijale drugih autora, osim onih koji su priznati navođenjem literature i drugih izvora informacija uključujući i alate umjetne inteligencije.

Ovom izjavom potvrđujem da sam za potrebe arhiviranja predao/predala elektronsku verziju rada koja je istovjetna štampanoj verziji završnog rada.

Dozvoljavam objavu ličnih podataka vezanih za završetak studija (ime, prezime, datum i mjesto rođenja, datum odbrane rada, naslov rada) na web stranici i u publikacijama Univerziteta u Sarajevu i Ekonomskog fakulteta.

U skladu sa članom 34. 45. i 46. Zakona o autorskom i srodnim pravima (Službeni glasnik BiH, 63/10) dozvoljavam da gore navedeni završni rad bude trajno pohranjen u Institucionalnom repozitoriju Univerziteta u Sarajevu i Ekonomskog fakulteta i da javno bude dostupan svima.

Sarajevo, 15. 1. 2024.

Potpis studentice:

SAŽETAK

Nakon sukoba devedesetih godina prošlog stoljeća Bosna i Hercegovina je prošla kroz proces fizičke, ekoomske i socijalne obnove te ratificirala mnoge međunarodne konvencije nastojeći uspostaviti snažan pravni okvir za razvnopravnost žena na državnoj, entitetskoj i lokalnoj razini. Pa ipak, bosanskohercegovačke žene još uvijek nailaze na prepreke prilikom sudjelovanja na tržištu rada. Nejednake mogućnosti i tretman pri zapošljavanju, razlike u plaćama, neadekvatne socijalne usluge i opterećenje žena porodičnim i kućanskim obavezama i dalje su pristuni u našem društvu. Faktori koji pridonose ovoj situaciji uključuju nedovoljan broj ustanova za skrb o djeci i starim i nemoćnim osobama, obrazovni sistem koji jača tradicionalne uloge muškaraca i žena, finansijske prepreke te nedostatak informacija o mogućnostima samozapošljavanja. Vlada i državna tijela ozbiljno su shvatila problem ravnopravnosti spolova prilikom zapošljavanja, pitanja diskriminacije na radnom mjestu, ali i porodičnih obveza i drugih privatnih sfera, međutim, jasno je da postoji jaz između zakonodavstva i njegove učinkovite provedbe. Iako se posljednjih godina sve više pažnje posvećuje i istraživanjima na ovu temu, možemo reći da to predstavlja tek početak jačanja uloga žena u poslovnom svijetu, obzirom da svijest o značaju ženskog poduzetništva u Bosni i Hercegovini još uvijek nije na zadovoljavajućem nivou.

KLJUČNE RIJEČI: *poduzetništvo, žene, žensko poduzetništvo, barijere, motivacioni faktori, modeli podrške poduzetništvu, finansijske prepreke, poslovna klima, rodni stereotipi, edukacija, rodna (ne)ravnoeža*

ABSTRACT

After the conflict of the 1990s, Bosnia and Herzegovina went through the process of physical, economic and social reconstruction and ratified many international conventions in order to establish a strong legal framework for women's diversity at the state, entity and local levels, however, Bosnian women still face problems related to participation in the labor market. Unequal employment opportunities and treatment, gender wage gap, inadequate social services and the burden of women with family and household responsibilities are still present in our society. Factors that contribute to this situation include an insufficient number of institutions for the care of children and the elderly, an education system that reinforces the traditional gender roles, financial barriers and a lack of information about self-employment opportunities. The government and state bodies have taken seriously the problem of gender equality in employment, discrimination in the workplace, but also family obligations and other private spheres, however, it is clear that there is a gap between legislation and its effective implementation. Although more and more attention has been paid to research on this topic in recent years, we can say that this represents only the beginning of strengthening the role of women in the business world, given that awareness of the importance of female entrepreneurship in Bosnia and Herzegovina is still not at a satisfactory level.

KEY WORDS: *entrepreneurship, women, female entrepreneurship, barriers, motivational factors, entrepreneurship support models, financial barriers, business climate, gender stereotypes, education, gender (im)balance.*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Opis problema istraživanja.....	1
1.2. Ciljevi i ključna pitanja istraživanja.....	4
1.3. Hipoteze istraživanja.....	4
1.4. Metodološki pristup.....	6
2. POJAM I RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA	7
2.1. Pojam ženskog poduzetništva.....	7
2.2. Razvoj ženskog poduzetništva kroz historiju.....	10
2.3. Značaj ženskog poduzetništva za nacionalnu ekonomiju.....	12
2.4. Žensko poduzetništvo u svijetu.....	14
2.5. Žensko poduzetništvo u zemljama regije.....	16
3. PROCJENA OKRUŽENJA ZA RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U BOSNI I HERCEGOVINI	18
3.1. Političko-pravno okruženje.....	18
3.2. Demografsko okruženje.....	20
3.3. Ekonomsko okruženje.....	22
3.4. Socio-kulturno okruženje.....	27
4. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U BOSNI I HERCEGOVINI: BARIJERE I PERSPEKTIVE	28
4.1. Barijere za razvoj ženskog poduzetništva.....	28
4.1.1. Finansijske barijere.....	29
4.1.2. Nepovoljan privredni ambijent.....	30
4.1.3. Utjecaj COVID-19 pandemije.....	31
4.1.4. Nedostatak potrebnih znanja, vještina i informacija.....	33
4.1.5. Rodni stereotipi.....	34
4.1.6. Usklađivanje privatnog i poslovnog života.....	36
4.1.7. Nedostatak samopouzdanja i strah od neuspjeha.....	37
4.1.8. Nedostatak programa podrške za osnaživanje poduzetnica.....	37
4.2. Motivacioni faktori za žensko poduzetništvo.....	38
4.2.1. Motivacija i teorije motivacije.....	38
4.2.2. Motivacioni faktori za pokretanje biznisa: Šta istraživanja pokazuju?.....	41
4.3. Modeli podrške razvoju ženskog poduzetništva.....	43
5. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U BOSNI I HERCEGOVINI – REZULTATI PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA	50
5.1. Model i metodologija istraživanja.....	50
5.2. Rezultati istraživanja.....	51
5.3. Diskusija rezultata istraživanja.....	57
6. DOBRE PRAKSE I PRIMJERI ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA	74

7. ZAKLJUČAK.....	77
REFERENCE	79
PRILOZI	84

POPIS TABELA

Tabela 1 Ženske i muške poduzetničke osobine	9
Tabela 2 Pregled analiziranih indikatora za BiH prema dokumentu Lakoća poslovanja.....	25
Tabela 3 Završeni stepen stručne spreme roditelja i bračnog partnera ispitanica	52
Tabela 4 Rezultati istraživanja: Motivacioni faktori važni za odluku o pokretanju ili proširenju vlastitog biznisa	52
Tabela 5 Rezultati istraživanja: Prepreke važne za odluku o pokretanju ili razvoju sopstvenog biznisa.....	53
Tabela 6 Rezultati istraživanja: Najvažnije mjere podrške ženskom poduzetništvu.....	54
Tabela 7 Rezultati istraživanja: Različite tvrdnje o pokretanju i proširenju vlastitog biznisa ..	55
Tabela 8 Rezultati istraživanja o motivacionim faktorima važnim za donošenje odluke o pokretanju ili proširenju vlastitog biznisa	63
Tabela 9 Ocjene različitih barijera za pokretanje i razvoj ženskog poduzetništva.....	70
Tabela 10 Sažetak najznačajnijih rezultata istraživanja	71

POPIS SLIKA

Slika 1 Ukupna stopa nepismenosti prema podacima popisa stanovništva iz 1981., 1991. i 2013. godine	20
Slika 2 Pojedinci sa osnovnim ili višim digitalnim vještinama prema starosnim grupama i spolu u 2019. godini	22
Slika 3 Radno sposobno stanovništvo prema aktivnosti i spolu u 2021. godini	23
Slika 4 Struktura zaposlenih sa punim i kraćim od punog radnog vremena u 2020. godini	24
Slika 5 Prijedlozi za podsticanje očeva na korištenje porodiljskog dopusta	48
Slika 6 Namjere ispitanica o pokretanju vlastitog biznisa ili proširenju postojećeg u bliskoj budućnosti.....	58
Slika 7 Grafički prikaz rezultata istraživanja o motivacionim faktorima za ulazak žena u poduzetništvo.....	61
Slika 8 Grafički prikaz rezultata istraživanja o preprekama za ulazak žena u poduzetništvo	63
Slika 9 Analiza pokretača i barijera za ulazak žena u poduzetništvo	66
Slika 10 Važnost različitih tipova podrške od strane porodice i partnera za ispitanice	68
Slika 11 Marija Perić - osnivačica brenda My Lowely Bag.....	74
Slika 12 Adisa Tufo - poduzetnica, life and business coach	75

Slika 13 Adna Salman Perva – vlasnica salona vjenčanica Tiara76

POPIS PRILOGA

Prilog 1. Upitnik1

1. UVOD

1.1. Opis problema istraživanja

Riječ "poduzetnik" potiče od francuskog glagola "enterprendre", to znači poduzeti, pokušati (W. J. Carland, J. Carland i Hoy, 1988). U literaturi susrećemo različite definicije poduzetnika, ali se u svima njima mogu prepoznati zajednički elementi. Generalno, poduzetnik je pokretačka sila poduzetničkog procesa, odnosno pojedinac koji stvara vrijednost, i u tom procesu preuzima rizik gubitka novca i vremena kroz kreiranje i plasman nekog drugog oblika vrijednosti kao što su proizvod, usluga ili ideja (Čizmić i Crnkić, 2012, str. 32.). Sada, možemo definirati i poduzetništvo kao sposobnost pojedinca da sprovede svoju ideju o pokretanju posla u stvarnost, osnivajući poduzeće koje će služiti potrebama društva, te njegovu spremnost da prihvati prateće rizike u nadi da će ostvariti profit.

Žensko poduzetništvo je jedan od segmenata poduzetništva i njemu se u posljednje vrijeme poklanja sve više akademske pažnje. „Ženska“ kompanija (engl. Women-owned-business) je privredni subjekt čijih je barem 51% u vlasništvu žene koja istovremeno kontrolira i vodi kompaniju. Kontrola, znači provođenje prava na donošenje poslovnih odluka (Isaković, 2015).

Uprkos konstantnom rastu i podršci koja se pruža poduzetnicama, čini se da je spolni jaz i dalje vrlo značajan. Brojna naučna i stručna istraživanja nastoje odgovoriti na pitanja vezana uz motive ulaska žena u poduzetničke aktivnosti, barijere i izazove na koje nailaze na tom putu, stereotipe s kojima se susreću, kao i načine rješavanja problema i ohrabrivanje većeg broja žena za odabir poduzetništva kao željenog načina razvoja vlastite karijere.

Podaci iz izvještaja Women in the Digital Age iz 2018. godine, pokazuju da su samo 14,8% start-up osnivača žene. Također, od svih analiziranih regija, Evropa je imala najmanju uključenost žena u start-up aktivnostima (6%). Sa 19,4% Malta je država a najnižom stopom poduzetnica u EU, dok najbolje rezultate ima Litvanija sa udjelom ženskog poduzetništva od 39,5%.

Godišnje istraživanje WEbarometer 2021, koje je provedeno u 25 zemalja i temelji se na odgovorima 316 učesnika ankete, pokazalo je da, iako žene čine 52% ukupne evropske populacije, samo je 34,4% u Evropskoj uniji samozaposleno, a 30% start-up poduzetnika su žene. Rezultati istraživanja su pokazali da ispitanici smatraju da su „ženske poslovne mreže“ najučinkovitija podrška ženama koje pokreću biznis, a potom slijede državne agencije. Nadalje, anketa je pokazala da žene obično osnivaju svoje firme bez suosnivača. 58% ispitanika izjavilo je da nisu imali suosnivača prilikom pokretanja biznisa, dok je 32% imalo samo jednog suosnivača, od kojih je 44% reklo da niko od njihovih suosnivača nije žena. Manje od jedne četvrtine ispitanika je bilo zadovoljno finansiranjem start-up poduzetništva,

dok je gotovo polovica (48,12%) ispitanika iskazala svoje nezadovoljstvo trenutnim privrednim okruženjem.

Pojedini zaključci su jednaki kao i u WEbarometer 2020 istraživanju, kao što su (WEgate, 2021):

- Poduzetništvo za žene često znači pronalaženje ravnoteže između posla i privatnog života;
- Trenutno okruženje ne odgovara onome što „traži“ većina poduzetnica. Državne potpore, mentorstva i inicijative za umrežavanje smatraju se najboljim oblicima podrške.
- Poteškoće u finansiranju i dalje su najveći izazov za rast ženskog poduzetništva.

Postavlja se pitanje koje su to zapravo prepreke u razvoju ženskog poduzetništva, zbog kojih statistički podaci pokazuju gore navedeni jaz između žena i muškaraca. Iako su mnoge prepreke kod pokretanja biznisa zajedničke za oba spola, u većini slučajeva one značajnije utječu na žene. Sudjelovanje žena u radnom okruženju je znatno napredovalo u posljednjih nekoliko decenija, ali određeni stereotipi i dalje postoje. Žene se suočavaju s nizom prepreka povezanih s njihovim spolom kada sudjeluju na tržištu rada, bilo kroz zapošljavanje ili samozapošljavanje. Nažalost, potrebno je priznati da poduzetništvo nije spolno neutralni fenomen, odnosno ono se percipira kao muški posao, što je duboko ukorijenjeno u društvene i kulturne stavove i norme. Nadalje, tradicionalne uloge žena i muškaraca također mogu dovesti do toga da se žene ograničavaju na tzv. “feminizirane” profesije.

Vrlo važna je i psihološka barijera, koja sprječava žene da se upuste u pokretanje vlastitog biznisa. Naime, iako je razina formalnog obrazovanja žena u prosjeku viša od razine obrazovanja muškaraca, žene se osjećaju manje spremnim za pokretanje posla, odnosno, imaju manje samopouzdanja kada su u pitanju njihove kompetencije, pokazuje Policy Brief on Women’s Entrepreneurship (2016). Samo je jedna trećina ispitanih žena u periodu od 2010. do 2014. godine navela da smatra da posjeduje potrebno znanje, iskustvo i vještine za pokretanje biznisa, dok je polovina muškaraca odgovorila pozitivno. Provedeno istraživanje pokazuje da ova rodna razlika postoji u svim državama članicama EU, a najveća razlika je u Poljskoj (21%), Slovačkoj (21%) i Mađarskoj (20%). Nadalje, u izvještaju se navodi da je 52% ispitanih žena navelo da ih strah od neuspjeha sprečava da pokrenu svoj vlastiti biznis, u odnosu na 42% muškaraca. Ovu psihološku prepreku žene su prijavljivale u svim zemljama, ali najveće stope su zabilježene u Grčkoj (71%) i Poljskoj (65%).

Generalno, poduzetnice imaju veće poteškoće u pristupu finansiranju od muškaraca, što je potvrđeno u svim državama članicama EU. Najveću vjerovatnoću da će muškarci imati lakši pristup finansiranju svojih poduzetničkih aktivnosti registruju sljedeće države: Italija (2,3 puta), Irska (1,8 puta), Ujedinjeno Kraljevstvo (1,7 puta), Finska (1,6 puta), Francuska (1,6

puta), Slovenija (1,6 puta) i Njemačka (1,5 puta) (UN Women, 2016). Ovaj rodni jaz u pristupu finansiranju ispitan je u velikom broju studija, koje pokazuju da se žene suočavaju s većim preprekama u finansiranju svojih poduzeća. Posljedica toga je da su poduzetnice često obeshrabrene, tj. ne prijavljuju se za kreditiranje njihovih poslovnih aktivnosti jer ne vjeruju u uspješnost procesa finansiranja. Shodno navedenom, poduzetnice obično započinju svoje poslovanje s manje novca i više se oslanjaju na vlastite izvore finansiranja.

U izvještaju Policy Brief on Women's Entrepreneurship (2016) također se navodi da žene obično imaju manje razvijene i učinkovite poslovne mreže, te da one uključuju porodicu, prijatelje i edukatore, a ne druge poduzetnike i poslovne ljude, kao što je to slučaj kod muškaraca. To dovodi do toga da su njihovi kontakti slabije kvalitete, budući da su poslovni odnosi bitna podrška poslovanju poduzeća. Nasuprot tome, muškarci su obično u kontaktu sa ljudima koji imaju veću društvenu i ekonomsku moć, što može biti korisno u prikupljanju informacija, resursa i savjeta za poslovanje.

Što se tiče naše zemlje, Izvještaj o ravnopravnosti spolova za 2022. godinu (Svjetski ekonomski forum, 2022) pokazuje da se BiH nalazi na 116. mjestu od 146 zemalja po ekonomskom sudjelovanju žena, mjereno između ostalog, sudjelovanjem žena u radnoj snazi i zarađenim prihodima i jednakošću plaća. Kada se uzmu u obzir sve četiri dimenzije, a to su sudjelovanje u privrednim djelatnostima i mogućnost ostvarivanja primanja, sticanje obrazovanja, zdravlje te političko osnaživanje, BiH zauzima 73. mjesto.

Također, ne smijemo zanemariti utjecaj rodne neravnopravnosti na ekonomiju i privredni razvoj zemalja. Obzirom da žene čine polovinu svjetske populacije, njihovo sudjelovanje u poslovnom svijetu je od iznimne važnosti za otvaranje novih poduzeća, kreiranje novih radnih mjesta, inovativnih ideja i projekata, što je ključno za postizanje privrednog razvoja i boljeg životnog standarda.

Na osnovu pregleda brojnih provedenih istraživanja u čijem su fokusu poduzetnice, jasno je da uprkos brojnim pozitivnim pričama kojim svjedočimo posljednjih godina, spolni jaz ostaje i dalje značajan negativan trend u većini država. Upravo navedeno predstavlja i problem istraživanja koji se može definisati kao vrlo niska stopa zastupljenosti žena u poduzetničkim poduhvatima. Također, izvodimo i predmet istraživanja koji podrazumijeva ispitivanje stavova žena u BiH prema poduzetništvu, te preprekama i motivacijama za pokretanje vlastitog biznisa. Nadalje, kroz rad će biti obrađena i važnost ženskog poduzetništva za nacionalnu ekonomiju kao i specifičnosti konteksta BiH za razvoj poduzetništva.

1.2. Ciljevi i ključna pitanja istraživanja

Glavni cilj ovog istraživanja je da se na temelju pregleda relevantne literature i prikaza ranijih istraživanja, te istraživanja koje će biti sprovedeno kao dijela ovog završnog rada, procijene percepcije žena vezane za prepreke i mogućnosti razvoja njihovih potencijalnih ili postojećih poduzetničkih aktivnosti u BiH. Na osnovu navedenog, potrebno je predstaviti zaključke o trenutnom položaju poduzetnica i ambijentu u kojem posluju, te predložiti aktivnosti koje se trebaju poduzeti u cilju ostvarivanja veće spolne ravnopravnosti i pružanja podrške ženama prilikom pokretanja poslovanja.

Ciljevi istraživanja mogu se sagledati kroz niz istraživačkih, odnosno ključnih pitanja na koja ovo istraživanje treba dati odgovor. To su:

1. Koji procenat ispitanica smatra pokretanje sopstvenog biznisa kao poželjan profesionalni izbor? Koji procenat poduzetnica razmišlja o proširenju postojećeg biznisa?
2. Koji faktori najčešće motivišu žene u Bosni i Hercegovini da pokrenu vlastiti biznis? Koje faktore poduzetnice u Bosni i Hercegovini prepoznaju kao veoma značajne za razvoj vlastitog biznisa?
3. Koje su prepreke koje sputavaju potencijalne poduzetnice u donošenju odluke o pokretanju vlastitog biznisa u Bosni i Hercegovini? Koje su glavne prepreke koje sputavaju poduzetnice u Bosni i Hercegovini pri održavanju i daljem razvoju njihovog biznisa?
4. Da li dob žene utječe na njenu spremnost za pokretanje vlastitog biznisa u Bosni i Hercegovini? Da li dob poduzetnice utječe na njenu spremnost za proširenje postojećeg biznisa u Bosni i Hercegovini?
5. Da li žene u Bosni i Hercegovini smatraju da je moguće ostvariti balans između privatnog i poslovnog života poduzetnice i na koji način? Da li prepoznaju prepreke tom balansu i koje?
6. Koliko žene u Bosni i Hercegovini bitnom smatraju pomoć i podršku partnera i porodice u opstanku i uspjehu biznisa koje vodi poduzetnica?
7. Da li u Bosni i Hercegovini postoje mjere za podršku ženskom poduzetništvu u smislu pokretanja i daljeg razvoja postojećih poslovnih aktivnosti? Da li su te mjere prepoznate od potencijalnih i aktivnih poduzetnica?

1.3. Hipoteze istraživanja

U skladu sa prethodno iznesenim problemom i ciljevima istraživanja, postavljene su sljedeće osnovne hipoteze, koje će se provjeriti tokom izrade istraživačkog rada i u skladu s time prihvatiti ili odbaciti:

H1: „Žene u Bosni i Hercegovini su u niskom procentu spremne pokrenuti vlastiti biznis ili proširiti postojeći, a razlozi za to su najčešće finansijske prirode.“

H2: „Najčešći motivi za pokretanje poslovnih aktivnosti od strane žena u Bosni i Hercegovini su vezani za nužnost, a ne poslovnu priliku i realizaciju poslovne ideje.“

H3: „Žene u Bosni i Hercegovini prepoznaju važnost podrške od strane porodice i okruženja prilikom pokretanja i vođenja poduzetničkih aktivnosti.“

Na osnovu prethodno definisanih osnovnih hipoteza, izvode se sljedeće pomoćne hipoteze:

H1A: „Žene u Bosni i Hercegovini pokreću sopstveni biznis najčešće iz razloga samozapošljavanja i povećanja niskog dohotka, odnosno kako bi osigurale bolji životni standard svojoj porodici.“

H1B: „Pored finansijskih prepreka, druga značajna prepreka pri pokretanju ženskog poduzetništva i razvoju postojećeg biznisa, jeste nemogućnost uspješnog usklađivanja privatnog i poslovnog života, te strah da se time uloga žene u porodici zapostavlja zbog uloge žene u poslovnom svijetu.“

H2A: „Sa starosnim sazrijevanjem, mijenja se stav i samopouzdanje žene, te se radije i spremnije upuštaju u poslovne poduhvate i pokretanje biznisa u tridesetim i četrdesetim godinama, za razliku od žena u dvadesetim godinama.“

H3A: „Stav, razumijevanje i podrška partnera i porodice u velikoj mjeri određuju odluku žene o pokretanju vlastitog poslovanja ili proširenju postojećeg, te u slučaju izostanka iste žene se uglavnom povlače iz biznisa.“

H3B: „Programi osnaživanja i jačanja samopouzdanja žene kao poduzetnice, kreativne radionice i programi finansijske podrške u velikoj mjeri mogu uticati na veću zastupljenost žena u ekonomskim aktivnostima te samom opstanku i uspjehu pokrenutih ženskih biznisa.“

Navedene hipoteze će biti provjerene i testirane pomoću odgovarajućih statističkih metoda na osnovu raspoloživih zvaničnih podataka i rezultata istraživanja u sklopu ovog rada.

1.4. Metodološki pristup

Kako nalaže praksa naučno-istraživačkog rada, pri izradi završnog rada biće primijenjene sljedeće naučno-istraživačke metode:

- **Statistička metoda** koja se ogleda u primjeni statističkih metoda i modela, odnosno grafičkog i tabelarnog predstavljanja podataka, te izvođenja zaključaka na osnovu rezultata istraživanja;
- **Komparativna metoda** koja podrazumijeva različita upoređivanja prilikom istraživanja i prezentiranja rezultata istraživanja;
- **Metoda deskripcije** odnosno opisivanja i definisanja temeljnih pojmova i pojava vezanih za temu istraživanja;
- **Metoda analize** podrazumijeva raščlanjivanje složenih pojmova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente;
- **Metoda sinteze** u kojoj se na osnovu objedinjavanja pojedinačnih pojmova donose zaključci o cjelini;
- **Metoda uzorka** koja podrazumijeva anketiranje dijela ukupne populacije i izvođenje zaključaka o populaciji na osnovu rezultata dobivenih iz uzorka.
- **Metoda kompilacije** koja se ogleda u citiranju i parafraziranju, odnosno ispravnom preuzimanju tuđih izjava i zapažanja u vezi teme istraživanja.

Kao osnovne metode za prikupljanje podataka i sprovođenje istraživanja koristit će se sljedeće tehnike:

1. Desk istraživanje

Desk istraživanje podrazumijeva prikupljanje sekundarnih podataka, tj. već objavljenih i dostupnih podataka iz različitih izvora. Navedeno predstavlja početnu fazu primarnog istraživanja.

2. Analiza sekundarnih podataka dobijenih desk istraživanjem

Kako bi se stekla slika trenutnog stanja, ali i okruženja u kojem posluju poduzetnice u BiH, analizirat će se rezultati desk istraživanja, odnosno podaci raspoloživi na web stranicama i publikacije državnih i međunarodnih institucija, kao i rezultati ranije provedenih istraživanja na ovu temu.

3. Primarno istraživanje provedeno na statističkom uzorku

Glavni cilj istraživanja je identifikovati faktore koji pokazuju zašto žene žele pokrenuti vlastiti biznis, barijere sa kojim se one suočavaju, kao i aspekte bitne za uspjeh poduzetničkog

poduhvata. Ovo istraživanje ukazat će na problematična područja na kojima je potrebno raditi u budućnosti, kako bi se poboljšala poslovna klima za razvoj ženskog poduzetništva. Također, nakon provedenog istraživanja moći će se dati odgovori na ranije definisana ključna pitanja, te dokazati valjanost postavljenih hipoteza.

Suštinu istraživačkog dijela rada čini anketiranje koje će biti sprovedeno na uzorku ukupne populacije žena u BiH. Za prikupljanje podataka biće korišten anketni upitnik, koji se sastoji od pet grupa pitanja. U prvoj grupi planirana su kontrolna pitanja, kao što su rodna/spolna pripadnost, starosna dob ispitanice, stepen obrazovanja, bračni status i radni status. Druga grupa pitanja odnosi se na motivacione faktore za ulazak žena u biznis. U trećoj grupi ispitanice će dati stavove o barijerama sa kojima se susreću pri planiranju ili pokretanju poslovnog poduhvata. Četvrta grupa pitanja ispituje upoznatost žena sa postojećim modelima podrške poduzetništvu, te njihove stavove o tome koji vid podrške smatraju korisnim za ulazak i razvoj poduzetništva. U petoj grupi pitanja žene imaju priliku da iskažu svoje stavove vezane za različite aspekte pokretanja ili održavanja i unapređivanja vlastitog biznisa.

Prikupljanje podataka biće provedeno pomoću online softvera Google Forms. Poziv za učešće u istraživanju biće upućen putem email-a i LinkedIn-a, a u pozivnom pismu nalaziti će se link za online anketu.

4. Primjeri uspješnih ženskih poduhvata

Ova tehnika podrazumijeva kratki pregled uspješnih poslovnih priča iz svijeta ženskog biznisa u BiH. Iz ovih priča moći će se izvući zaključci o preprekama i motivacionim faktorima iz prakse.

2. POJAM I RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

2.1. Pojam ženskog poduzetništva

Riječ poduzetnik potiče od francuske riječi „Entreprendre“, a prvi put je navedena u francuskom rječniku 1437. godine uz tri značenja. Ipak, najčešće se odnosila na nekoga ko je aktivan i nešto postiže. Početkom 17. stoljeća poduzetnikom se smatrao neko ko je riskirao i bio angažovan u velikim projektima države i nadležnih organa, poput izvođenja velikih građevinskih radova i opskrbe vojske opremom. Dugo vremena je engleska riječ „*undertaker*“ bila sinonim za francuski „*poduzetnik*“. Značenje ove riječi mijenjalo se kroz godine te se od 18. stoljeća više nije povezivalo s velikim projektima i rizikom, već samo s poslovnom osobom (Landström, 2005).

Koncept poduzetništva se koristi u mnogim različitim kontekstima, a zajednička definicija o tome šta predstavlja isti ne postoji čak ni među stručnjacima u tom području. William Gartner

je 1990. godine sproveo studiju među grupom akademika iz područja poduzetništva i poslovnih lidera, kako bi došao do zaključka da li stručnjaci iz tog područja imaju isti pogled na poduzetništvo i njegovu definiciju. Analizom rezultata, Gartner (1990) je došao do zaključka da postoje dva glavna načina na koji ljudi posmatraju ovaj fenomen. Većina ispitanika, tačnije njih 79%, se koncentrisalo na karakteristike poduzetništva, odnosno ova grupa je smatrala da karakteristike kao što su inovacije, rast i jedinstvenost su ključne da bi se poduhvat označio poduzetničkim. Sa druge strane preostalih 21% ispitanika je bilo fokusirano na ishod poduzetništva, tj. ova grupa je ocijenila kreiranje dodatne vrijednosti i profita ključnim odrednicama poduzetništva.

U nastavku je nekoliko primjera definicije poduzetništva:

Stevenson definira poduzetništvo kao proces kojim pojedinac, bilo sam ili u sklopu organizacije, traži i koristi prilike, bez obzira na resurse koje trenutno kontroliše (Landström, 2005, str. 147).

William Gartner kaže da je poduzetništvo osnivanje organizacija, tj. proces pomoću kojeg nastaju nove organizacije (Landström, 2005, str. 71).

Prema Timmonsu poduzetništvo je način razmišljanja, zaključivanja i djelovanja, koji je upravljani prilikama, holističkim pristupom i uravnoteženim vodstvom (Landström, 2005, str. 147).

Venkataraman smatra da se poduzetništvo bavi time kako, s kim i s kojim posljedicama se otkrivaju, kreiraju i koriste prilike za stvaranje budućih dobara i usluga (Landström, 2005, str. 19).

Prema Zakonu o privrednim društvima FBiH ("Službene novine Federacije BiH", broj: 81/15) društvo je pravno lice koje samostalno obavlja djelatnost proizvodnje i prodaje proizvoda i pružanja usluga na tržištu radi sticanja dobiti.

Kao što možemo vidjeti u prethodnim definicijama, kroz historiju se nije došlo do jedinstvene definicije, te se neki autori fokusiraju na inovacije, dok se drugi usredotočuju na traženje prilika. Svaka od ovih definicija ima svoju vrijednost i svaki autor stavlja fokus na određene elemente bitne za razumijevanje poduzetništva. Ipak, sve navedene definicije imaju i određenih sličnosti, pa možemo reći da je poduzetništvo proces u okviru kojeg pojedinac ili grupa identifikuje ideju, planira i implementira je u praksi s namjerom ostvarivanja pojedinačnog ili zajedničkog interesa (Isaković, 2015, str. 3).

Žensko poduzetništvo je jedan od segmenata poduzetništva. Ženska kompanija je privredni subjekt čijih je barem 51% u vlasništvu žene koja istovremeno kontrolira i vodi kompaniju. Kontrola, znači provođenje prava na donošenje poslovnih odluka.

Moguće je identifikovati pet tipova ženskih poduzetnika, a to su (Inić, 2009):

- **Imitatorka** je takmičarski motivisana žena, vođena željom za uspjehom. Šansu za probijanje „staklenog plafona“, odnosno granice do koje žene mogu napredovati u poslovnoj karijeri, ove žene vide u identifikovanju sa muškarcima poduzetnicima. Imitatorke stavljaju na prvo mjesto svoju poslovnu karijeru, što znači da one odlažu ostvarivanje u ulozi majke dok ne postignu zadovoljavajući nivo karijere ili započinju karijeru tek kada djeca dostignu određeni uzrast.
- **Žena vojnica** je poduzetnica čija je osnovna snaga marljiv rad, a njen motiv je želja da udovolji drugima. One su veoma vrijedne, vole saradivati sa drugima u cilju uspješnog ostvarivanja svojih obaveza, ali su spremne odricanja od poslovne karijere radi svoje porodice.
- **Balanserka** je žena koja želi da ostvari i poslovni uspjeh i porodični život i da ima svoje slobodno vrijeme, zbog čega su često „razapete“ između poslovnog i privatnog života. Ove žene su također spremne odreći se poslovnih uspjeha, stavljajući svoju porodicu na prvo mjesto.
- **Tragačica** je žena koja nastoji ostvariti ravnotežu između sve tri sfere života, tj. poslovne karijere, porodičnog života i slobodnog vremena za sebe. Za razliku od Balanserki, Tragačice stavljaju poslovne uspjehe na prvo mjesto, a onda tek nastoje pronaći način za ostvarivanjem ravnoteže između svih uloga. Nakon odlaska u penziju, one obično ostaju angažovane kao mentori. Od svih do sada navedenih tipova poduzetnica, Tragačice imaju najviše izražen poduzetnički duh.
- **Integratorka** ima izraženo samopoštavanje, koje joj pomaže u ostvarivanju veoma dobrih rezultata na poslu, ali i u privatnom životu. Uporna je, moćna, sposobna i ženstvena. Integratorke su obično vrhunske poduzetnice, koje ostvaruju planirani nivo svoje karijere, a potom postavljaju još veće ciljeve i teže njihovom ostvarenju.

Generalno, možemo reći da se poduzetnice razlikuju prema načinu rada i razmišljanja od svojih muških kolega, a naredna slika daje pregled „muških“ i „ženskih“ poduzetničkih osobina.

Tabela 1 Ženske i muške poduzetničke osobine

Ženske poduzetničke osobine	Muške poduzetničke osobine
Skлонost konkretnom	Apstraktno mišljenje
Skлонost podjeli moći i informacija	Vođenje putem naređenja i kontrole
Podsticanje participacije i saradnje	Oslanjanje na moć položaja
Izbjegavanje rizika	Skлонost riziku

Mala sklonost površnim efektima	Mala rezistentnost na površne utiske
Orijentisanost na međusobne odnose	Orijentisanost na akciju
Mrežna „porodična“ struktura	Hijerarhijska, „vojna“ organizaciona struktura
Razumijevanje za tuđe ponašanje i probleme	Ignorisanje tuđih ličnih problema i briga
	Razmjena usluga kao izvor motivacije
Spremnost priznanja ličnih grešaka	Analitičko i racionalno rješavanje problema
Težnja harmoničnim odnosima s okolinom	Težnja za skrivanjem ličnih grešaka
Emotivna izdržljivost i rezistentnost na frustracije	Spremnost za konflikt i sukobe
	Sklonost eksploziji ili pucanju u krizama
Veća samokontrola	Manja samokontrola
Manja brzopletost	Veća brzopletost
Stabilnost u stavovima	Sklonost mijenjanju stavova

Izvor: Inić (2009).

Na osnovu navedenog, možemo zaključiti da su žene bolje u nekim ključnim vještinama kao što su timski rad, sposobnost obavljanja više zadataka u isto vrijeme strpljenje, rješavanje problema te strast prema poslu i predanost društvu. Također, većina poduzetnica naglašava ulogu intuicije ili „desne strane mozga“ umjesto „lijeve“, koja ističe važnost analize, metodične obrade informacija i razvojnih procesa. Donošenje odluka kod žena često uključuje obje strane mozga. To rezultira boljom upotrebom kreativnih i analitičkih procesa, što je bitna karakteristika za menadžment malih poduzeća, naročito u neizvjesnim trenucima (Inić, 2009).

2.2. Razvoj ženskog poduzetništva kroz historiju

Prvi biznis u vlasništvu žene je zabilježen u Sjedinjenim Američkim Državama 1739. godine, kada je Eliza Lucas Pinckney sa svojih 16 godina preuzela porodične plantaže u Južnoj Karolini nakon smrti majke i očeva povratka u Zapadnu Indiju (Bachand, 2011). Eliza je bila spremna eksperimentisati te je započela uzgajanje indigo biljke u Južnoj Karolini, koja se koristi u tekstilnoj industriji. Svoje otkriće, Eliza je podijelila s drugim poljoprivrednicima u tom području, te su u roku od jedne decenije od Elizinog eksperimenta, plantažeri u državi Palmetto izvozili ogromnu količinu indigo boje godišnje i usjev je postao glavni stub čitave ekonomije Juga tadašnjih SAD-a.

Iako žensko poduzetništvo nije bilo uobičajena pojava u 17. i 18. stoljeću, postojao je određeni broj žena koje su vodile mala poduzeća poput pivnica, taverni i trgovačkih radnji, koje su uglavnom bile stečene nasljedstvom. Međutim, njihovi poslovi nisu bili od velike važnosti za razvoj žena u poduzetničkom svijetu jer se od njih prvenstveno tražilo da budu majke i domaćice. Naravno, ni danas žene nisu lišene ovih poslova, ali je situacija ipak dosta drugačija.

U 1900-ima, uslijed uspona feminizma, poduzetnice konačno postaju široko prihvaćen pojam. Iako su ove poduzetnice uglavnom pružale usluge drugim ženama, činile su velike korake. Iz ovog perioda, svakako je važno pomenuti nekoliko moćnih žena koje su uspostavile vlastite robne marke i hrabro se borile za uspjeh, unatoč diskriminaciji koja je bila prisutna. Tako je Madam C.J. Walker postala prva crnkinja milijunašica u Americi koja je bogatstvo stekla zahvaljujući liniji proizvoda za njegu kose (Matthews, 2000). Nadalje, Coco Chanel je u modnom svijetu ostavila neizbrisiv trag lansirajući parfem, odijelo Chanel i malu crnu haljinu. Također, 1922. godine Clara E. I Lillian M. Westropp su u Clevelandu osnovale prvu organizaciju isključivo namijenjenu ženama za štednju i pozajmice pod nazivom „Women’s Federal Savings and Loan“. Svrha organizacije bila je pružiti budućim poduzetnicama savjete kako pametno upravljati finansijskim sredstvima (Obrtnička komora Zagreb i Udruženje obrtnika grada Zagreba, 2022).

Tokom Velike depresije, mogućnosti pružene ženama bile su u drugom planu i činilo se da je društvo ponovo promijenilo svoja stajališta, vraćajući se tradicionalnim ulogama. Ipak, to je poslužilo kao poticaj ženama, koje su sve više pokretale vlastiti posao, u težnji da prežive to teško vrijeme.

Za vrijeme Drugog svjetskog rata mnoge su žene počele raditi, popunjavajući radna mjesta koja su muškarci napustili da bi služili u vojsci. Preuzete poslove žene su zadržavale i po okončanju rata, obzirom da su brojni muškarci bili povrijeđeni. Jedna od najistaknutijih poduzetnica iz ovog perioda je svakako Estée Lauder, koja je radila na proizvodima za ljepotu još od 1946. godine, a danas je njena kompanija svjetski prepoznatljiv brend. Lauder je bila inovativna u marketing strategijama za svoje kozmetičke preparate zbog čega je dospjela u sami vrh liste najbogatijih žena na svijetu, a prva je uvela i termin „uzorci“ koji su kasnije kopirale mnoge kozmetičke kompanije (Grayson, 2013). Važno je pomenuti i Elizabeth Arden, koja je 1910. godine otvorila salon ljepote, te zahvaljujući svojoj viziji i inteligentnim marketinškim i razvojnim planom izgradila jedan od najpopularnijih svjetskih brendova (Wood, 2021).

Od 1960-ih do kasnih 1970-ih je došlo do povećane stope razvoda te su se mnoge žene bile prisiljene vratiti se u ulogu hraniteljice, što ih je „gurnulo nazad“ u radni svijet. Recesija nije bila blagonaklona prema ženama, koje su obično prve dobivale otkaze kako su se poduzeća

suočavala s teškim vremenima. Mary Kay Ash, osnivačica kozmetičke firme, te Ruth Fertel, vlasnica franšize restorana su samo neke od najuspješnijih poduzetnica ovog doba.

Osamdesetih i devedesetih godine prošlog vijeka žene su konačno postale cijenjene zaposlenice i poduzetnice. Društvo je počelo priznavati vrijedan doprinos koje poduzetnice daju privredi te podržavati njihov rad. Iz ovog perioda je vrijedno izdvojiti Marthu Stewart, koja je svoje različite poslovne poduhvate objedinila stvaranjem kompanije i Barbaru Bradley Baekgaard koja je sa svojom susjedom Patricijom Miller dizajnirala šarene prtljage i osnovala poduzeće pod nazivom Vera Bradley (Skrzycki, 2019).

Godine 1988. Američki Kongres je donio Zakon o vlasništvu žena nad poduzećima, čime je ukinuta diskriminacija žena u pogledu davanja zajmova, tj. Zakon više nije zahtijevao potpis supruga na dokumentima za zajmove. Još jedan važan trenutak za poduzetnice bilo je imenovanje Susan Engeleiter na čelo Uprave za mala poduzeća 1989. godine. U kasnim 1980-im i tokom 1990-ih više se usmjeravala pažnja na mogućnosti umrežavanja poduzetnica u svijetu. Bilo je sve više prilika za žene koje su bile zainteresovane za pokretanje vlastitog biznisa. Unatoč svim tim naprecima, poduzetnice su i dalje zaostajale u usporedbi s muškim kolegama.

Kako su 1990-e došle, dostupnost računara i sve veća popularnost interneta dali su prijeko potreban poticaj ženama. Ova im je tehnologija omogućila da pokažu svoje vještine u poslovnom svijetu. Stotine žena su stekle priznanje kao neke od najuspješnijih svjetskih poduzetnica. Svijet je počeo prepoznavati neusporedivu moć žena koje su bile odlučne učiniti velike stvari. U 21. stoljeću došlo je do porasta broja poduzetnica, ali ženske vlasnice poduzeća i dalje se suočavaju s diskriminacijom u pogledu plaća te imaju manje mogućnosti od svojih muških kolega.

2.3. Značaj ženskog poduzetništva za nacionalnu ekonomiju

Kada govorimo o ženskom poduzetništvu, važno je istaći da rodna neravnopravnost nije samo gorući društveni problem, već i kritičan ekonomski izazov. Ako žene, koje čine polovinu svjetske populacije, ne ostvare svoj puni ekonomski potencijal, ekonomija će ispaštati na globalnom nivou. Čak i nakon nekoliko decenija napretka prema tome da žene postanu ravnopravne s muškarcima u ekonomiji i društvu, jaz među njima ostaje velik. Istraživanje o razlikama u plaćama pripadnika muške i ženske populacije, pokazuje da su žene u prosjeku 17% manje plaćene za obavljanje istih poslova u odnosu na svoje muške kolege. Drugim riječima, za jedan euro koji zaradi muškarac, žena dobije samo 83 centa (Institute for Women's Policy Research, 2021).

Postizanje rodne ravnopravnosti u svijetu rada nije realno u kratkom roku budući da bi to značilo ne samo smanjenje ogromnih prepreka i promjenu društvenih sistema, već i ličnu promjenu. Udio ženskog poduzetništva u Evropi je samo 30%, a Globalni izvještaj o rodnom jazu za 2021. godinu, izdat od strane Svjetskog ekonomskog foruma, predviđa da će trebati 135,6 godina da se ukloni rodni jaz u svijetu. Uzimajući u obzir da žene itekako imaju šta da pruže na tržištu rada, možemo reći da njihov doprinos privrednom rastu ne može biti zanemaren. Žene imaju iskustvo, vještine, ideje i motivaciju za doprinos tržištu rada i poduzetništva. One su visoko svjesne svojih potreba i potreba društva, orijentisane na pružanje usluga koje odgovaraju na dosad neprepoznate zahtjeve tržišta, otvorene za partnerstva i vrlo oprezne.

Kada govorimo o utjecaju zaposlenosti na ekonomiju, možemo reći da zaposlenost ima temeljnu ulogu u svakom društvu te je bitna za stvaranje smisla, dohotka, socijalne stabilnosti, kvalitete života i sudjelovanja u društvu. Stoga se zaposlenost naziva i „*ljepilom koje drži naše društvo na okupu*“ (UNDP, 2006). Da bi društvo bilo ekonomski razvijeno, neophodno je da stopa nezaposlenosti bude što niža jer se tako većina uključuje u stvaranje vrijednosti i bogatstva. Kada je zaposlenost visoka, visoki su i outputi, a oni za sobom povlače i visoke dohotke. Kada je zaposlenost niska, outputi opadaju, dohoci se smanjuju, a povećava se i nezadovoljstvo ljudi, što dovodi do višestrukih negativnih posljedica. Pored navedenog, visoka zaposlenost podrazumijeva i pravedniju distribuciju dohotka i manje socijalne razlike.

Studija McKinsey Global Instituta (2015) otkrila je da bi unapređenje jednakosti žena moglo dodati 12 triliona dolara globalnoj ekonomiji do 2025. godine. Prema scenariju “punog potencijala” u kojem žene igraju identičnu ulogu na tržištu rada kao i muškarci, čak 28 milijardi dolara odnosno 26% moglo bi se dodati globalnom godišnjem BDP-u do 2025. godine. Također, istraživanja Međunarodnog monetarnog fonda ukazuju da je veća nejednakost spolova povezana s nižim privrednim rastom (Gonzales, Jain-Chandra, Kochhar, Newiak i Zeinullayev, 2015).

Ne treba zaboraviti da nezaposlenost i loše ekonomske prilike u zemlji dovode i do tzv. *odljeva mozgova* (eng. *Brain drain*). Odljev mozgova je emigracija visokokvalificiranih ljudi iz jedne zemlje u drugu, u kojoj mogu pronaći bolje prilike. Ti se pojedinci obrazuju u svojim matičnim zemljama, ali posao traže u inostranstvu zato što ga ili smatraju privlačnijim ili žele osigurati veću platu i bolji životni standard. Ovo iseljavanje može otežati zemlji održavanje visokog intelektualnog standarda i usporiti razvoj, budući da njeni najobrazovaniji i najtalentovaniji ljudi odlaze. Također, odljev mozgova dovodi i do smanjenja kvalitete života ostatka stanovništva, koji su odlučili nastaviti živjeti u toj zemlji. Bez rasta i poboljšanja koja su mogli osigurati vješti i obrazovani ljudi koji su otišli, zemlja se više ne može natjecati na globalnom nivou i ostaje izolirana od ostatka svijeta. Ta izolacija može još više usporiti razvoj i dovesti do toga da ekonomija postane još siromašnija.

Zaposlenost je također bitna za normalno funkcionisanje čovjeka i u slučaju odsustva rada dolazi do gubitka stečenih znanja i vještina, finansijske ovisnosti o drugima i gubitka samopouzdanja. Entoni Gidens govori sljedeće o važnosti rada za čovjeka:

„U radu postoji nešto više od napora i teškoća, jer se ljudi ne bi inače osjećali tako izgubljeni i dezorjentisani kad izgube posao. Kako biste se osjećali na pomisao da nikad nećete naći posao? U modernim društvima biti zaposlen važno je za čovjekovo samopoštovanje. Čak i kad nam je rad dosadan i težak, on redovno postaje sastavni element u našem psihološkom sklopu i dio ciklusa naših dnevnih aktivnosti.“ (Gidens, 2001; citirano kod Džakula i Danon, 2015, str. 33)

Dakle, možemo reći da je rad izuzetno važan za mentalno zdravlje i fizički opstanak svakog pojedinca, obzirom da omogućava socijalizaciju i pronalazak svog mjesta u društvu sa jedne strane, te potrebni novac i blagostanje sa druge strane.

2.4. Žensko poduzetništvo u svijetu

Žene iz godine u godinu nastavljaju činiti velike korake u poduzetništvu, ali i dalje trebaju više podrške od strane kreatora politike te programe podrške. Podrška okruženja razvoju poduzetništva razlikuje se od države do države te ne zavisi isključivo od ekonomskog razvoja društva.

Mastercard Index ženskog poduzetništva za 2021. godinu (2022) pokazuje da je pandemija COVID-19 nesrazmjerno uticala na žene širom svijeta, uprkos globalnim naporima u posljednje dvije godine da se ublaže njeni negativni efekti. Studija ističe da utjecaj pandemije može poništiti decenije napretka ka postizanju ravnopravnosti spolova, zbog čega će biti potrebno dodatnih 36 godina za uklanjanje globalnog rodnog jaza u svijetu. Također, studija pokazuje da je za žene veća vjerovatnoća da će raditi skraćeno radno vrijeme, te da su one više zastupljene u neformalnom sektoru, gdje poslovi često mogu biti nestabilni i ponekad izvan nadzora države. Žene također snose nesrazmjeran teret porodičnih obaveza, kao što su briga o djeci, rodbini i starijim osobama i obavljanje većine neplaćenog kućnog rada. Prema podacima prezentovanim u izvještaju samo 10% svih mjera koje se primjenjuju na globalnoj razini su rodno osjetljive i usmjerene na rješavanje potreba žena. Učinak toga vidljiv je u podacima Međunarodne organizacije rada, koji pokazuju pad zaposlenosti žena za 5% u usporedbi s 3,9% za muškarce u 2020. godini.

U top tri zemlje za poduzetnice rangirale su se SAD, Novi Zeland i Kanada. Zajednički faktori koji podupiru i pokreću žensko poduzetništvo u pomenutim ekonomijama su visoka stopa prisutnosti žena u terciarnom obrazovanju, jednostavan i pravedan pristup finansiranju, jaki državni programi za mala poduzeća, visoka zastupljenost žena na vodećim pozicijama, te

pozitivni stavovi prema poduzetništvu općenito. Filipini su treću godinu za redom na prvom mjestu po rezultatima napredovanja žena, a značajan napredak pokazuju i ekonomije Bocvane, Brazila, Bugarske, Kolumbije, Kostarike, Rusije i Tajlanda. Generalno, privrede sa visokim dohotkom u Aziji, Evropi i Sjevernoj Americi, kao što su Danska, Singapur i Ujedinjeno Kraljevstvo, pokazuju bolje rezultate u oblasti podrške ženskom poduzetništvu. Ipak, ekonomije sa nižim dohotkom poput Malavija, Maroka i Indonezije također su znatno napredovale.

Rezultati studije pokazali su i da žene u manje bogatim ekonomijama poput Ugande, Gane, Malavija, Filipina, Vijetnama i Madagaskara ostvaruju snažan prodor u poslovnom svijetu, koji je iznad očekivanja. Ove zemlje postižu dobre rezultate uprkos sociokulturnim preprekama i infrastrukturnim ograničenjima kao što je nedostatak državne potpore malim i srednjim poduzećima, loš pristup finansiranju i ozbiljan nedostatak mogućnosti za obrazovanje. Stopa poduzetničke aktivnosti žena u tim privredama je znatno viša od stope poduzetničkih aktivnosti muškaraca. Žene u Nigeriji, Ugandi, Vijetnamu i na Filipinima sudjeluju u poduzetničkim aktivnostima bržim tempom od muškaraca, dok su na Madagaskaru i u Malaviu rodne razlike u stopi poduzetničke aktivnosti među najnižima na globalnoj razini. Rezultati su također pokazali da su Saudijska Arabija, UAE i Japan ostvarili najmanji napredak među zemljama s visokim dohotkom, gdje je zastupljenost poduzetnica i žena na vodećim funkcijama još uvijek nezadovoljavajuća. Za razliku od ovih zemalja, u drugim privredama s visokim dohotkom poput SAD-a, Portugala i Novog Zelanda, uloga poduzetnica i žena na vodećim pozicijama je itekako važna.

Već treću godinu Mastercard indeks poduzetnica svrstava Bocvanu (38,5%), Ugandu (38,4%) i Ganu (37,2%) kao zemlje sa najviše žena vlasnica poduzeća na svijetu. Žene na tim tržištima smatraju se poduzeticama koje se na to odlučuju iz nužde za preživljavanjem, uprkos nedostatku finansijskog kapitala i pristupu uslugama. Utvrđeno je i deset tržišta na kojima je udio žena koje su vlasnice poduzeća najveći u odnosu na ukupan broj svih vlasnika poduzeća, a to su: Bocvana, Uganda, Gana, SAD, Rusija, Portugal, Novi Zeland, Australija, Španija i Malavi.

Nadalje, novi izvještaj o ženskom poduzetništvu Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021./2022. pokazao je da su stope pokretanja poduzeća za žene pale za 15% od 2019. do 2020. te ostale nepromijenjene u 2021. godini (2022). Izvještaj je također istaknulo rodne razlike u poduzetničkim namjerama. Generalno, žene bilježe veći pad u svojim poduzetničkim namjerama za naredne tri godine, kao i u ukupnim stopama pokretanja poslovanja u 2020. godini. Također, zanimljivo je pomenuti da je dva puta veća vjerovatnoća da će žene prijaviti namjeru pokretanja poduzeća u zemljama s nižim dohotkom, za razliku od žena u zemljama visokog dohotka, gdje je polovica radne snage zaposlena u velikim kompanijama.

Kada govorimo o okruženju za razvoj poduzetništva, nije iznenađujuće da ekonomije s visokim dohotkom bilježe bolje rezultate od ekonomija sa srednjim i niskim dohotkom. UAE, s najvišom ocjenom, imaju najbolje okruženje za pokretanje poslovanja u 2022., a slijede ih Nizozemska, Finska, Saudijska Arabija i Litva. Sve ove zemlje, osim Litvanije, su klasificirane kao ekonomije razine A.

Nema sumnje da je pandemija snažno pogodila poduzetnice, značajno poništavajući dosadašnji napredak. U protekle dvije godine ljudi su se teže odlučivali pokrenuti novi posao, dok mnoga već uspostavljena poduzeća nisu uspjela preživjeti. Stoga, sigurno je da ukoliko neka zemlja želi ostvariti veći privredni rast, ekonomsko osnaživanje žena i pravednije društvo, potrebno je da učini dodatni napor i podrži poduzetnice.

2.5. Žensko poduzetništvo u zemljama regije

Uzimajući u obzir neiskorišteni potencijal poduzetnica u zemljama regije, možemo reći da je „cijena“ rodno jaza izuzetno visoka. Procjenjuje se da se na Zapadnom Balkanu gubi 5% BDP-a zbog nedovoljnog sudjelovanja poduzetnica. Ukoliko bi analiza podrazumijevala da su žene zastupljene na tržištu rada jednako kao i muškarci, procenat izgubljenog BDP-a se penje na čak 20% (OECD, 2022). Na ovim prostorima i dalje dominiraju destruktivne patrijarhalne ideologije, tako da su u većini zemalja Zapadnog Balkana žene ostale nedovoljno zastupljene u privredi. Od žena se očekuje da uspješno obavljaju ulogu žene i majke, dok je muškarcu dodijeljena uloga hranitelja, zaštitnika i glave porodice. Na primjer, čak jedna od pet djevojčica u Sjevernoj Makedoniji smatra da bi se žene i djevojke trebale brinuti o djeci i domaćinstvu, a ne baviti se vlastitom karijerom (Heinrich Böll Stiftung, 2021). Iako nepovoljan položaj žena nije ekskluzivna karakteristika Zapadnog Balkana i prisutan je svuda u svijetu, ono što karakteriše našu regiju jeste tvrdoglavi otpor i gušenje ravnopravnosti između žena i muškaraca.

Žene u ovoj regiji imaju niže stope zaposlenosti, više rade na neformalnim i manje sigurnim poslovima, suočavaju se s rodno utemeljenom diskriminacijom na radnom mjestu, u prosjeku zarađuju manje, štede manje i imaju niže penzije, te se stoga suočavaju s većim rizikom od siromaštva i marginalizacije tokom cijelog života (Heinrich Böll Stiftung, 2021). Ukoliko su zaposlene, obično se radi o manje plaćenim sektorima, kao što su zdravstvo, socijalni rad, obrazovanje, pružanje skrbi, ugostiteljstvo, turizam, maloprodaja, te proizvodna industrija. Također, žene u zemljama Zapadnog Balkana obavljaju većinu kućanskih poslova i odgovornosti vezanih za brigu o djeci i drugim članovima porodice. Nedavno istraživanje pokazuje da žene pružaju 67% ukupne neplaćene skrbi u Srbiji, 72,5% u Sjevernoj Makedoniji i do 86% u Albaniji (Heinrich Böll Stiftung, 2021).

Prema podacima iz publikacije *Žene i muškarci u Republici Srbiji (2020)* žene provode dva puta više vremena od muškaraca obavljajući neplaćene kućanske poslove, a građani Srbije i dalje u velikom broju vjeruju da su žene te koje treba da se „žrtvuju“ za porodicu i djecu. Također, istraživanja pokazuju sporu promjenu normi i vrijednosti vezanih za rodne uloge. Naime, 57% žena i 61% muškaraca u Srbiji složilo se s tvrdnjom da ukoliko je samo jedan partner zaposlen, prirodno je da to bude muškarac. Osim toga, 55% žena i muškaraca složilo se s izjavom da su kućanski poslovi po prirodi prikladniji za žene (UN Women, 2021). Također, podaci ukazuju na to da su poduzeća na čijem se čelu nalaze žene teže održiva, odnosno da ih odlikuje veća stopa gašenja - 47% u odnosu na 38% poduzeća koja su osnovali muškarci (Srđić, 2021). Rizicima od neuspjeha posebno su izložena poduzeća žena u ranoj fazi rada, što govori da je žensko poduzetništvo krhke i teže održivo, te da mu je potrebno pružiti posebnu podršku u ranoj fazi.

Prema GEM Istraživanju za Hrvatsku (2022) možemo reći da ova zemlja drži stabilno peto mjesto u grupi EU zemalja koje su sudjelovale u ovom istraživanju, kada su u pitanju percepcije o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u narednih šest mjeseci. U 2020. godini Hrvatska, ali i ostale uporedne zemlje bilježe značajan pad percepcije o prilikama, što se može povezati sa početkom pandemije COVID-19, ali se rezultati poboljšavaju u 2021. godini, što predstavlja povratak na predpandemijsku razinu. U 2021. godini zadržan je rodni jaz u poduzetničkim aktivnostima u Hrvatskoj na razini od 1,7 puta više muškaraca od žena, što je iznad razine prosjeka EU zemalja. I dok se muškarci najčešće odlučuju na pokretanje vlastitog biznisa u cilju sticanja velikih prihoda i bogatstva, žene se najčešće odlučuju na pokretanje poduzetništva iz nužde, tj. nezaposlenosti i siromaštva (75,3% žena naspram 59,5% muškaraca). Na osnovu NECI pokazatelja, koji predstavlja indeks kvalitete cjeline poduzetničke okoline, Hrvatska je posljednja u skupini EU zemalja za 2019., 2020. i 2021. godinu, što upozorava na nužnost intervenisanja (CEPOR, 2022).

Iako je na Kosovu uređeno pitanje jednakih prava žena na imovinu, odnosno pravo na vlasništvo, nasljeđivanje i upravljanje imovinom, u praksi se susreće nešto drugačija situacija. Podaci pokazuju da žene na Kosovu nasljeđuju samo 4% imovine od svojih roditelja, te da je veoma mali i procenat žena vlasnica imovine. Samo 17% žena posjeduje imovinu, 18% ima vlastiti biznis, dok se samo 3% svih poslovnih kredita odobrava ženama (Heinrich Böll Stiftung, 2021.). Prema istraživanju Svjetske banke i Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD), pristup finansiranju je jedna od glavnih prepreka za poduzeća na Kosovu (UN Women, 2021). Nažalost, ne iznenađuje činjenica da je broj poduzetnica na Kosovu gotovo među najnižim u regiji.

Crnu Goru, jednako kao i gore pomenute zemlje, karakteriše ženski paradoks – žene čine većinu stanovništva, ali manjinu u pristupu prilikama, posmatrano kroz pokretanje poslovnih poduhvata, zapošljavanje, učešće u vlasništvu nad poslovnim subjektima, upravljačkoj funkciji

u poduzećima te političkom angažovanju. Od 43,9 hiljada samozaposlenih u 2019. godini, žene čine 10,5 hiljada, dok je 33,4 hiljade samozaposlenih muškaraca. Prema podacima MONSTAT-a, indeks rodne ravnopravnosti za 2019. godinu, mjeran na skali od 1 do 100, pri čemu 1 označava potpunu neravnopravnost, a 100 potpunu ravnopravnost, iznosi 55, dok ovaj indeks za EU iznosi 67,4 (Uprava za statistiku Crne Gore i Ministarstvo za ljudska i manjinska prava Crne Gore, 2020).

Iako su postignute brojne pozitivne promjene u položaju žena na tržištu rada u zemljama Zapadnog Balkana, pokazatelji govore da je on još uvijek dosta lošiji od položaja muškaraca. Shodno tome, neophodno je da Vlade ovih zemalja nastave u narednom periodu posvećivati pažnju poduzetnicama i pokretanju projekata i akcionih planova za jačanje kompetencija poduzetnica i promicanje samozapošljavanja i start-upa, kako bi žene postale svjesne svojih prava i uključile se u političke i ekonomske procese odlučivanja.

3. PROCJENA OKRUŽENJA ZA RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U BOSNI I HERCEGOVINI

3.1. Političko-pravno okruženje

Iako Ustav BiH ne sadrži odredbe koje se izričito odnose na ravnopravnost žena i muškaraca, zaštita ljudskih prava i sloboda predstavlja jedan od njegovih stubova. Ustav osigurava najvišu razinu uživanja ljudskih prava i sloboda, koje su navedene u Aneksu I Ustava, dok je u članu II/4 izričito zabranjena diskriminacija po osnovu spola (Gavrić i Ždralović, 2019). Vlada BiH je također ratificirala niz relevantnih UN-ovih konvencija, a najvažnija je Konvencija o eliminaciji svih oblika diskriminacije nad ženama (CEDAW), usvojena na Generalnoj skupštini Ujedinjenih naroda 18. decembra 1979. godine, kao prvi sveobuhvatni međunarodno priznati dokument o pravima žena. Trenutno, 179 zemalja je potpisalo Konvenciju, a među njima je i Bosna i Hercegovina, koja ju je ratifikovala 1993. godine (Agencija za ravnopravnost spolova Bosne i Hercegovine, 2006). Važno je napomenuti i da je sadržaj CEDAW-a sastavni dio Ustava BiH. Također, BiH je ratificirala niz konvencija Međunarodne organizacije rada, čije su odredbe inkorporirane u Zakonu o radu Federacije Bosne i Hercegovine, Zakonu o radu Republike Srpske i Zakonu o radu Brčko Distrikta.

Nadalje, Vijeće sigurnosti Ujedinjenih naroda, kao tijelo odgovorno za međunarodni mir i sigurnost, usvojilo je 31.10.2000. godine Rezoluciju 1325 „Žene, mir i sigurnost“. Rezolucija 1325 je prva Rezolucija Vijeća sigurnosti koja se konkretno bavi utjecajem rata na žene i djevojčice i ženskim doprinosom rješavanju konflikta i održivom miru. Tadašnji Generalni sekretar UN-a Ban-Ki Moon pozivao je na usvajanje posebnih politika s ciljem povećanja broja žena u policijskim i vojnim strukturama zemalja članica UN, obzirom da je uvedena kvota od prvobitnih 30% žena u mirovnim misijama koja se u narednom periodu povećala na

50%. Pored samog uvođenja kvota, veliki značaj njegove politike je i u tome što su zemljama članicama UN-a uvedeni tzv. "ultimatumi" da, bez odgovarajućeg broja ženskih osoba, policijski i vojni mirovni kontingenti ne mogu učestvovati u mirovnim misijama UN-a (Jerković, 2021). Bitno je naglasiti da je prvih deset godina od usvajanja ove Rezolucije zabilježen vidljiv porast povećanja broja žena u sektoru sigurnosti, nakon čega je primjetna stagnacija ili blagi rast. Sličan trend nastavljen je i od 2018. godine do 2020. godine.

Zakon o ravnopravnosti spolova u BiH („Službeni glasnik BiH“, broj: 16/03 i 102/09) usvojen je 2003. godine, a dopunjen 2009. godine. Zakon o ravnopravnosti spolova jamči jednakost spolova za sve u svim sferama društva, uključujući, ali ne ograničavajući se, na obrazovanje, ekonomiju, zapošljavanje i rad, socijalnu i zdravstvenu zaštitu, sport, kulturu, javni život i medije. Diskriminacija na osnovu spola postoji, ako je osoba ili skupina osoba stavljena u nepovoljniji položaj na osnovu spola. Član 20. Zakona o ravnopravnosti spolova propisuje da jednaka zastupljenost žena i muškaraca postoji kada je jedan spol zastupljen sa najmanje 40% u tijelima na svim razinama vlasti u BiH (državnoj, entitetskoj, kantonalnoj i općinskoj razini). Također, Gender akcioni plan za BiH (GAP) proizlazi iz člana 23. Zakona o ravnopravnosti spolova u BiH, koji je Vladu obvezao na izradu akcionog plana. Kao takav, GAP je stvoren 2006. godine i opisuje niz radnji koje se smatraju potrebnima za omogućavanje veće ravnopravnosti spolova u svim bitnim područjima (Somun-Krupalija, 2011). Gender centar RS i Gender centar FBiH koordiniraju specifične sektorske strategije i akcione planove na nivou entiteta, a nekoliko jedinica lokalne samouprave je usvojilo i lokalne gender akcione planove, kojima se na lokalnom nivou operacionaliziraju prioriteta sa nivoa države sadržani u GAP-u (UN Women, 2021). Agencija za ravnopravnost spolova BiH vrši funkcije vezane za ravnopravnost spolova u slučaju pitanja za koja je nadležan državni nivo.

Izmjenama i dopunama Zakona o radu FBiH iz 2016. godine, prvi put je definirano roditeljsko odsustvo te je propisano da ga radnik – otac djeteta može koristiti nakon 42 dana od porođaja ako se roditelji tako sporazumiju, kao i pravo sa polovinom punog radnog vremena nakon isteka porođajnog odsustva za blizance, treće i svako sljedeće dijete, ukoliko žena radi na puno radno vrijeme (Zakon o radu FBiH ("Službene novine Federacije BiH", br. 26/16, 89/18 i 44/22)). Zakon o radu Republike Srpske ("Službeni glasnik RS", br. 1/2016, 66/2018, 91/2021 - odluka US i 119/2021) definiše da porodiljno odsustvo može koristiti i zaposleni otac djeteta nakon isteka 60 dana od dana rođenja djeteta. Mogućnost da i muškarci koriste roditeljsko odsustvo doprinosi jačanju uloge i promoviranju očinstva, što je jedan od faktora za postizanje veće ravnopravnosti spolova u oblasti rada i ekonomskih odnosa. Ipak, Savez samostalnih sindikata BiH odgovara da očevi ovaj institut vrlo rijetko koriste u praksi, a u 2020. godini zabilježili su samo jedan takav slučaj koji je pozitivno riješen za oca djeteta.

Shodno navedenom, možemo reći da u BiH postoji solidan pravni okvir za reguliranje radnih odnosa. Radno zakonodavstvo u svim entitetima sadrži odredbe o zabrani diskriminacije po

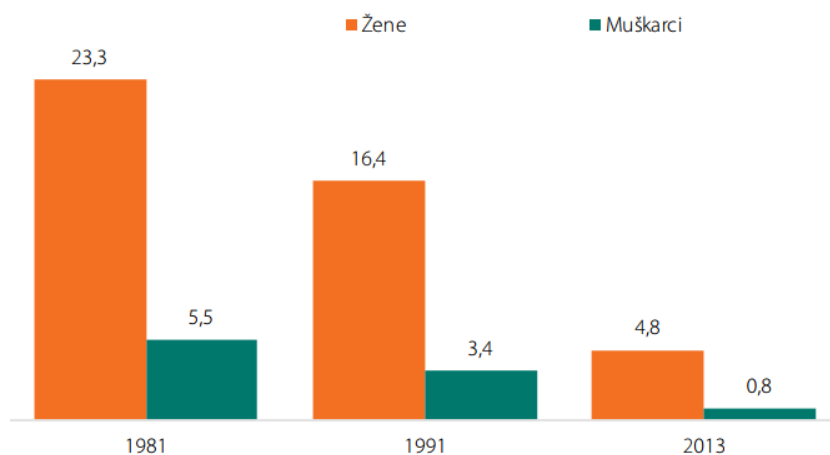
raznim osnovama, uključujući i spol. Također, zakoni propisuju i posebne odredbe u vezi s roditeljskim dopustom, radnim uvjetima i radnim vremenom za žene, kao i posebnim propisima koji se odnose na brigu o djetetu i porodiljni dopust. Međutim, uprkos navedenom pravnom okviru, stvarni položaj žena na tržištu rada i dalje je daleko od ravnopravnog, uzimajući u obzir visoke stope nezaposlenosti, značajno oslanjanje na žene u ekonomiji njege, kao i patrijarhalne društvene norme koje su i dalje prisutne.

3.2. Demografsko okruženje

Prema podacima popisa stanovništva iz 2013. godine u BiH živi 3.531.159 stanovnika, od čega 1.798.889 žena (50,9%) i 1.732.270 muškaraca (49,1%) (Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, 2019).

Od 2004. godine je devetogodišnje osnovno obrazovanje obavezno za svu djecu uzrasta od 6 do 15 godina. Iako je osnovno obrazovanje u cijeloj BiH obavezno, prema posljednjem popisu stanovništva je bilo skoro 90.000 nepismenih, odnosno 2,82% ukupnog stanovništva. Posmatrajući popise stanovništva iz 1981, 1991. i 2013. godine, možemo reći da ukupna stopa nepismenosti ima trend opadanja, ali kada posmatramo spolnu strukturu nepismenosti, broj nepismenih žena u BiH je, prema posljednjem popisu, šest puta veći u odnosu na muškarce. Broj nepismenih žena je 4,8%, a broj nepismenih muškaraca 0,8%. Trenutna nepismenost je i 14 puta viša od standarda UNESCO-a, koji smatra da broj nepismenih u jednoj državi ne smije prelaziti 0,2%.

Slika 1 Ukupna stopa nepismenosti prema podacima popisa stanovništva iz 1981., 1991. i 2013. godine



Izvor: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2022).

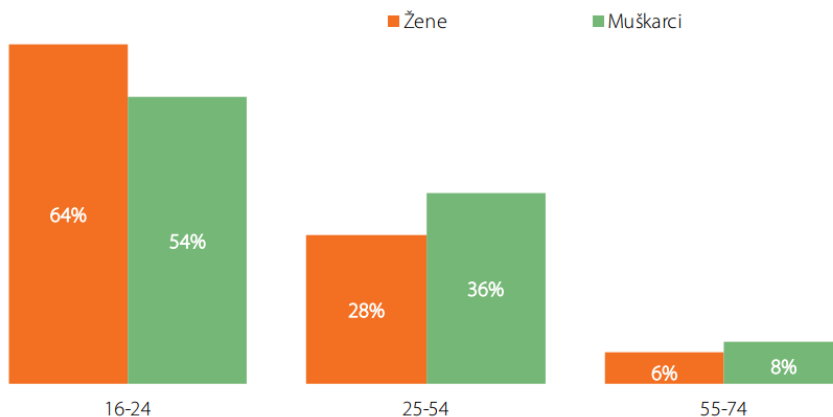
Izveštaj o Socijalnoj uključenosti U BiH za 2020. godinu (2021) govori o razlozima napuštanja obrazovanja. Istraživanje je provedeno u osam općina, a rezultati pokazuju da su nedostatak motivacije i roditeljske podrške i potreba za radom najčešći razlozi za napuštanje obrazovanja. Potom slijede razlozi preseljenja u drugu zemlju i nepostojanje usluga prijevoza. Studija pokazuje da djeca koja se nalaze u najvećem riziku dolaze iz socijalno ranjivih porodica, čiji roditelji nisu zaposleni i nemaju osnovna finansijska sredstva, zatim djeca s posebnim potrebama i romska djeca. Disfunkcionalne porodice i nasilje u porodici također predstavljaju faktore rizika. U poljoprivrednim domaćinstvima također postoji pritisak na djecu da se uključe u sezonske radove, što može poticati porodice da djeci zabrane odlazak u školu kako bi im pomagala u radovima, zbog čega djeca ili ponavljaju razred ili se uopće više ne vraćaju u školu.

Dok je rodni balans u predškolskom i osnovnom odgoju i obrazovanju gotovo izjednačen, broj djevojčica u odnosu na broj dječaka u srednjim školama je počeo rasti, ali daleko najveća rodna razlika se javlja u tercijarnom obrazovanju, u kojem većinu na dodiplomskom i postdiplomskom studiju čine studentice. U tercijarnom obrazovanju se utjecaj tradicionalnih rodni stereotipa odražava na izbor akademskih programa od strane muškaraca i žena, koji ih sortiraju prema više ili manje plaćenim profesionalnim oblastima. Veći je broj ženskih osoba u BiH u području humanističkih i društvenih nauka, dok muškarci čine većinu u inženjerskim i drugim tehničkim oblastima. Čak i unutar određene oblasti postoje razlike, tako da će ženske osobe koje su završile medicinski fakultet vjerovatnije odabrati porodičnu medicinu ili ginekologiju, dok muškarci češće biraju hirurgiju. Iako disparitet u plaćama između profesija u kojima dominiraju muškarci i profesija u kojima dominiraju žene nije specifičan samo za Bosnu i Hercegovinu, on je ipak vrlo očigledan i u sistemu obrazovanja i u radnoj snazi. Istraživanje tržišta rada u Bosni i Hercegovini 2020/2021 pokazuje da 37% svih novozaposlenih radnika čine žene. Najčešća zanimanja među ženama su: prodavač-trgovac (22,5%), pomoćni radnik u proizvodnji (9,3%), obučar (7%), šivač (5,7%), konobar (3,8%) i obučarski radnik - šivač gornjih dijelova obuće (2,8%). Na ovih šest zanimanja odnosi se 51,1% ukupnog broja novozaposlenih žena u 2020. godini. Zanimanja u kojima žene značajno dominiraju odnose se na: farmaceutski tehničar (95% svih novozaposlenih), šivač (94%), magistar farmacije (93%), obučarski radnik (93%), krojač (90%), dok zanimanja u kojima nema niti jedne zaposlene žene su: bravar, dostavljač, zavarivač, tesar, zidar, vozač autobusa, elektrotehničar, vozač putničkog automobila, armirač i građevinar za održavanje zgrada. U prodaji žene dominiraju sa 83% učešća u novozaposlenoj radnoj snazi.

Digitalne vještine su skup indikatora koji se zasnivaju na aktivnostima povezanim sa korištenjem interneta ili softvera od strane pojedinaca starosti od 16 do 74 godine. Postoje dva nivoa vještina - osnovne i više digitalne vještine. U 2019. godini je 20% žena i 29% muškaraca imalo osnovne ili više digitalne vještine, dok je EU-27 prosjek za žene iznosio 54%, a za muškarce 58%. BiH se nalazi na dnu ljestvice u Evropi po korištenju digitalnih

vještina. Gledano sa aspekta spola, 10% više mladih žena starosti od 16 do 24 godine ima osnovne i više digitalne vještine, a idući ka starijoj populaciji, taj procenat se mijenja u korist muškaraca. Samo 6 žena od 100 i 8 muškaraca od 100 u BiH imaju više digitalne vještine (Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, 2020).

Slika 2 Pojedinci sa osnovnim ili višim digitalnim vještinama prema starosnim grupama i spolu u 2019. godini



Izvor: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2022).

3.3. Ekonomsko okruženje

Za ovo istraživanje neophodno je ukazati i na osnovne statističke indikatore, koji pokazuju žensku ekonomsku aktivnost i koji omogućavaju procjenu mogućnosti žena da pristupe tržištu rada. Stoga se u narednom dijelu daje osvrt na stope aktivnosti, zaposlenosti i nezaposlenosti prema spolu. Generalno, stopa aktivnosti predstavlja odnos radne snage i radno sposobnog stanovništva (sve osobe stare 15 i više godina). Stopa zaposlenosti predstavlja odnos zaposlenih i radno sposobnog stanovništva, dok stopa nezaposlenosti predstavlja odnos nezaposlenih i radne snage.

Prema podacima iz Ankete o radnoj snazi u 2021. godini u našoj zemlji je zabilježena stopa aktivnosti od 48%, stopa zaposlenosti 39,6%, stopa nezaposlenosti 17,4% i stopa neaktivnosti 52%. Od ukupnog broja osoba koji čine radnu snagu (1,393 miliona osoba) 846 hiljada (60,7%) su muškarci, a 547 hiljada (39,3%) su žene. U ukupnom broju osoba izvan radne snage (1,511 milion) 571 hiljada (37,8%) su muškarci, a 940 hiljada (62,2%) su žene. Od ukupnog broja zaposlenih osoba (1,151 milion) 724 hiljade (62,9%) su muškarci, a 427 hiljada (37,1%) su žene, dok od ukupnog broja nezaposlenih osoba (242 hiljade) 122 hiljade (50,3%) su muškarci, a 120 hiljada (49,7%) su žene (Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, 2022). Što se tiče starosne grupe od 15 do 24 godine, znatno je manja vjerovatnoća da će žene

biti aktivne na tržištu rada nego što je to za muškarce. Još je uočljivije daljnje smanjenje učešća žena u radnoj snazi u dobi od 25 do 49 godina. U starosnim grupama od 50 do 64 godine i preko navršenih 65 godina, muškarci su i dalje aktivniji od žena.

Faktori koji najviše utječu na smanjeno učešće žena na tržištu rada su (UNDP i Švicarska agencija za razvoj i saradnju, 2021):

- nedostatak adekvatne brige o djeci i pomoći i njege osoba starije životne dobi i osoba s invaliditetom,
- struktura politika o odsustvu sa rada radi njege člana porodice i nedostatak fleksibilnog radnog vremena ili rada na pola radnog vremena,
- interna migracija ili emigracija radnika muškaraca.

Najveći broj evidentiranih nezaposlenih žena je sa SSS 31,94%, NKV radnica je 27,58%, a zatim slijede KV radnice s udjelom od 25,92% u ukupnom broju nezaposlenih žena. Posmatrano prema kvalifikacionoj strukturi, udio nezaposlenih žena manji je kod visokokvalifikovanih i kvalifikovanih radnica, u odnosu na udio nezaposlenih muškaraca u ukupnom broju nezaposlenih osoba. Kod ostalih kvalifikacija više je nezaposlenih žena nego muškaraca.

Sljedeća slika pokazuje strukturu zaposlenih prema statusu zaposlenosti pri čemu se pod zaposlenima misli na osobe koje za svoj rad primaju platu ili naknadu, samozaposleni su poslodavci koji upravljaju poslovnim subjektom i zapošljavaju jednog ili više zaposlenog, te osobe koje rade za vlastiti račun i ne zapošljavaju zaposlenike, dok su neplaćeni pomažući članovi domaćinstva članovi koji rade u porodičnom biznisu.

Slika 3 Radno sposobno stanovništvo prema aktivnosti i spolu u 2021. godini

	Žene	Muškarci
Zaposlenici	80,6	82,2
Samozaposlenici	12,7	16,4
Neplaćeni pomažući članovi	6,7	1,4

Izvor: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2022).

Kao što prikazuje sljedeća slika, veći je broj žena koje su zaposlene na kraće od punog radnog vremena, dok je veći procenat muškaraca zaposlen na puno radno vrijeme. U 2020. godini je manje od polovine žena (42%) sa djecom mlađom od 6 godina je bilo zaposleno na puno radno vrijeme. Udio zaposlenih žena sa malom djecom je u blagom porastu u odnosu na prethodne godine.

Slika 4 Struktura zaposlenih sa punim i kraćim od punog radnog vremena u 2020. godini

	Žene	Muškarci
Puno radno vrijeme	94,5	95,5
Kraće od punog radnog vremena	5,5	4,5

Izvor: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2022)




Prema podacima iz 2020. godine, zastupljenost žena u sudovima BiH je 64%, a u tužilaštvima BiH 52%. Spolna struktura izabраниh načelnika/gradonačelnika na Lokalnim izborima 2020. pokazuje učešće žena od samo 4%, naspram učešća muškaraca od 96%. Prema stanju na dan 21.09.2021. godine, u Vijeću ministara BiH se nalazi 20 žena i 80 muškaraca. Također, izmjenama i dopunama Izbornog zakona BiH i njegovim usklađivanjem sa Zakonom o ravnopravnosti spolova 2013. godine, osigurana je kvota od 40% za manje zastupljeni spol na izbornim listama političkih partija. I pored toga, zastupljenost žena u politici je znatno manja. U mandatnom periodu od 2018. do 2022. godine, procenat žena u državnom i entitetskim Parlamentima/Skupštini je bio ispod 25%. U državnim institucijama, na ukupnom nivou, zaposleno je nešto više žena u odnosu na muškarce (54%). Međutim, uočava se spolni disbalans kada se posmatra spolna struktura rukovodećih pozicija - zastupljenost muškaraca na rukovodećim pozicijama je znatno veća. Podaci o udjelu članova upravnih odbora najvećih kompanija su dobiveni na osnovu spolne strukture upravnih odbora deset najviše rangiranih kompanija na berzi u BiH, u 2020. godini. Upravljačku strukturu odabranih kompanija u 2020. godini je činilo 17% žena i 83% muškaraca. Samo je jedna kompanija za predsjednicu imala ženu, dok su u ostalih devet kompanija predsjednici bili muškarci. Nešto drugačija situacija je u javnom zdravstvenom sektoru gdje su u 2020. godini od ukupnog broja zdravstvenih radnika gotovo 3/4 bile žene. Doktorica je bilo 63% u odnosu na 37% doktora muškog spola, dok je medicinskih sestara bilo 78% u odnosu na medicinske sestre – tehničare muškog spola (Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, 2022). Kada je riječ o rukovodećim pozicijama u obrazovnim ustanovama, žena je u školskoj 2020/2021 znatno više u predškolskim ustanovama (86,30% žena naspram 13,70% muškaraca), dok je veći postotak muškaraca na čelu osnovnih, srednjih škola, kao i rukovodilaca, nastavnika i saradnika na visokoškolskim ustanovama (Sarajevski otvoreni centar, 2021).

Kada govorimo o ekonomskom okruženju, generalno možemo reći da BiH ne pruža prijateljsko okruženje za osnivanje poduzeća, uzimajući u obzir komplikovane procedure te vrijeme i novac koji su potrebni. Lakoća poslovanja je dokument Svjetske banke koji analizira koliko je lako, lokalnom poduzetniku, prema važećoj zakonskoj regulativi zemlje otvoriti malo ili srednje poduzeće i poslovati. Lakoća poslovanja prati promjene propisa koji utječu na 10 područja životnog ciklusa poduzeća: osnivanje poduzeća, dobivanje građevinskih dozvola, priključenje električne energije, uknjižbu imovine, mogućnost kreditiranja, zaštitu investitora, poresku politiku, međunarodnu trgovinu, izvršenje ugovora i rješavanje nesolventnosti.

Lakoća poslovanja mjeri i aspekte zapošljavanja radnika i sklapanja ugovora s vladom (javne nabave), koji nisu uključeni u rangiranje. Izvještaj prati 190 zemalja, a prema podacima iz dokumenta Lakoća poslovanja 2020 (2019) naša zemlja je rangirana na 90. mjestu sa ocjenom 65,4. Sve zemlje koje se nalaze na prvih dvadeset mjesta imaju online poslovne procese, elektronske platforme za prijavu poreza i omogućavaju online procedure prenosa imovine. U poređenju sa zemljama regiona, možemo reći da BiH pruža najteže okruženje za poslovanje. Slovenija je najbolje rangirana i nalazi se na 37. mjestu, potom Srbija na 44. mjestu, Crna Gora na 50. mjestu, Hrvatska na 51. mjestu, Kosovo na 57. mjestu te Albanija na 82. mjestu.

Tabela u nastavku daje pregled analiziranih indikatora za BiH prema dokumentu Lakoća poslovanja (2019), kao i postignuti rang po svakom kriteriju.

Tabela 2 Pregled analiziranih indikatora za BiH prema dokumentu Lakoća poslovanja

OPIS INDIKATORA	REZULTATI INDIKATORA ZA BIH	RANG (190 ZEMALJA)	
1. POČETAK POSLOVANJA			
	<p>Utvrđivanje vremenskog okvira za vođenje postupka registracije biznisa, troškova postupka registracije i minimalni kapital za pokretanje kompanije.</p>	<p>Početak poslovanja se odvija kroz 13 postupaka, koji traju 80 dana, te čiji troškovi iznose 13,7% BND-a po glavi stanovnika i zahtijevaju minimalni uloženi kapital od 10,2% BND-a po glavi stanovnika (1.000 KM). Minimalni kapital za društvo s ograničenom odgovornošću u RS-u je 1 KM.</p>	184. mjesto
2. DOBIVANJE GRAĐEVINSKE DOZVOLE			
	<p>Utvrđivanje procedura, vremena i troškova za izgradnju jednostavnog objekta i uknjižbu imovine te kontrola indeksa kvaliteta izgradnje.</p>	<p>Pribavljanje građevinskih dozvola u BiH zahtijeva 17 postupka, traje 180 dana i troškovi iznose 20,3% vrijednosti objekta.</p>	173. mjesto
3. PRIKLJUČENJE ELEKTRIČNE ENERGIJE			
	<p>Utvrđivanje procedura, vremena i troškova za dobivanje priključka za električnu energiju, kao i indeks pouzdanosti napajanja električnom energijom, transparentnost tarifa i cijene električne energije.</p>	<p>Rezultati pokazuju da je u BiH potrebno 5 procedura i 69 dana, sa troškovima od 289,0 % BND-a po stanovniku.</p>	74. mjesto

4. UKNJIŽBA IMOVINE



Mjeri procedure, vrijeme i troškove potrebne za legalan prijenos vlasništva nekretnina, kao i indeks kvalitete zemljišne administracije (rang 0-30).

Uknjižba imovine u BiH zahtijeva 7 procedura, traje 35 dana, košta 5,1 % od vrijednosti imovine, dok je ocjena pokazatelja kvaliteta zemljišne administracije 16,5.

96. mjesto

5. MOGUĆNOST KREDITIRANJA



Indikator mjeri postoje li određene funkcije koje olakšavaju kreditiranje u zakonima o kolateralima i stečaju te pokrivenost, opseg i dostupnost kreditnih informacija.

BiH bilježi bolje rezultate na ovom polju, tj. omogućava više kreditnih informacija i jača zakonska prava za dužnike i kreditore.

67. mjesto

6. ZAŠTITA MANJINSKIH INVESTITORA



Mjeri zaštitu manjinskih investitora od sukoba interesa putem jednog niza indikatora i prava dioničara u korporativnom upravljanju kroz drugi set indikatora.

Naša zemlja ima ocjenu 56 pri čemu viši rezultati pokazuju jaču i bolju zaštitu.

88. mjesto

7. PLAĆANJE POREZA



Indikator mjeri visinu obaveza po osnovu poreza i doprinosa koje poduzeće srednje veličine mora platiti na godišnjem nivou, kao i administrativne poteškoće prilikom plaćanja poreza i doprinosa.

Poduzeća u prosjeku izvrše 33 plaćanja poreza tokom godine, potroše 411 sati na pripremu i plaćanje poreza, a plate poreze u iznosu od 23,7% dobiti.

141. mjesto

8. TRGOVINA PREKO GRANICE



Indikator mjeri vrijeme i troškove vezane za izvoz i uvoz standardne robe, kao i broj potrebnih dokumenata.

BiH bilježi veoma dobre rezultate u ovom segmentu.

27. mjesto

9. IZVRŠENJE UGOVORA



Indikator mjeri vrijeme i troškove rješavanja privrednih sporova pred domaćim sudovima i indeks kvalitete sudskog postupka, tj. da li je zemlja usvojila seriju dobrih praksi koje promovišu kvalitet i efikasnost sudskog sistema.

Podaci iz izvještaja pokazuju da izvršenje ugovora traje 595 dana i košta 36,0% vrijednosti potraživanja.

93. mjesto

10. RJEŠAVANJE NESOLVENTNOSTI



Mjeri vrijeme, troškove i ishod stečajnog postupka privrednih subjekata, koji se koriste kako bi se izračunala stopa povrata kao i snaga pravnog okvira koji se primjenjuje na stečajne i postupke reorganizacije.

U prosjeku, stečajni postupak traje 3,3 godine i košta 9% dužnikove imovine sa najvjerojatnijim ishodom da će poduzeće biti prodano u dijelovima. Prosječna stopa povrata je 39,7 centi na dolar.

37. mjesto

Izvor: Federalni zavod za programiranje razvoja. (2019).

3.4. Socio-kulturno okruženje

Pitanje ekonomske isključenosti žena na tržištu rada se mora razmatrati u kontekstu stereotipa i ukorijenjenih stavova o ulogama muškaraca i žena u BiH. Stereotipi o tipičnim muškim i ženskim profesijama su duboko ukorijenjeni u društvu, pri čemu se zanimanja u kojima dominiraju žene najmanje poštuju. Na primjer, studija iz 2001. pokazala je da biti čistač ima nizak status, dok zanimanja kao što su zidar, tokar i vozač kamiona, koja su obično zanimanja u kojima dominiraju muškarci, imaju znatno viši status. Međutim, to se može objasniti nedostatkom osposobljenosti potrebne za zanimanje čistačice, za razliku od zanimanja u kojima dominiraju muškarci.

Nadalje, nedostatak ustanova za čuvanje djece, te njihova cjenovna nepristupačnost, prisiljava žene da ostaju kod kuće sa svojom djecom ili tu obavezu preuzimaju druge žene iz šire porodice, što dodatno pridonosi njihovoj neaktivnosti. Istu situaciju imamo i kod pružanja skrbi za starije osobe, obzirom da su žene te koje obično preuzimaju ove obaveze na sebe.

Agencija za ravnopravnost spolova BiH u avgustu 2020. godine objavila istraživanje “Utjecaj rodne podjele porodičnih i kućanskih poslova na profesionalni život zaposlenih žena u Bosni i Hercegovini” koje je rađeno metodom anketiranja 500 zaposlenih žena iz cijele BiH u dobi od 18 do 65 godina, koje žive s partnerima. Među ciljevima istraživanja bilo je ispitati načine na koje su raspoređene porodične i kućanske obaveze unutar porodice, kako raspodjela porodičnih i kućanskih poslova utječe na profesionalni život žena i kako se odnosi prema usklađivanju privatnog i poslovnog života zaposlenih žena. Istraživanje je pokazalo da zaposlene žene imaju duplo radno vrijeme – jedno na poslu, drugo nakon posla u kući. Podaci pokazuju da je skoro 53% anketiranih zaposlenih žena barem jednom u životu zbog navedenih poslova moralo znatno smanjiti vrijeme spavanja na duže vremensko razdoblje, zbog čega su bile dekoncentrisane i manje produktivne na poslu. Glavni ključ problema je podjela kućanskih poslova među partnerima, zato što preovladavaju društveni stereotipi o podjeli poslova u porodici na “muške” i “ženske”. Istraživanje Agencije za ravnopravnost spolova

BiH navodi da u više od 93% porodica žene, iako su zaposlene van kuće, obavljaju sve ili većinu svakodnevnih kućanskih poslova. U manje od 6% anketiranih porodica partneri ove poslove obavljaju podjednako, dok u samo tri od 500 slučajeva većinu rutinskih kućanskih poslova obavlja muškarac. Što se tiče doprinosa partnera/očeva, istraživanje je pokazalo da su to povremeni veći poslovi vezani za održavanje stana, poput krečenja, te male kućanske popravke tipa zamjene sijalice ili osigurača, kao i poslovi vezani za održavanje automobila. Prikupljeni podaci također govore da žene preuzimaju svu ili veći dio brige o djeci (44,9%), dok njih 38,8% brigu dijeli ravnopravno sa partnerom (Sarajevski otvoreni centar, 2021).

Također, navedenim istraživanjem su ispitane i posljedice brige o djeci po ženinu karijeru. Podaci pokazuju da se trećina žena (32,6%) suočila sa radom pod znatno većim stresom zbog brige za djecu i njihovog odgoja. Petina je morala naći dodatni izvor prihoda zbog povećanja novčanih potreba porodice (npr. dopunski posao, duže radno vrijeme i sl.). Podjednak procenat žena morao je, zbog brige o djeci i njihovog odgoja, odustati od karijere (17,9%), raditi skraćeno radno vrijeme (17%) i prekinuti radni odnos (17%). Nešto manji procenat (15,8%) žena morao je promijeniti svoje radno mjesto (Agencija za ravnopravnost spolova Bosne i Hercegovine, 2020). S druge strane, dobiveni podaci pokazuju da obavljanje kućanskih poslova i ostalih porodičnih obaveza nije u vrlo velikoj mjeri uticalo na negativne posljedice po profesionalni život zaposlenih žena na poslu (npr. odustajanje od stručnog usavršavanja ili od poslovnog putovanja, doživljavanje sukoba sa kolegama ili nadređenima i sl.).

Dakle, možemo zaključiti da žene u BiH preuzimaju na sebe većinu obaveza u domaćinstvu, troše mnogo više vremena obavljajući iste, obavljaju većinu mentalnog rada, kao i obaveze i zahtjeve na svom poslu, sve uz niža prosječna primanja i brojne negativne posljedice po njihovu karijeru, dobrobit i zdravlje.

4. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U BOSNI I HERCEGOVINI: BARIJERE I PERSPEKTIVE

4.1. Barijere za razvoj ženskog poduzetništva

Poduzeća u vlasništvu žena suočavaju se s nizom ograničenja koja ih sprječavaju da ostvare svoj puni potencijal. Društvene norme, poteškoće u usklađivanju poslovnog i privatnog života te ograničeni pristup finansijskim sredstvima, među nizom drugih višedimenzionalnih prepreka, rezultiraju niskim postotkom poduzeća u vlasništvu žena (World Bank, 2018).

4.1.1. Finansijske barijere

Pristup finansiranju ključni je izazov za mikro, mala i srednja poduzeća (u daljnjem tekstu „MSP“) općenito, a posebno za ona koja vode žene. Te su prepreke uzrokovane skromnijim poduzetničkim iskustvom, sudjelovanjem u sektorima u kojima dominiraju žene, rodno pristranim kreditnim bodovanjem i rodnim stereotipima u procesu kreditiranja, kao i visokim zahtjevima za kolateralom. Iako su poduzetnice pokazale bolje stope otplate kredita od svojih muških kolega, istraživanja pokazuju da im je teže pristupiti kreditima i drugim finansijskim proizvodima. Približno 70% MSP-a na tržištima u nastajanju nema pristup kreditima. Izvještaj Međunarodne finansijske korporacije pokazuje da 40% MSP-a u zemljama u razvoju ima nezadovoljene finansijske potrebe koje iznose 5,2 triliona dolara (1,4 puta više od trenutnog nivoa zajmova za mala i srednja poduzeća) (World Bank, 2018). Oskudni podaci o ovim poduzećima dodatno otežavaju prepoznavanje izazova sa kojima se ona suočavaju, kao i donošenje adekvatnih politika i programa podrške, koji su neophodni za njihov rast. Na primjer, Centralna banka BiH ne prikuplja podatke prema spolu o datim kreditima banaka.

Ova skupina ograničenja uključuje:

- ***Karakteristike poduzeća***

Kada govorimo o karakteristikama poduzeća, možemo reći da su kompanije koje vode žene manje i koncentrisane su u sektorima niske produktivnosti, što povećava finansijska ograničenja sa kojima se one suočavaju.

- ***Finansijska ograničenja***

U odnosu na 22% poduzeća u vlasništvu muškaraca, istraživanja pokazuju da 28% poduzeća pod vodstvom žena treba dodatno finansiranje i namjerava podnijeti zahtjev za kredit. Jedno od bitnih ograničenja za finansiranje ženskih poslovnih poduhvata jeste i pristup imovini, odnosno kolateralu koji zahtijevaju finansijske institucije. Istraživanje MSP-a u BiH otkriva da su sva odbijanja zahtjeva za kreditne linije od strane poduzeća u vlasništvu žena uzrokovana nedostatkom kolaterala. Poduzeća koja vode žene također navode visoke kolaterale kao razlog zašto ne traže bankovne kredite. Obzirom da je više od 70% zemlje u vlasništvu muškaraca, pri čemu je udio ženskog vlasništva blago porastao sa 24,7% na 26,8% u periodu od 2003. do 2013. godine, to predstavlja jasan pokazatelj ograničenog pristupa finansiranju za poduzeća koja vode žene.

Poduzeća pod vodstvom žena koja dobiju kredit također se suočavaju s nepovoljnim uslovima kreditiranja. Prosječni bankovni kredit za društva u vlasništvu žena gotovo je 2,5 puta manji od onih koje dobivaju njihove muške kolege, iako se to može povezati i sa manjom veličinom

poduzeća koja vode žene. Također, dospijeća kredita variraju od prosječnih 57 mjeseci za poduzeća koja vode muškarci do 44 mjeseca za poduzeća koja vode žene (World Bank, 2018).

- *Nefinansijska ograničenja*

Nefinansijska ograničenja se odnose na društvene norme i stereotipe koje utječu na ulogu žena, pristup informacijama i mrežama, obrazovna postignuća i samopouzdanje poduzetnica.

4.1.2. Nepovoljan privredni ambijent

Poduzetnice navode da se moraju boriti s dozvolama, oporezivanjem, finansijama i problemima radne snage, što su njihove prepreke poslovnom uspjehu. Žalosna je činjenica da se u BiH poduzetnici susreću sa problemima još u fazi pokretanja poduzeća, a to potvrđuju radnje koje treba poduzeti da bi se poduzeće registrovalo. Osnivanje poduzeća u BiH zahtijeva puno pripreme, znanja, vremena pa i novca. Postoji niz zakona koji se pri tome moraju poznavati i pravila koja se moraju poštovati. Važno je napomenuti i da postoje razlike u zakonima između dva entiteta u Bosni i Hercegovini što može pojedincima dodatno otežati odluku da se usudi započeti vlastiti biznis i ući u proceduru registrovanja poduzeća. Registracijom poduzeća, poduzetnik postaje obveznik plaćanja poreza i drugih državnih dažbina. Zbog toga, poduzetnici se prije započinjanja registracije poduzeća trebaju informisati o svim obavezama koje ona donosi, ali i koracima u procesu gašenja poduzeća.

Svoj biznis poduzetnici registruju kao fizičko ili pravno lice. Vlasnici start-upa se najčešće odlučuju registrovati start-up kao obrt ili kao društvo sa ograničenom odgovornošću (Peštek, 2009).

Obrt je samostalno i trajno obavljanje dopuštenih i registrovanih privrednih djelatnosti u osnovnom, dopunskom ili dodatnom zanimanju od strane fizičkih lica sa ciljem postizanja dobiti koja se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu. Proces registracije obrta u FBiH traje 10-30 dana, a počinje podnošenjem zahtjeva nadležnoj općinskoj službi. Troškovi koji nastanu prilikom pribavljanja i podnošenja potrebne dokumentacije iznose oko 150 KM (Općina Stari Grad Sarajevo, 2016). U Republici Srpskoj pored podnošenja dokumentacije Odjeljenju za privredu grada/općine, potrebno je uplatiti taksu za registraciju u iznosu od 30 KM. Registracioni organ dužan je da donese rješenje o registraciji poduzetnika najkasnije u roku od dva dana od dana dostavljanja urednog zahtjeva (Općina Derвента, 2018). Potom je potrebno izraditi pečat društva, čija je cijena između 30,00 i 50,00 KM. Postupak otvaranja transakcijskog računa, ukoliko su predati svi potrebni dokumenti, traje otprilike jedan dan. Nadalje, potrebno je nabaviti i fiskalnu kasu, čije se cijene kreću između 600 i 750 KM. Ukoliko oporezivi promet dobrima ili uslugama prelazi ili

je vjerovatno da će preći prag od 50.000,00 KM, lica su se obavezna prijaviti i u sistem PDV-a, za šta je potrebno uplatiti administrativnu taksu u iznosu od 40 KM.

Registracija pravnog lica je nešto komplikovanija. Društvo sa ograničenom odgovornošću je društvo koje osniva jedno ili više pravnih ili fizičkih lica radi obavljanja određene djelatnosti pod zajedničkom firmom unošenjem udjela u unaprijed dogovoren osnovni kapital (Zakon o privrednim društvima ("Službene novine Federacije BiH", broj: 81/15)). Registracija društva sa ograničenom odgovornošću u FBiH počinje kreiranjem osnivačkog akta, što radi advokat ili notar. Izrada istog traje oko pet dana i košta 350 KM. Potom je potrebno uplatiti osnivački kapital, što može koštati do 10 KM i pribaviti potvrdu o nepostojanju poreskog duga, što traje maksimalno 5 dana i košta 20 KM. Registracija firme u općinskom sudu, može potrajati i do 10 dana, a procijenjeni troškovi iznose 190 KM. Za dobijanje saglasnost o namjeni poslovnih prostorija potrebno je uplatiti 10 KM administrativne takse i sačekati 10 dana, dok je za obavještenje inspekcije o otpočinjanju djelatnosti dovoljan jedan dan, a procedura je besplatna (Privredna komora Kantona Sarajevo, 2016). U Republici Srpskoj proces započinje notarskom ovjerom osnivačkog akta, čiji se troškovi kreću između 4 KM, koliko je ovjera jednog potpisa, do nekih 300 KM, koliko u prosjeku iznosi notarska obrada ovog dokumenta. Nadalje, potrebno je ovjeriti lične dokumente vlasnika i odgovornog lica, uplatiti taksu u iznosu od 10 KM za pribavljanje Rješenja o ispunjenosti uslova u pogledu tehničke opremljenosti, zaštite na radu i zaštite životne sredine te registrovati privredno društvo. Prva registracija subjekta je besplatna dok objava u Službenom glasniku RS košta 7 KM po redu, a APIF-u se plaća taksa u iznosu od 35 KM (Preduzetnički portal Republike Srpske). Pojedini koraci u osnivanju društva sa ograničenom odgovornošću su jednaki u oba entiteta kao što su: izrada pečata, otvaranje transakcijskog račun, registracija kod Uprave za indirektno oporezivanje za sva lica čiji oporezivi promet prelazi ili je vjerovatno da će preći prag od 50.000,00 KM, prijava radnika i fiskalizacija.

Važno je naglasiti da završetkom procesa registracije ne prestaju problemi vezani za komplikovane administrativne procedure i visoke troškove. Obaveze poduzeća u poslovanju su brojne, a neke od njih uključuju obaveze za poreze i doprinose, komunalne takse, plaćanje knjigovodstvenih usluga, mjesečnog održavanja računa itd. Ukoliko bi bilo potrebno izvršiti izmjene podataka o registraciji ili ukoliko bi se poduzetnik odlučio za gašenje svog poduzeća, također bi se susreo s visokim troškovima i velikim brojem procedura.

4.1.3. Utjecaj COVID-19 pandemije

Pandemija COVID-19 je ostavila ozbiljne posljedice na kompanije širom svijeta. Šok i strah zbog pojave pandemije koronavirusa, ali i obustave privrednih aktivnosti koje su naložile vlade kako bi suzbile širenje virusa, ograničenja mobilnosti, udaljena radna snaga, prekidi u lancu snabdijevanja i pad potražnje gurnuli su svjetsku privredu u duboku recesiju 2020.

godine. Dok se posljedice krize izazvane COVID-19 osjećaju u cijelom svijetu, tu su i brojni dokazi koji ukazuju na različit utjecaj pandemije na različita poduzeća. Naime, nekoliko nedavnih istraživanja pokazuje da je kriza izazvana COVID-19 nejednako pogodila poduzeća koja vode žene u usporedbi s poduzećima kojima upravljaju muškarci.

Upravo o posljedicama pandemije na poduzeća u vlasništvu žena govori i izvještaj „The Impact of the COVID-19 Pandemic on Women-Led Businesses“ (Iacovone *et al.*, 2021), koji se oslanja na prikupljene podatke od oko 40.000 poduzeća u 49 zemalja u periodu od aprila do septembra 2020. godine. Rezultati pokazuju statistički značajne rodne razlike u različitim mjerama uspješnosti, što sugerira da su kompanije koje vode žene bile nesrazmjerno pogođene u usporedbi s kompanijama pod vodstvom muškaraca. Konkretno, mikropoduzeća koja vode žene, poduzeća koja vode žene u ugostiteljskoj industriji i poduzeća koja vode žene u zemljama koje su bile teže pogođene pandemijom COVID-19, nastavila su sa radom sporijim tempom te prijavila veći pad prihoda od prodaje (Iacovone *et al.*, 2021).

Općenito, poduzeća u vlasništvu žena nisu pokazala veću vjerojatnoću da će doživjeti poremećaje u opskrbi kao posljedicu šoka izazvanog COVID-19. Šok izazvan COVID-19 bio je povezan i sa naglim padom likvidnosti poduzeća jer su mnoge firme prijavile ozbiljne poteškoće u ispunjavanju svojih finansijskih obaveza. Istraživanje pokazuje da su kompanije koje vode žene prijavile u prosjeku manje raspoloživog novca za pokrivanje svojih troškova (u prosjeku 61 dan raspoloživog novca za pokrivanje troškova) u odnosu na muške kolege (70 dana), što je statistički značajan jaz. Navedene poteškoće u likvidnosti su u skladu sa preprekama s kojima su se poduzetnice suočavale u oblasti finansiranja i prije pandemije i presušivanjem alternativnih izvora finansiranja (štednja, posuđivanje od prijatelja i porodice) na koje je utjecala pandemija.

UN Women je proveo istraživanje o tome kako su se promijenili životi žena i muškaraca zbog novonastale situacije sa COVID-19 u BiH. Istraživanje je provedeno u dvije faze, u maju 2020. godine te u julu iste godine. Istraživanje pokazuje da je kod muškaraca (51,9%) bila veća vjerovatnoća da budu zaposleni u odnosu na žene (31,6%) tokom uobičajene radne sedmice prije pandemije. Udjeli žena koje su bile zaposlene u sedmici prije pandemije COVID-19 smanjili su se sa 32,6% u Fazi 1 na 24,4% u Fazi 2. U Fazi 2 kod muškaraca (51,2%) je bila 2,5 puta veća vjerovatnoća da budu zaposleni u odnosu na žene (20,7%). Rezultati prve faze istraživanja pokazuju da je kod žena bila veća vjerovatnoća gubitka posla (13,4%), dok je u Fazi 2 zabilježeno smanjenje udjela žena koje su ostale bez posla (5,2%).

I prije epidemije COVID-19 je postojao očigledan disbalans u raspodjeli neplaćenog rada u domaćinstvu i brige o porodici između žena i muškaraca. Globalno se procjenjuje da su žene obavljale tri puta više neplaćenog rada u domaćinstvu i brige o porodici od muškaraca (UN Women, 2020). Pandemija COVID-19 je stvorila i dodatne porodične obaveze, koje su imale veći utjecaj na poduzetnice nego na njihove muške kolege. Online nastava i zatvaranje vrtića

značilo je da je barem jedan roditelj mora ostati kod kuće sa svojom djecom, a takve odgovornosti najčešće preuzimaju žene. Ipak, rezultati istraživanja pokazuju da su i žene i muškarci nastavili prijavljivati porast broja sati koje provode u neplaćenom radu u domaćinstvu i u Fazi 2. Kod žena je bila veća vjerovatnoća nego kod muškaraca da odgovore da je došlo do povećanja broja sati koje provode u neplaćenom radu u domaćinstvu (50% u odnosu na 35% muškaraca) i brizi o djeci (28% u odnosu na 23% muškaraca) (UN Women, 2021).

4.1.4. Nedostatak potrebnih znanja, vještina i informacija

Uloga obrazovnog sistema u svakoj zemlji je veoma važna i utječe na razvijanje sposobnosti sticanja znanja, istraživanje i obezbjeđenje zdravijeg i sretnijeg života svakog pojedinca. Zbog toga je neophodno osigurati jednake mogućnosti za kvalitetno obrazovanje na svim nivoima bez obzira na spol, rasu, nacionalnost, socijalno, kulturno porijeklo, vjeroispovijest, opšti porodični status i psihofizičke osobine (Čolo, 2020). Obrazovanje omogućuje da se svaki pojedinac gradi kao ličnost, stiče potrebne vještine za obavljanje određenog posla i daje svoj doprinos razvoju ekonomije.

Za BiH možemo reći da „pati“ od nedostatka vještina. Unatoč visokoj stopi nezaposlenosti, često možemo čuti da se poduzeća „žale“ da je pronalaženje kvalificiranih zaposlenika njihov ključni problem. Izvještaj Evropske investicijske banke upućuje na tri važna problema u zemljama Zapadnog Balkana. Prvo, obrazovni sistem mora omogućiti mladim ljudima jače vještine u područjima koja su povezana s inovacijama. Drugo, mlade ljude s relevantnim vještinama treba uvjeriti da ostanu u BiH, a ne da odu u inostranstvo. Na kraju, pojava industrije finansiranja rizičnog kapitala također bi potaknula potencijalne poduzetnike, naoružane znanjem, da pokrenu svoje biznise (Hauser, P. *et al.*, 2016).

Dosadašnji pokušaji povezivanja obrazovnog sistema i tržišta rada su prošli bez značajnijih rezultata. Suština problema leži u obrazovnom sistemu, koji se ne prilagođava ili se minimalno prilagođava potrebama na tržištu rada. Umjesto da svoju upisnu politiku prilagođavaju tržištu rada, koje u našoj zemlji bilježi visoke stope nezaposlenosti i nedostatak kadrova, obrazovne institucije u BiH istu sprovode u skladu sa svojim resursima i interesima studenata. Upravo zbog toga se na tržištu rada bilježi deficit određenih kadrova, dok u drugim djelatnostima konstantno raste broj osoba školovanih za to zanimanje, koje nisu u mogućnosti pronaći posao te se registruju kod Zavoda za zapošljavanje. Ukoliko te osobe ostanu nezaposlene duže vrijeme, problem se dodatno pogoršava jer se smatra da oni gube stečena znanja i vještine, zbog čega se smatraju nekvalifikovanim po proteku određenog perioda. Osamdesetih godina se dugotrajnom nezaposlenošću, tj. nezaposlenošću koja dovodi do gubitka znanja i vještina, smatrala ona između 10 i 12 godina, dok se danas istom smatra nezaposlenost u trajanju od 6 do 8 godina (Centar za politike i upravljanje, 2011). Ukoliko ovaj generalni problem

posmatramo sa aspekta ženskog poduzetništva, koje svakako ima krhku podršku u našoj zemlji, problem nedostatak znanja i vještina dodatno dobija na snazi, obzirom da nedostatak kompetencija dovodi do lošeg upravljanja poduzećem te smanjenja konkurentne sposobnosti i profitabilnosti.

Nadalje, važno je spomenuti i nedostatak znanja o poduzetništvu i uspješnom pokretanju poslovanja, što predstavlja veliki problem sa kojim se suočavaju poduzetnice. Proces registracije i vođenja poduzeća zahtijeva znanja iz različitih oblasti, sa kojima se žene često nisu imale priliku susretati ranije. Ipak, u BiH postoje brojne organizacije, koje organizuju kurseve i obuke iz različitih oblasti za poduzetnike, a neki od njih su i besplatni. To daje mogućnost poduzetnicama da stalno rade na svojoj edukaciji, dopunjavanju stečenih znanja, ali i sticanju novih znanja koja će ih ohrabriti za ulazak u poduzetničke vode.

4.1.5. Rodni stereotipi

Odgovor na pitanje zašto žene još uvijek nisu ravnopravne s muškarcima unatoč brojnim zakonima o ravnopravnosti spolova, dobrim dijelom leži u onome što nazivamo kulturom i običajima. Percipiranje poduzetništva kao muškog fenomena potiče još iz davnih vremena i kao takvo je ugrađeno u društveno i kulturne stavove i norme. Tradicionalne uloge i norme sprječavaju žene da iskoriste svoj puni poduzetnički potencijal, ograničavaju ih na tzv. „ženska“ zanimanja i sektore te mogu ograničiti pristup važnim resursima kao što su ljudski i finansijski kapital. Situacija je još teža u manje razvijenim zemljama svijeta, gdje se vođenje poduzeća smatra isključivo muškom obavezom. Čak i u razvijenim zemljama, gdje žene uživaju formalnu ravnopravnost, ovi kulturni stereotipi nisu sasvim iskorijenjeni.

Istraživanje Gender Stereotypes and their Impact on Women Entrepreneurs (2021) detaljno analizira odgovore na anketu provedenu tokom jula i avgusta 2021. godine, kojoj su pristupile 221 poduzetnice iz 42 zemlje s niskim i srednjim dohotkom. U nastavku je pregled nekih do ključnih rezultata istraživanja:

1) Rodni stereotipi su prisutni od ranog djetinjstva, oblikuju stavove žena prema poduzetništvu i mogu imati trajan utjecaj na njihove težnje, samopouzdanje i ponašanje.

- Poduzetnice su izjavile da su rodne stereotipe u djetinjstvu najčešće prenosili članovi porodice (75%), mediji (49%), učitelji i nastavno osoblje u obrazovnim institucijama (48%), a potom prijatelji i vjerske vođe ili predstavnici vjerske zajednice.
- Najčešći rodni stereotipi s kojima su se žene susretale u djetinjstvu povezani su s podjelom kućanskog posla (čak 41% žena), potom osobinama ličnosti (npr. izjava da žene i djevojčice nisu hrabre, 17%), stereotipima koji se odnose na vodstvo i donošenje odluka kod kuće i šire (npr. da su muškarci bolji vođe od žena, 11%) te stereotipima

koji se odnose na izbor zanimanja i obrazovanja (npr. da djevojčice ne bi trebale biti jednako obrazovane kao dječaci ili da bi muškarci trebali biti vojnici ili doktori, 9%).

- Društveno odobravanje ili neodobravanje različitih karijera od strane članova porodice, učitelja, prijatelja i drugih, igralo je ulogu u odabiru karijere mnogih žena (56%).
- Većina ispitanica (70%) izjavila je da su poznavale neku ženu poduzetnicu u djetinjstvu, što sugerira da uzori imaju snažan utjecaj na ponašanje i stavove u životu.
- Rodni stereotipi kojima su bile izložene u djetinjstvu učinili su da su se neke ispitanice osjećale kao da ne bi same mogle voditi posao (35%), dok je 29% ispitanica izjavilo da smatraju da je poduzetništvo preteško ili neprikladno za ženu.

2) *Iskustva u vezi rodnih stereotipa su raznolika.*

- Čak 96% ispitanica je izjavilo da je iskusile ili čule neke rodne stereotipe u životu, od čega 44% ispitanica je izjavilo da se sa istim često susretale.
- Gotovo polovica (49%) ispitanica izjavila je da su im članovi porodice ili prijatelji rekli da se više usredotoče na porodicu ili djecu.
- Polovica ispitanica se ne slaže sa tvrdnjom da žene i muškarci imaju jednake mogućnosti kao poduzetnici u njihovoj zemlji (49%).
- Više od polovice ispitanica smatra da su institucije relevantne za poduzetnike pristrasne prema muškarcima (55%), dok 22% ispitanica to ne smatra.

3) *Značajan je utjecaj rodnih stereotipa na prava i mogućnosti poduzetnica.*

- Većina (70%) ispitanica je rekla da su rodni stereotipi negativno utjecali na njihov poduzetnički rad. Šest od deset (61%) ispitanica je reklo da vjeruje da rodni stereotipi utječu na njihov poslovni rast i koliko su ozbiljno shvaćene kao vlasnice poduzeća (63%).
- Polovica ispitanica vjeruje da rodni stereotipi utječu na to koliko su sigurne u budućnost svog poslovanja (53%) i profitabilnost poslovanja (49%).
- Gotovo četvrtina (23%) poduzetnica iskusila je rodne stereotipe dok su pokušavale doći do izvora finansiranja za svoje poslovanje.

4) *Poticanje žena da pokrenu, održe ili razviju svoje poslovanje zahtijeva poduzetnički sistem koji pruža veću podršku i povećava vidljivost uspješnih poduzetnica.*

- Većina žena izjavila je da bi ih poduzetnički sistem s većom podrškom potaknuo da pokrenu vlastiti posao (72%), zajedno s viđenjem uspješnijih poduzetnica predstavljenih u oglasima i TV-u ili na društvenim medijima (68%).
- Tri od pet (58%) ispitanica je izjavilo da bi ih više žena na vodećim pozicijama u vlastitoj zajednici ili zemlji dodatno potaknulo da pokrenu vlastiti posao.
- Gotovo polovica ispitanica je izjavila da bi ih veća podrška porodice ili prijatelja dodatno potaknula da pokrenu vlastiti posao (48%).

Navedeni rezultati pokazuju da izloženost rodnim stereotipima ima različite kratkoročne i dugoročne posljedice na živote mnogih poduzetnica, obzirom da utječu na način na koji ljudi vide i vrednuju sebe.

4.1.6. Usklađivanje privatnog i poslovnog života

Neplaćeni rad predstavlja jednu od kritičnih prepreka rodnoj ravnopravnosti i ekonomskom i društvenom osnaživanju žena. Obzirom da se ovaj rad kategorizuje kao netržišni, njegova vrijednost se ne uključuje u izračun BDP-a zemalja, smatrajući ga privatnom obavezom. Dok se poduzetništvo stereotipno smatra „muškim” poduhvatom, kućne i porodične obaveze se još uvijek smatraju primarno ženskim aktivnostima, što rezultira društvenim pritiscima da žene ne poduzimaju privredne aktivnosti koje bi ih mogle ometati u ostvarivanju njihovih primarnih dužnosti.

Procjenjuje se da je 606 miliona trenutno neaktivnih žena širom svijeta (41%) izvan tržišta rada zbog svojih neplaćenih obaveza (UNECE i UN Women, 2021). S druge strane, glavni razlozi ekonomske neaktivnosti za muškarce su obrazovanje, bolest i invalidnost. Istraživanja također pokazuju da žene obavljaju 76% ukupne količine neplaćenog rada, što u prosjeku iznosi tri puta više od muškaraca. U Istočnoj Evropi i Centralnoj Aziji žene u prosjeku obavljaju oko 4,5 sati dnevno neplaćenog rada u usporedbi s nešto više od dva sata za muškarce. Nadalje, 60% zaposlenih žena u EU je izjavilo da je doživjelo neku promjenu u zaposlenju kao rezultat brige o djeci, u usporedbi sa 17% zaposlenih muškaraca. Također, 18% zaposlenih žena izjavilo je da je moralo skraćivati radno vrijeme zbog porodičnih obaveza, dok je to slučaj sa samo 3% muškaraca (UNECE i UN Women, 2021). Regionalne studije zemalja Istočne Evrope i Centralne Azije pokazuju i da žene mnogo češće pomažu svojim partnerima u svakodnevnim aktivnostima, nego što muškarci pomažu svojim ženama. Također, na osnovu istraživanja možemo reći da u bogatijim zemljama opada količina vremena utrošenog na neplaćeni rad, uslijed pristupa poboljšanim tehnologijama i uređajima koji olakšavaju rad. Nasuprot tome, u siromašnim zemljama neplaćeni rad je daleko intenzivniji i oduzima više vremena. Važno je napomenuti i da se jaz između utrošenog vremena žena i muškaraca na neplaćeni rad smanjio za samo sedam minuta dnevno tokom posljednje tri decenije.

Kao što pokazuje Nacionalni izvještaj o humanom razvoju za 2020. godinu (2021), najviše jedna četvrtina djece u BiH uzrasta od 0 do 5 godina upisana je u jaslice ili vrtiće. Mjesta u javnim vrtićima su ograničena i ne mogu zadovoljiti potražnju, dok su privatne jaslice i vrtići za većinu roditelja finansijski nedostupni. Ovaj problem se dodatno pogoršao sa pandemijom COVID-19, obzirom da su roditelji tokom lockdown-a morali usklađivati svoje poslovne obaveze s brigom o djeci i njihovim školskim obavezama. Ankete pokazuju da je oko 60% žena izjavilo da su u ovom periodu potrošile više vremena na barem jednu aktivnost brige o

djeci i/ili starijim članovima porodice (UNECE i UN Women 2021). Globalna kriza izazvana COVID-19 još jednom je potvrdila da je smanjenje i vrednovanje neplaćenog rada ključno za dalje osnaživanje žena.

4.1.7. Nedostatak samopouzdanja i strah od neuspjeha

U prosjeku, nivo formalnog obrazovanja žena je sličan ili čak premašuje nivo obrazovanja kod muškaraca. Međutim, žene često imaju manje iskustva kada je u pitanju samozapošljavanje te manje prilika od muškaraca na rukovodećim pozicijama, što predstavlja prepreku sticanju potrebnog iskustva, koje se može koristiti u poduzetništvu. Čak i onda kada posjeduju potrebne vještine i znanje, žene nemaju samopouzdanje te se i dalje ne osjećaju spremnima za pokretanje poslovanja.

Generalno, strah je snažna emocija koja može spriječiti napredak prema ciljevima i time utjecati na inovativnost proizvoda, usluga i procesa. Strah od neuspjeha se ne doživljava samo u fazi pokretanja poslovanja, sprječavajući pojedince da djeluju u skladu sa svojom poduzetničkom namjerom, već i u kasnijim fazama kada se pojave izazovi koji bi mogli ugroziti cijeli poslovni poduhvat. Budući da je ovaj strah povezan s neizvjesnošću, isti se može posmatrati i kao oblik averzije prema gubitku te je stoga važan faktor koji ograničava poduzetničku aktivnost i utječe na odluku pojedinca da li će iskoristiti poslovnu priliku ili ne.

Istraživanja pokazuju da poduzetnice imaju manje samopouzdanja kada je u pitanju posjedovanje vještina, znanja i iskustva potrebnih za pokretanje poslovnog poduhvata, u odnosu na muškarce. Samo jedna trećina žena u EU u periodu od 2010. do 2014. godine je smatrala da ima dovoljno vještina, znanja i iskustva za pokretanje poslovanja. S druge strane, isto je potvrdila polovina ispitanih muškaraca. Također, u izvještaju se navodi da je 52% ispitanih žena navelo da ih strah od neuspjeha sprječava da pokrenu svoj vlastiti biznis, u odnosu na 42% muškaraca. (UN Women, 2016).

Iako nije jednostavno promijeniti stav pojedinaca prema ovoj barijeri, rješavanje drugih problema poput nedostatka vještina i znanja i pružanje mentorske podrške, može pomoći jačanju samopouzdanja, a potom i smanjenju straha od neuspjeha (DKolektiv, 2021). Iako su brojni razlozi zbog kojih se javlja strah od neuspjeha, jedan od glavnih faktora je i priroda poslovnog okruženja, na koju značajno mogu utjecati kreatori politika, donošenjem novih programa i politika i stvaranjem povoljnijih poslovnih okvira za poduzetnike.

4.1.8. Nedostatak programa podrške za osnaživanje poduzetnica

Često možemo čuti da poduzetnice posebno ističu potrebu jačeg umrežavanja žena u cilju razmjene stečenih znanja i iskustava, kao i potrebu za programima podrške državnih i lokalnih

organa vlasti te međunarodnih projekata i organizacija. Boljom podrškom ženskom poduzetništvu želi se raditi na obrazovanju i osposobljavanju žena, uspostavljanju partnerstava, poboljšanju pristupa žena finansijskim sredstvima te korištenju sredstava državnih i međunarodnih fondova.

Istraživanje WEbarometer 2021 pokazuje da ispitanice smatraju programe umrežavanja i programe mentorstva za dva najznačajnija tipa podrške ženskom poduzetništvu. Na osnovu istraživanja možemo reći da žene primarnom ističu potrebu za individualnom interakcijom i potporom, a ne potrebu za sticanjem znanja o pokretanju poduzeća. Također, treba napomenuti da povoljni uslovi kreditiranja nisu rangirani kao bitan tip podrške, unatoč tome što se pristup finansiranju redovno spominje kao značajna prepreka poduzetničkoj aktivnosti. Nadalje, ispitanice su ocjenjivale i različite oblike podrške vlade, a tri najbolje aktivnosti su: neplaćanje poreza na dohodak i PDV-a tokom prve godine poslovanja ili odgoda plaćanja za dvije godine, beskamatni zajmovi i direktna podrška poduzetnicama za rješavanje problema gubitka obrtnog kapitala (WEgate, 2021).

Vjeruje se da bi prethodno navedeni problemi povezani sa samopouzdanjem i strahom od neuspjeha mogli biti smanjeni upravo putem umrežavanja žena. Istraživanja pokazuju da 93% poduzetnica smatra da su poslovne mreže ključne za njihov profesionalni razvoj (Evropska komisija, 2018). Također, istraživanje pokazuje da će poduzetnice koje su aktivno uključene u profesionalne mreže (27%) imati lakši pristup kapitalu nego one koje nisu (19%). Poticanjem umrežavanja žena koje dijele iste interese, nailaze na iste ili slične prepreke i međusobno se razumiju, moguće je ojačati samopouzdanje žena i dati priliku početnicama za učenje od onih iskusnijih koje im ujedno mogu biti i mentorice za daljnje razvijanje poslovanja.

4.2. Motivacioni faktori za žensko poduzetništvo

4.2.1. Motivacija i teorije motivacije

Riječ motivacija potiče od latinske riječi „movere“, što znači kretati se, a podrazumijeva sve ono što nas pokreće prema nekom cilju. Motivacija se, prema Petzu (2005.), može definirati kao stanje unutarnje pobuđenosti koja je rezultat određenih potreba, težnji ili poriva, a koje nas usmjerava na postizanje cilja, pri čemu organizam nije samo potaknut iznutra nego ga privlače i stvari i situacije izvana.

Iako su razvijene brojne teorije motivacije i njihove različite podjele, koje za cilj imaju objasniti zašto se pojedinac ponaša na određeni način, većina autora ih svrstava u dvije grupe (Hadžiahmetović, Softić i Kulović, 2008):

- 1) **Teorije sadržaja** se fokusiraju na unutrašnje faktore, koji usmjeravaju ljudsko ponašanje. Dakle, prema ovim teorijama pojedinac djeluje i kreće se prema zadovoljavanju individualnih potreba, koje kada nisu ispunjene stvaraju napetost zbog koje pojedinac želi pronaći načine kako iste smanjiti ili zadovoljiti. Neke od glavnih teorija sadržaja su: Maslowova teorija hijerarhije potreba, ERG teorija, Herzbergova teorija dva faktora i McClelland teorija.
- 2) **Procesne teorije** motivacije ocrtavaju različite obrasce ponašanja pojedinaca u ispunjavanju njihovih potreba i zahtjeva. Ove teorije objašnjavaju kako potrebe, nagoni i podražaji nisu dovoljni podsticaji za motivaciju, te da je potrebno uključiti i faktore poput vrijednosti, percepcije, očekivanja i sl. Glavne teorije procesa motivacije su: teorija pravednosti, teorija očekivanja, teorija postavljanja ciljeva i teorija pojačanja.

Maslowova teorija hijerarhije potreba polazi od specifičnih potreba i ciljeva pojedinaca, koji se stalno razvijaju i mijenjaju, a čije zadovoljavanje predstavlja osnovu za ravnotežu i opstanak ljudskog organizma. Ova teorija svrstava sve ljudske potrebe u pet nivoa (fiziološke potrebe, potrebe za sigurnošću, potrebe za ljubavlju i pripadanjem, potrebe za poštovanjem i potrebe za samoaktuelizacijom ličnosti) pri čemu je pojavljivanje neke potrebe obično uvjetovano prethodnim zadovoljavanjem neke druge, važnije potrebe.

Teorija ERG modela je nastala daljnjom analizom Maslowovog modela i temelji se na sljedeća tri nivoa potreba: egzistencijalne potrebe (fiziološke i potrebe za sigurnošću), potrebe za povezanošću (socijalne potrebe, za ljubavlju i pripadanjem) i potrebe rasta (potrebe za samoaktuelizacijom ličnosti) (Jovanović i Božilović, 2017).

Herzbergova teorija dva faktora je jedna od najpopularnijih teorija motivacije, koja definiše da zadovoljstvo ili nezadovoljstvo ljudi na poslu izazivaju dvije grupe faktora. Higijenski faktori uzrokuju nezadovoljstvo i obuhvataju faktore poput vrste radnih zadataka, uslove rada, međuljudske odnose, zaradu, sigurnost posla i politiku organizacije, dok motivacijski faktori utječu na zadovoljstvo i obuhvataju dokazivanje, priznanje, ugled, odgovornost i napredovanje (Jovanović i Božilović, 2017). Higijenski faktori mogu dovesti do osjećaja nezadovoljstva, dok njihovo rješavanje uklanja nezadovoljstvo, ali ne dovodi do zadovoljstva zaposlenika. S druge strane, postojanje motivacijskih faktora će doprinijeti da zaposlenici budu zadovoljni i motivirani, a njihova odsutnost će dovesti do smanjene motivacije, ali ne i do nezadovoljstva.

McClellandova teorija ističe da kod motivisanih ljudi postoje tri osnovna nagona, koja nisu podjednako prisutna kod svih ljudi: potreba dokazivanja, potreba moći i potreba druženja ili bliskog odnosa s drugima (Jovanović i Božilović, 2017). Ova teorija ističe ljudsku težnju za uspjehom, koja je rezultat djelovanja dva faktora, a to su želja za uspjehom i potreba da se izbjegne neuspjeh.

Teorija pravednosti Sticy Adamsa ističe ulogu vjerovanja pojedinca u pravednost i korektnost nagrade ili kazne u određivanju njegovog zadovoljstva (Jovanović i Božilović, 2017). Zaposlenici žele fer tretman, pa tretiranje kolega na drugačiji način od strane nadređenih dovodi do nelagode i nezadovoljstva zaposlenih, a u konačnici i do smanjenja njihove aktivnosti ili promjene posla.

Teorija očekivanja Victora Vruma ističe da pojedinci vrše odabir ponašanja procjenjujući efekat i značaj svakog oblika ponašanja na sebe. Model očekivanja se sastoji od tri povezane komponente: valencije, očekivanja i instrumentalnosti (Jovanović i Božilović, 2017), što znači da će zaposlenik biti više motiviran ukoliko će izvedba uistinu dovesti do cilja (instrumentalnost), ukoliko taj cilj za njega ima vrijednost (valencija) i ukoliko vjeruje da će se taj cilj vjerojatno i ostvariti (očekivanje).

Teorija postavljanja ciljeva u svojoj osnovi ima činjenicu da ljudi svoje ponašanje oblikuju tako da njime postignu neki cilj. Svaki zaposlenik ima postavljene određene ciljeve i zadatke koje treba ostvariti, a isti trebaju biti jasni i oblikovani tako da djeluju motivirajuće na zaposlenike. Osnovna ideja ovog modela jeste da cilj služi kao izazov i motivator jer ljudi porede svoje performanse s onim potrebnim da se ostvari cilj (Jovanović i Božilović, 2017).

Teorija pojačanja, odnosno teorija F. Skinnera, ističe kako posljedice prethodnog ponašanja zaposlenika mogu utjecati na njihovo ponašanje u budućnosti. Suština ove teorije leži u činjenici da će zaposlenici ponavljati aktivnosti koje dovode do nagrada, čime će iste preći u navike, dok će izbjegavati ponašanje koje ima negativne posljedice (Jovanović i Božilović, 2017).

Zasnovano na teorijama motivacije faktori motivacije se mogu podijeliti na intrinzične i ekstrinzične. Ekstrinzični faktori usmjereni su na podsticaje iz okruženja i ostvarivanje određenog rezultata i nagrada (npr. potreba za novcem i materijalne nagrade). S druge strane, intrinzični faktori nastaju zbog zadovoljavanja unutrašnjih potreba i želja pojedinca, kako bi se ostvarila želja za pripadanjem određenoj socijalnoj grupi, osjećaj odgovornosti, samoostvarenja i samopoštovanja (Čeko i Vrbanac, 2020).

Nadalje, kada govorimo o poduzetničkoj motivaciji, važno je pomenuti push i pull teoriju. Push faktori obuhvataju negativne pritiske iz okoline, kao što je nezadovoljstvo na poslu, nemogućnost zaposlenja, niske plaće i nedovoljan dohodak. S druge strane, pull faktori potiču pojedince na pokretanje poslovanja zbog ličnog ispunjenja, samostalnosti, nezavisnosti i sl. Da li će preovladati push ili pull faktori zavisi od ekonomskog okruženja i prosperiteta jedne zemlje. Loša poslovna klima i okruženje smanjuju šanse za pronalazak posla gurajući ljude u poduzetništvo, čim zapravo dolazi do preovladavanja push faktora.

4.2.2. Motivacioni faktori za pokretanje biznisa: Šta istraživanja pokazuju?

Nakon obrazloženja faktora i teorija motivacije, treba se svakako osvrnuti i na dostupna istraživanja i članke, koja govore na temu motivacionih faktora za pokretanje vlastitog poslovnog poduhvata. Generalno, poduzetnici koji uočavaju poslovnu priliku su tzv. Schumpeterovi poduzetnici, vođeni inovacijama i motivirani poticajima iz okruženja te vlastitim sposobnostima (Martinović i Veselinović, 2018). Za ove poduzetnike se vjeruje da imaju pozitivan utjecaj na inovativnost, koja svakako predstavlja važan faktor ekonomskog rasta i razvoja jedne zemlje. Za razliku od njih, poduzetnici iz nužde su oni koji su u natjerani da se bave poduzetništvom, jer drugi izbor nisu imali. U našoj zemlji, žene nažalost pokreću vlastiti biznis više iz nužde nego prilike, a kao najčešći razlog javljaju se dugoročna nezaposlenost ili potraga za poslom nakon porodiljnog odsustva, što dokazuje i GEM istraživanje za 2017/2018. godinu.

GEM istraživanje za 2001. godinu, u kojem je učestvovalo 29 zemalja, pokazalo je da je 6,5% poduzetnika započelo biznis u cilju iskorištavanja jedinstvenih tržišnih prilika, dok je 2,5% poduzetnika pokrenulo poslovanje iz nužde. Generalno, možemo reći da zemlje u razvoju bilježe više stope poduzetništva iz nužde (GEM, 2001). Godinama kasnije, u GEM istraživanju za 2017/2018. godinu tri četvrtine ispitanika izjavilo je da je uočena poslovna prilika bila njihov glavni pokretački motiv. Nadalje, istraživanje pokazuje da su tokom 2016. i 2017. godine žene češće pokretale posao iz nužde u usporedbi s muškarcima u svim regijama, osim u Sjevernoj Americi (GEM, 2001).

Studija o izazovima koji sprječavaju razvoj MSP-a u Bosni i Hercegovini otkriva da je ključna motivacija za pokretanje posla među našim poduzetnicima bila potreba za novčanom zaradom (56% ispitanika), a često je ista bila potaknuta nezaposlenošću (47% ispitanika). Izgraditi finansijsku nezavisnost je bio jedan od ključnih motiva za 42% ispitanika. Isti procenat osoba je naveo korištenje vještina kao glavni faktor motivacije, dok je dugoročnu finansijsku stabilnost porodice navelo 29% ispitanika (British Council i Swedish Institute, 2018).

Važan faktor motivacije za poduzetnice jeste i nezadovoljstvo rada u velikim kompanijama. Stereotipi o muškarcima i zapošljavanju povezani su sa rodnom neravnopravnošću i diskriminacijom žena, od faze zapošljavanja, razlika u plaćama i mogućnostima za napredovanje i unapređenje. Žene se tokom svoje karijere suočavaju sa ograničenjima u njihovom napredovanju, tzv. staklenim stropom (eng. glass ceiling) koji predstavlja imaginarnu granicu napredovanja žena u radnoj organizaciji te oblik diskriminacije žena na radnome mjestu, onemogućavajući im napredovanje prema njihovim kvalifikacijama, zbog društvene ukorijenjenosti vodećih i dobro plaćenih poslova kao rezervisanih za muškarce (Jurčević i Kvartuč, 2021, str. 213). Svjesni da žene mogu imati poteškoća prilikom usklađivanja privatnog i poslovnog života, povećane troškove zbog porodiljnog odsustva i

nespremnosti na prekovremeni rad, poslodavci se teže odlučuju dati priliku ženama u procesu zapošljavanja, ali i daljeg napredovanja.

Gotovo svuda u svijetu, prosječne plate žena su niže od prosječnih plata muškaraca. Portal Paylab.com je proveo istraživanje o razlikama između plata žena i muškaraca, u kojem je učestvovalo 13 zemalja, među kojima je i BiH. Rezultati istraživanja su zabrinjavajući, a između ostalog pokazuju da je svega 6% zaposlenih žena među najbolje plaćenim zaposlenicima, u odnosu na 13% muškaraca. Također, zabrinjava podatak da čak 15% zaposlenih žena u regiji radi za najnižu platu, u odnosu na 7% muškaraca (Plata.ba, bez dat.). Generalno, u evropskim zemljama, muškarci imaju 15-25% veće plate, a najveće razlike u platama zabilježene su u Poljskoj (32,6%), Slovačkoj (24,6%), Češkoj (23,7%) i Mađarskoj (22,1%). Manji jaz u plaćama može se naći na Balkanu, među kojima je i Hrvatska, sa polnim jazom u plaćama od 16,2%. Još manja razlika se javlja na sjeveru, pa je tako zarada finskih žena 12% niža od zarade njihovih muških kolega. Jednako kao i u ostatku Evrope, i u BiH su prosječne plaće muškaraca više od prosječnih plaća žena, a razlika iznosi 11,1% (MojPosao.ba, 2022). Prethodno navedene prepreke i diskriminacija sa kojom se suočavaju žene na radnom mjestu često motiviraju i ohrabruju žene da se odluče pokrenuti vlastiti biznis i preuzeti sudbinu u svoje ruke.

Dosadašnja istraživanja također pokazuju da je problem usklađivanja porodičnog i profesionalnog života jedna od najvažnijih prepreka sa kojima se suočavaju žene u poslovnom svijetu. Žene još uvijek obavljaju većinu kućanskih i porodičnih obaveza, zbog čega se mnoge od njih odlučuju na pokretanje vlastitog poslovnog poduhvata. Prema izvješću OECD-a iz 2019. godine 13,2% žena (u odnosu na 9,65% muškaraca) u EU, kao glavnu motivaciju za pokretanje vlastitog poduhvata vidi u fleksibilnom radnom vremenu (DKolektiv, 2021).

Global Entrepreneurship istraživanje koje je 2020. godine proveo Herbalife Nutrition u 15 zemalja, pokazuje da se sve više žena okreće poduzetništvu, a čak 45% žena je kao glavni razlog istaklo fleksibilno radno vrijeme. Među ostalim pokretačima ženskog poduzetništva navode se: mogućnost povećanja prihoda (54%), postati „sam svoj šef“ (52%), ostvarenje svojih snova (40%) i mogućnost provođenja više vremena sa svojom porodicom (36%) (Herbalife Nutrition, 2020). Pored navedenih motivacionih faktora, koji pružaju direktnu korist poduzetnici, čak 80% žena navodi da želi pokrenuti posao, kako bi postale uzor drugim djevojkama i ženama.

Motivacija za pokretanje poduzetništva može biti povezana i sa unutrašnjom strašću, željom za postignućem, neovisnošću te postizanjem društvenog statusa i prestiža. Ono što se bitno vezuje uz motivaciju jeste samopouzdanje. Obzirom da poduzetništvo zahtijeva odlučnost i preuzimanje rizika, žene koje imaju viši nivo samopouzdanja se one lakše odlučuju na pokretanje vlastitog poslovanja. Prema KPMG studiji Women Entrepreneurs: Passion,

Purpose and Perseverance, čak 83% ispitanih žena je navelo samopouzdanje kao jednu od tri najvažnije karakteristike koje uspješan poduzetnik mora posjedovati (KPMG, 2015).

4.3. Modeli podrške razvoju ženskog poduzetništva

Državna potpora ženskom poduzetništvu datira iz 1970-ih kao odgovor na sve veći broj žena koje su ulazile na tržište rada (European Commission i OECD, 2016). Od tada su politike i programi za potporu ženskom poduzetništvu postali uobičajeni kako u razvijenim tako i u zemljama u razvoju. Iako su ove mjere uveliko pomogle ženama da prevladaju prepreke prilikom pokretanja poduzeća, one se i dalje suočavaju sa brojnim barijerama, što zahtijeva nastavak javnog djelovanja, koje uključuje podizanje svijesti, obuku o poduzetništvu, bolji pristup finansiranju i poslovnim informacijama, snažnije mreže i podršku u usklađivanju poslovnog i privatnog života. Od indirektnih koristi udruženja koja okupljaju žene aktivne u poslovnom svijetu treba istaći da su se udruženja pokazala vrlo učinkovitim u povećanju samopouzdanja žena u poslovanju (Šestić i Ibrahimagić, 2015).

Mehanizam za ravnopravnost spolova u našoj zemlji je raspoređen na tri glavne institucije. Na državnoj razini, to je Agencija za ravnopravnost spolova BiH koja djeluje u okviru Ministarstva za ljudska prava i izbjeglice BiH i glavno je tijelo odgovorno za provedbu GAP-a u zemlji. Njegovo provođenje olakšavaju i institucije na nivou entiteta, a to su Gender centar FBiH i Gender centar Republike Srpske. Nadalje, postoje i Komisija za ravnopravnost spolova unutar zakonodavnih tijela svakog entiteta, Komisije/odbori za ravnopravnost spolova u kantonalnim skupštinama i vladama, Komisije za ravnopravnost spolova općinskih vijeća u više od 95% općina, a formirana je i Komisija za ravnopravnost spolova u Brčko Distriktu. Ovako složeno institucionalno uređenje rezultira značajnim prazninama i područjima preklapanja, što dovodi do postojanja paralelnih birokracija na različitim razinama.

Neke od mogućih aktivnosti, koje mogu doprinijeti uklanjanju barijera u pokretanju poduzetničkih poduhvata žena, uključuju (DKolektiv, 2021):

1. Promicati pozitivan stav prema ženskom poduzetništvu kroz uzore i ambasadore

Društveni stavovi i kulturološki pogledi još uvijek negativno utječu na samopouzdanje i želju žena za pokretanjem poslovanja. Kako bi se suprotstavili rodnim stereotipima o aktivnostima žena na tržištu rada, potrebno je kreirati politike koje bi doprinijele podizanju svijesti o potencijalu ženskog poduzetništva i povećanju motivacije žena za uspostavljanje i razvoj poslovanja. U tome ključnu ulogu mogu igrati uzori, koji kroz pozitivne prikaze i priče u medijima, utječu na poduzetničku sklonost pojedinca. U Evropskoj uniji postoji nekoliko poznatih primjera ovih programa, kao što je npr. Women's Entrepreneurship Ambassadors

Programme u Švedskoj i slične inicijative u Hrvatskoj, Irskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu (European Commission i OECD, 2016).

Također, pozitivan utjecaj mogu imati i programi nagrađivanja postignuća poduzetnica. Nagrade za poduzetništvo često su popraćene u medijima, što pomaže širenju pozitivne slike o poduzetnicama. Primjer ovakvih događaja u našoj zemlji u 2022. godini je dodjela “Nagrada za najbolje poduzetnice u BiH”, organizovana od strane Women in Adria Bosna i Hercegovina, kao i „Ladies In Awards“, događaj koji slavi najuspješnije žene u Bosni i Hercegovini.

2. Razvijanje poduzetničkih vještina kroz treninge i mentorstva

Samozapošljavanje zahtijeva širok skup vještina koje uključuju upravljanje rizikom i prepoznavanje prilika, kao i vještine poslovnog upravljanja. Generalno, žene će češće od muškaraca smatrati da ne posjeduju potrebne poduzetničke vještine, a istraživanja pokazuju i da one imaju manje prilika za sticanje iskustva na rukovodećim pozicijama. Javna politika može pomoći ženama da prevladaju ove prepreke usmjeravajući svoje politike na razvoj vještina koje bi podržale poslovni rast. Programi osposobljavanja za poduzetništvo obično imaju za cilj povećati poduzetnikovo znanje i iskustvo o pokretanju i vođenju poduzeća, kao i pružanje formalnih i neformalnih prilika za umrežavanje.

Poduzeća kojima upravljaju žene mogu se podržati i kroz programe poslovnog inkubatora i akceleratora, koji obično nude širok raspon alata i poticaja za rast, kao što su stručni razgovori, obuke, radionice, mogućnosti umrežavanja te podučavanje i savjetovanje o pitanjima kao što su, finansije, razvoj ljudskih resursa, vodstvo, razvoj proizvoda, marketing, tehnologija i ravnoteža između poslovnog i privatnog života. Dok broj namjenskih poslovnih inkubatora i akceleratora za žene raste, većina ih se nalazi u Sjedinjenim Američkim Državama, Kanadi i Australiji, dok se od zemalja EU najviše ističe Irska (European Commission i OECD, 2016).

Obzirom da poduzetnice obično imaju slabije i manje formalne mreže od svojih muških kolega, manje je vjerovatno da će one biti u interakciji s pojedincima koji kontroliraju ključne resurse. Također, žene su manje sklone pridruživanju poslovnim udruženjima, posebnim interesnim skupinama i drugim formalnim mrežama, zbog čega je važno da Vlade rade na širenju ženskih poduzetničkih mreža, odnosno okupljanju poduzetnica i razmjeni njihovih iskustava. Mentorstvo je ključni element u poboljšanju upravljačkih kapaciteta žena i rješavanju nedostataka u njihovom pristupu tržištima i mrežama. Mentorstvo potiče njihove veze sa poslovnom zajednicom i pomaže u širenju njihovih mreža, ali i pruža podršku i ohrabrenje tokom stvaranja i razvoja poslovanja.

U našoj zemlji postoje udruženja i programi koji nude priliku za poduzetničko osposobljavanje, ali nažalost njihov broj još uvijek nije na zavidnom nivou, a mnoge od ovih inicijativa su tek u začetku. Ovdje svakako vrijedi pomenuti projekte poput „Ženske mentorske mreže“, koji je osmišljen je sa ciljem osnaživanja mladih poslovnih žena i razvoja njihovih vještina, uz mentorsku podršku direktorica i vlasnica kompanija i uglednih poslovnih žena sa dugogodišnjim iskustvom. Također, Centar za edukaciju i istraživanje Nahla, čija je misija osnaživanje žena obrazovanjem i kreiranjem poticajnog okruženja za njihov razvoj i kompetentno učešće u društvenim procesima, često organizuje besplatne programe mentorske podrške sa ciljem poticanja žena na poduzetništvo i razvoja njihovih vještina. Udruženje poslovnih žena u BiH također pruža podršku razvoju poduzetništva žena kroz međusobno povezivanje poduzetnica, poslovnih žena, edukaciju i savjetovanje, a pokrenuli su i prvi bosanskohercegovački informativni portal poduzetna.ba, koji u fokusu ima poslovnu ženu. Nadalje, tu su organizacije poput Udruženja za edukaciju, kreativno poduzetništvo i afirmaciju Šefice, Udruženja za demokratiju, poduzetništvo i kulturu Poduzetnice IN, Udruženja Žene za Žene International, Udruženja Business Women of Bosnia and Herzegovina i drugih.

3. Olakšati pristup finansiranju

Pristup finansiranju je velika prepreka poduzetnicama. Postoji niz instrumenata javne politike koji se koriste u državama članicama EU za poboljšanje pristupa finansiranju poduzetnica, a jedan od najčešće korištenih instrumenata su bespovratna sredstva. Bespovratna sredstva za poduzetnice obično dolaze u dva oblika, ili male potpore (tj. obično ispod 10.000 EUR), kojima se namjerava pomoći ženama da pokrenu malo poduzeće ili velike potpore (otprilike 25.000 EUR) kojima se namjerava podržati razvoj poslovne ideje visokog potencijala (European Commission i OECD, 2016). Još jedan pristup koji se koristi za potporu poduzetnicama jesu mikrokrediti, koji imaju za cilj poboljšati finansijsku uključenost za skupine u nepovoljnom položaju.

Jedan od rastućih trendova u svijetu uključuje i ulaganja rizičnog kapitala. Rizični kapital je oblik ulaganja gdje specijalizirane kompanije rizičnog kapitala grade portfelje visokorizičnih ulaganja s nadom da će neka od ulaganja rezultirati značajnim isplata. Međutim, još uvijek je vrlo rijetko da novoosnovana poduzeća dobiju ulaganja putem rizičnog kapitala, a još rjeđe poduzetnice. Anđeosko investiranje (eng. Angel investment) je još jedan oblik ulaganja koji dolazi od imućnih pojedinaca, koji ulažu u poduzeća u njihovoj ranoj fazi u zamjenu za vlasnički udio. Najveći dio ovih ulaganja se odvija u SAD-u, dok u Evropi postoji mali broj ovih tipova mreža koje se fokusiraju na žene. Na primjer, Rising Tide Europe je grupa uspješnih poslovnih žena, koje ulažu u kompanije u vlasništvu žena u Evropi, u njihovoj ranoj fazi (UN Women, 2021).

EBRD, u saradnji sa Švedskom razvojnom agencijom, je početkom 2015. godini pokrenula program finansiranja i savjetovanja „Žene u biznisu na Zapadnom Balkanu“. U okviru novog

programa EBRD je stavio na raspolaganje 20 miliona EUR za plasiranje kredita malim i srednjim poduzećima na Zapadnom Balkanu, koje vode žene. Također, za privredna društva koja vode žene dostupno je i poslovno savjetovanje, sa ciljem da se poduzeticama omogući sveobuhvatan program podrške.

Mikrokreditna fondacija MI-BOSPO je od početka svog djelovanja u BiH prepoznala znatan broj žena koje nakon ratnih dejtava nisu željele da ovise o humanitarnoj ili socijalnoj pomoći, već da aktivno učestvuju u stvaranju prihoda svog domaćinstva i obezbjeđivanju boljeg materijalnog statusa. Tako je BOSPO počeo da plasira kredite, koji bi pomogli ženama da održe i razvijaju aktivnosti iz kojih povećavaju prihod u kući.

Nadalje, tu je i podrška državnih institucija kroz različite programe, poput podrške mladim poduzeticima povratnicima u razvoju početnih biznisa, koju je pokrenulo 2017. godine Federalno ministarstvo raseljenih osoba i izbjeglica. Općina Posušje već treću godinu zaredom objavljuje i realizira Javni poziv za podnošenje prijave za poticajne mjere poduzetništvu općine Posušje. Javnim pozivom prikupljaju se prijave za sufinansiranje troškova osnivanja i registracije poduzetnika početnika, potporu očuvanju tradicionalnih i starih obrta i djelatnosti, te potporu poduzeticama. Kroz navedene poticajne mjere u trogodišnjem razdoblju podržano je finansijskim bespovratnim sredstvima preko 102 korisnika, od čega čak 75% žena. Također, Federalni zavod za zapošljavanje je tokom 2022. godine objavio javni poziv za „Program samozapošljavanja Start Up 2022“, čija je namjera potaknuti najmanje 2.500 osoba sa evidencije nezaposlenih u FBiH na samozapošljavanje. Unutar ovog programa je i posebna poticajna mjera namijenjena isključivo ženama (Poduzetništvo za žene 2022).

4. Promicati ravnotežu između poslovnog i privatnog života te izmijeniti postojeće zakonske regulative

Kako bi podržali žensko poduzetništvo, kreatori politika trebaju prvo osigurati da okruženje i porezna politika podržavaju sudjelovanje žena na tržištu rada. To uključuje uklanjanje ekonomskih, socijalnih i poreznih destimulacija za rad te formiranje odgovarajućih institucija za brigu o djeci te starim i nemoćnim licima.

Radi modernizacije postojećeg pravnog okvira u EU, donesena je Direktiva o ravnoteži između poslovnog i privatnog života roditelja i pružatelja skrbi („Službeni list EU“, broj: L 188/79), kojom su se nastojala očuvati postojeća i dodati nova, poboljšana prava i za žene i za muškarce. Ova pravila utvrđuju minimalne standarde za očinski, roditeljski i skrbnički dopust te uspostavljaju dodatna prava, kao što je pravo traženja fleksibilnog radnog vremena i mjesta. Navedene mjere su važan alat za potporu sudjelovanju žena na tržištu rada i rušenje stereotipa o tome ko mora preuzeti brigu o djecu. Na primjer, Island i Norveška uspostavili su obvezne očinske dopuste, dok je u Švedskoj dio roditeljskog dopusta rezerviran za oca i ako ga on odluči ne uzeti, gubi se.

Što se tiče zakonske regulative u našoj zemlji, porodiljni dopust isključivo pripada majci u trajanju od 42 dana nakon poroda u FBiH, odnosno 60 dana u Republici Srpskoj. U ovom periodu očevi mogu koristiti porodiljno odsustvo i naknadu samo u slučaju smrti majke, ukoliko majka napusti dijete ili ako iz drugih opravdanih razloga ne može koristiti porodiljno odsustvo. Nakon tog razdoblja, porodiljni dopust i naknada se može prenijeti na oca djeteta, ako se roditelji tako dogovore. Ipak, zbog stereotipa koji vladaju u našem društvu muškarci i dalje rijetko koriste pravo na roditeljski dopust, iako im je to zakonski omogućeno. Nadalje, ovi propisi nisu usklađeni na entitetskom nivou, kao ni na nivou kantona, što rezultira nejednakim porodiljskim naknadama u različitim dijelovima iste države.

Sarajevski otvoreni centar je tokom 2022. godine objavio istraživanje pod nazivom „Otac na porodiljskom odsustvu“, čiji je cilj bio utvrditi da li očevi koriste porodiljsko odsustvo i u kojoj mjeri, te da li postoji prostor za unapređenje zakona kojima se uređuje ova oblast. Za period od 2016. do kraja 2021. godine podaci pokazuju sljedeće (Hasanbegović i Dizdar, 2022):

- U FBiH je naknadu za vrijeme korištenja porodiljskog odsustva ostvarilo ukupno 28.838 osoba, od čega 105 očeva ili tek 0,36%.
- U RS je doneseno 22.449 rješenja od kojih se 231 odnosi na očeve.
- U Brčko Distriktu je navedenu naknadu ostvarilo 1819 osoba, od čega tek 2 muškarca ili 0,11%.
- Broj očeva koji koriste porodiljsko odsustvo se povećava iz godine u godinu pa su 2016. godine 22 muškarca koristila ovo pravo, dok je 2020. taj broj porastao na 63.

Drugi dio istraživanja je proveden anketiranjem 500 očeva koji su bili u radnom odnosu u momentu rođenja djeteta. Rezultati istraživanja su pokazali sljedeće (Hasanbegović i Dizdar, 2022):

- Na pitanje *Da li ste upoznati sa zakonskim mogućnostima korištenja prava na porodiljsko odsustvo za očeve*, 41,6% očeva je odgovorilo da jesu upoznati s ovim mogućnostima, dok je malo više od polovine (57,8%) očeva reklo da nisu upoznati.
- Na pitanje *Ko je koristio porodiljsko odsustvo nakon rođenja djeteta*, u 53,6% slučajeva supruga/ partnerica je koristila ovo pravo, dok je u samo 1,8% slučajeva otac koristio porodiljsko odsustvo.
- Na pitanje *Zašto niste koristili porodiljsko odsustvo*, 49,7% očeva nije znalo da mogu koristiti ovo pravo, 44,8% očeva je odgovorilo da je razlog taj što su oni zaposleni, a supruge nisu, 13,1% zbog ekonomske isplativosti, 11,2% smatra da im nije potrebno jer su žene te koje brinu o djeci, 6,3% zbog toga što smatraju da to niko ne radi, 3,4% zato što im poslodavac nije odobrio korištenje ovog prava, 3,2% očeva navodi druge

razloge, 1,1% nije mogao da naizmjenično sa suprugom koristi porodiljsko odsustvo, dok 0,4% tvrdi da je razlog otežana administrativna procedura.

- Na pitanje *Da ste znali da imate zakonsko pravo na porodiljsko odsustvo, da li biste ga koristili*, 73,4% očeva je reklo da bi, 11,2% da ne bi, a 15,5% očeva ne zna/ne želi odgovoriti.
- Na pitanje *Na koji način je korištenje porodiljskog odsustva uticalo na Vašu karijeru, odnosno napredak na poslu*, 7,7% je odgovorilo da je to imalo pozitivan uticaj na njihovu karijeru, a 92,3% je odgovorilo da nije imalo nikakvog uticaja na njihovu karijeru.

U cilju stvaranja okruženja u kojem će očevi biti podstaknuti da koriste porodiljsko odsustvo, u zaključku istraživanja dati su i sljedeći prijedlozi:

Slika 5 Prijedlozi za podsticanje očeva na korištenje porodiljskog dopusta



Uvesti **pojam očinskog odsustva** koje podrazumijeva pravo na korištenje najmanje 10 plaćenih radnih dana odsustva u slučaju rođenja djeteta, u skladu sa Direktivom EU, te **pojam roditeljskog odsustva** koje podrazumijeva da su dva od minimalno četiri mjeseca roditeljskog odsustva neprenosiva na drugog roditelja.



Izmijeniti zakone o radu tako da bude zabranjeno dovođenje u nepovoljniji položaj očeva koji koriste porodiljsko odsustvo, te da bude moguće da očevi koriste porodiljsko odsustvo bez obzira na to da li je majka djeteta u radnom odnosu. Zabraniti prekovremeni i noćni rad i za očeve, te omogućiti i očevima korištenje odsustva u slučaju rođenja mrtvog djeteta.



Zakonom **zagarantovati pravo na roditeljsku naknadu svim očevima** i uskladiti zakone o socijalnoj zaštiti na nivou kantona.



Obvezati poslodavce da **upoznaju radnike sa njihovim pravima**.



Izraditi **odgovarajuća proceduralna pravila i smjernice** za institucije/ustanove nadležne za odlučivanje o dodjeljivanju porodiljskih naknada, te izmijeniti obrasce koje očevi podnose nadležnim ustanovama tako da budu primjenjivi na oba spola.



Nadležne institucije trebaju sprovesti medijsku kampanju za **promociju korištenja porodiljskog odsustva među očevima**.

Izvor: Hasanbegović i Dizdar (2022)

5. Poboljšati dostupnost ustanova predškolskog odgoja i obrazovanja

Dostupnost i kvalitet ustanova predškolskog odgoja i obrazovanja (POO) donosi brojne koristi, među kojima su poboljšanje vještina djece, veće mogućnosti za zaposlenje roditelja, a naročito žena, povećanje produktivnosti i kvaliteta života radnika, zadovoljstvo karijerom, rast ekonomije i sl. Roditelji kojima nisu dostupne ustanove POO moraju svoje vrijeme posvećivati neplaćenju brizi za djecu, zbog čega su manje aktivni na tržištu rada, što u konačnici negativno utječe na nivo zaposlenosti i ekonomiju općenito. Istraživanja pokazuju da bi smanjenje troškova za usluge brige o djeci od 50% dovelo do povećanja radne snage za 6,5% do 10% (European Commission i OECD, 2016).

Nadalje, podaci pokazuju da sve veći broj poslodavaca prepoznaje koristi od „family-friendly“ pristupa, kao što su smanjenje odlaska radne snage i izostajanja s posla, zadovoljstvo i lojalnost radnika, poboljšanje reputacije kompanije kao kompanije koja njeguje porodične vrijednosti, te povećava produktivnost i profit. Ove mjere uključuju poticaje poput vrtića na radnom mjestu, nadoknade troškova za brigu o djeci, podršku dojenju i plaćeno porodiljsko odsustvo.

Prema Izvještaju Evropske Komisije za BiH stopa upisa djece predškolskog uzrasta iznosi 17,2%, dok je ista u susjednoj Srbiji i Hrvatskoj značajno viša i iznosi preko 60%. Naša zemlja je također daleko ispod cilja EU iz strategije „Europe 2020“ od 95% djece u dobi od 4 do 6 godina. Iako su kapaciteti institucija POO značajno povećani u prethodnim godinama, oni i dalje ne mogu odgovoriti na rast potražnje za uslugama ovih ustanova. Tako je u školskoj godini 2019/2020. 4.316 djece ostalo na listi čekanja za upis, u poređenju sa 1.418 djece u 2010/2011. godini. Ovaj nedostatak kapaciteta je posebno izražen u većim gradovima poput Sarajeva, Banja Luke i Mostara, dok je u ruralnim područjima znatno manja potražnja za uslugama ovih ustanova. Uzimajući u obzir da jedan vrtić prosječno upisuje 78,4 djeteta, da bi se sva djeca sa liste čekanja upisala u institucije POO, potrebno je otvoriti novih 55 ustanova (Muhović, Abaspahić i Dragnić, 2021). Također, treba napomenuti i da ne postoji adekvatna niti ujednačena institucionalna podrška u različitim dijelovima naše zemlje. U većem dijelu BiH, izuzev pojedinih općina i Kantona Sarajevo, se sufinansiranje upisa djece u vrtiće ne odnosi na porodice koje svoju djecu upišu u privatne predškolske ustanove, što se negativno odražava na povećanje kapaciteta institucija POO i ukupne stope upisa djece.

Ipak, anketa Centra za politike i upravljanje, koja je provedena na uzorku od 207 majki koje imaju djecu do 6 godina starosti, pokazuje da bi se čak 92% nezaposlenih majki bilo voljno zaposliti kada bi imale finansijske mogućnosti za upis djece u institucije POO. Kako bi se poboljšala dostupnost institucija POO u našoj zemlji, navode se sljedeće moguće mjere (Muhović, Abaspahić i Dragnić, 2021):

- **Povećanje kapaciteta javnih ustanova**

Iako ova mjera ne predviđa izmjene zakonskog okvira, uzimajući u obzir veliki broj ustanova koje je potrebno izgraditi javnim sredstvima, ograničenost budžeta, i nedostatak koordinacije, sprovođenje ove mjere može biti komplikovano i teško izvodivo.

- **Subvencioniranje dijela troškova**

Ova mjera podrazumijeva da se svim roditeljima omogući sufinansiranje upisa djece u predškolske ustanove, bez obzira da li se radi o privatnim ili javnim ustanovama POO. Implementacija ove mjere ne zahtijeva promjene zakonskog okvira, međutim, može iziskivati značajne napore na harmonizaciji propisa, kako bi se osigurao jednak tretman svih građana.

- **Poreske olakšice**

Ovo rješenje podrazumijeva oslobađanje od doprinosa i poreza dijela dohotka koji se odnosi na mjesečne troškove roditelja na institucije POO, kao što je vrtić (npr. neoporezivanje dohotka do 350 KM mjesečno), što bi značilo da poslodavac preuzima finansijski teret brige o djeci svojih zaposlenih. U tom slučaju, državna subvencija bi se mogla preusmjeriti na druge porodice kojima je potrebna pomoć. Ipak, ova mjera podrazumijeva izmjene zakonskog okvira.

5. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U BOSNI I HERCEGOVINI – REZULTATI PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA

5.1. Model i metodologija istraživanja

Istraživanje na temu „Prepreka i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u BiH“ se temelji na odgovorima pripadnica ženske populacije u BiH na online anketu, koja je provedena putem Google Forms alata. Ispitanice su pozvane na učešće u istraživanju direktnim kontaktom putem email-a i LinkedIn-a, a anketa je također podijeljena i putem zajednice lonac.pro. Kako bi se osigurala ravnomjerna geografska zastupljenost, kontaktirane su žene iz različitih dijelova BiH. Na samom početku upitnika se nalazi izjava o anonimnosti i povjerljivosti podataka, te je naglašeno da će se dobiveni rezultati istraživanja koristiti isključivo u svrhe izrade magistarskog rada. U istraživanju su učestvovala 123 žene, a odgovori su prikupljeni tokom dva mjeseca, u periodu od maja do jula 2023. godine.

Upitnik se sastoji od pet grupa pitanja. U prvoj grupi pitanja se identifikuju opće karakteristike ispitanica, kao što su rodna pripadnost, starosna dob ispitanice, stepen obrazovanja, bračni status i radni status. Druga grupa pitanja odnosi se na motivacione faktore za ulazak žena u biznis. U trećoj grupi ispitanice su dale stavove o barijerama sa kojima se susreću pri pokretanju ili proširenju poslovnog poduhvata. Četvrta grupa pitanja ispituje stavove žena o

različitim tipovima podrške ženskom poduzetništvu, dok su u petoj grupi pitanja žene ocjenjivale tvrdnje vezane za različite aspekte pokretanja ili unapređivanja vlastitog biznisa. Cijeli upitnik se nalazi u prilogu ovog rada.

Što se tiče ograničenja istraživanja, primijećen je nizak odziv žena na poziv za učestvovanje u istraživanju. Od ukupnog broja direktno kontaktiranih žena (352 žene), prikupljeno je svega 123 odgovora, što čini 34,94% odabranog uzorka.

5.2. Rezultati istraživanja

Kao što je već navedeno, u istraživanju su učestvovala 123 žene, od čega je najveći broj ispitanica (39%) starosne dobi od 30 do 39 godina. Nadalje, 26,8% ispitanica pripada starosnoj dobi od 40 do 49 godina, dok 24,4% odgovora dolazi od žena starosne dobi od 18 do 29 godina. Ostalih 9,8% odgovora dale su žene starije od 50 godina.

Većina ispitanica (52,8%) je izjavila da je završila dodiplomski studij, dok je 38,2% ispitanica završilo postdiplomske studije. Samo 6,5% ispitanica ima srednju stručnu spremu, dok je 2,4% žena izjavilo da je pohađalo višu školu. Nisu zabilježeni odgovori žena sa završenim samo osnovnim obrazovanjem.

Što se tiče bračnog statusa ispitanica, 55,3% žena je izjavilo da su u bračnoj zajednici, dok 26,8% žena nema partnera. Ostali zabilježeni odgovori su: razvedena (10,6%), u vezi (3,3%), u vanbračnoj zajednici (3,3%) i uskoro udata (0,8%).

Od 123 anketirane žene, čak 52,8% je izjavilo da nema djece. Dvoje djece ima 21,1% ispitanica, jedno dijete 17,1%, troje i više djece 8,1%, a zabilježen je odgovor i jedne trudnice (0,8%).

Od ukupnog broja prikupljenih odgovora, 52,8% istih dolazi od vlasnica i suvlasnica biznisa, dok je 37,4% žena zaposleno na puno radno vrijeme. Zabilježeno je 4,9% odgovora nezaposlenih žena koje traže posao, 4,1% odgovora žena koje ostvaruju prihode povremeno/honorarno, te jedan odgovor (0,8%) žene koja je nezaposlena i ne traži posao.

U nastavku je dat prikaz rezultata istraživanja u vezi završenog stepena stručne spreme roditelja i bračnog partnera ispitanica. Obzirom da ova pitanja nisu bila označena kao obavezna, ispitanice su imale mogućnost preskočiti ista ukoliko nisu željele ili mogle dati svoj odgovor.

Tabela 3 Završeni stepen stručne spreme roditelja i bračnog partnera ispitanica

	Ukupan broj odgovora	Osnovna škola	Srednja škola	Viša škola	Fakultet	Magistar/doktor nauka
Majka	121	7,4%	56,2%	9,9%	22,3%	4,1%
Otac	123	3,3%	51,2%	15,4%	26,8%	3,3%
Bračni partner	94	-	21,3%	6,4%	46,8%	25,5%

Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

U tabeli ispod su predstavljeni rezultati druge grupe pitanja, koja se odnosi na motivacione faktore za ulazak žena u poduzetništvo.

Tabela 4 Rezultati istraživanja: Motivacioni faktori važni za odluku o pokretanju ili proširenju vlastitog biznisa

Tvrđnja	Nimalo važno	Nije važno	Niti važno, niti nevažno	Donekle važno	Izuzetno važno
Rješavanje pitanja nezaposlenosti	6,5%	4,1%	25,2%	10,6%	53,7%
Nedovoljan dohodak u porodici	4,9%	8,1%	23,6%	22,0%	41,5%
Stresno i negativno radno okruženje	1,6%	5,7%	13,0%	25,2%	54,5%
Potreba za fleksibilnim radnim vremenom zbog usklađivanja višestrukih ženskih uloga	0,8%	4,9%	18,7%	18,7%	56,9%
Dobra poslovna ideja - Iskoristiti identifikovane prilike na tržištu	0,0%	0,8%	7,3%	21,1%	70,7%
Društveni status i prestiž	19,5%	24,4%	32,5%	13,0%	10,6%
Potreba za nezavisnošću i kontrolom vlastite sudbine	0,8%	0,0%	10,6%	21,1%	67,5%
Potreba za samoostvarenjem i ličnim razvojem	0,0%	1,6%	4,1%	19,5%	74,8%
Porodična tradicija	24,4%	19,5%	27,6%	17,1%	11,4%
Pozitivan stav i ohrabivanje bliskog okruženja (partner, porodica)	4,1%	6,5%	17,1%	23,6%	48,8%

Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Naredna tabela daje prikaz rezultata trećeg dijela istraživanja, koji se odnosi na stavove ispitanica o barijerama sa kojima se susreću pri pokretanju ili proširenju poslovnog poduhvata.

Tabela 5 Rezultati istraživanja: Prepreke važne za odluku o pokretanju ili razvoju sopstvenog biznisa

Tvrđnja	Nimalo važno	Nije važno	Niti važno, niti nevažno	Donekle važno	Izuzetno važno
Nedostatak vlastitog novca (ušteđevine) za otpočinjanje poslovanja	4,9%	8,1%	19,5%	29,3%	38,2%
Nezainteresovanost finansijskih institucija za kreditiranje ženskih poslovnih poduhvata	6,5%	4,9%	27,6%	21,1%	39,8%
Nepovoljni uslovi kreditiranja (visoke kamatne stope, zahtjevi za kolateralom...)	7,3%	2,4%	19,5%	18,7%	52,0%
Komplikovane procedure i visoki troškovi osnivanja poduzeća	5,7%	11,4%	17,1%	22,8%	43,1%
Loša poslovna klima (velika konkurencija, neuređeno tržište, nepovoljna ekonomska situacija, krize, niska kupovna moć...)	0,8%	8,9%	24,4%	23,6%	42,3%
Nedostatak odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija	6,5%	7,3%	20,3%	26,8%	39,0%
Nerazvijena pravna regulativa i pravna nesigurnost	2,4%	7,3%	18,7%	25,2%	46,3%
Porezna opterećenja i česte promjene zakonske regulative	0,8%	6,5%	14,6%	14,6%	63,4%
Izražena korupcija	3,3%	11,4%	11,4%	18,7%	55,3%
Nedostatak kvalitetne poslovne ideje	5,7%	7,3%	22,8%	25,2%	39,0%
Neadekvatan pristup potrebnim informacijama	2,4%	6,5%	26,8%	25,2%	39,0%
Nedovoljno razvijena mreža mentorstva i savjetovanja	4,1%	6,5%	28,5%	29,3%	31,7%
Nedostatak poslovnog iskustva i menadžerskog rada	4,1%	8,1%	22,0%	35,0%	30,9%
Nedostatak samopouzdanja	3,3%	6,5%	18,7%	20,3%	51,2%
Strah od neuspjeha	4,1%	4,9%	20,3%	23,6%	47,2%

Poteškoće pri usklađivanju privatnog i poslovnog života	3,3%	4,9%	29,3%	31,7%	30,9%
Poteškoće u zbrinjavanju djece, te starih i bolesnih članova porodice (nedostatak adekvatnih institucija i programa za brigu i pružanje podrške)	4,9%	7,3%	29,3%	19,5%	39,0%
Stereotipi o tradicionalnoj ulozi žene u društvu	18,7%	11,4%	18,7%	17,9%	33,3%

Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

U narednoj tabeli je dat prikaz rezultata istraživanja u vezi stavova žena o različitim tipovima podrške ženskom poduzetništvu.

Tabela 6 Rezultati istraživanja: Najvažnije mjere podrške ženskom poduzetništvu

Tvrdnja	Nimalo važno	Nije važno	Niti važno, niti nevažno	Donekle važno	Izuzetno važno
Bolji pristup finansiranju i povoljniji uslovi kreditiranja	4,1%	1,6%	16,3%	22,8%	55,3%
Direktna finansijska pomoć (donacije, subvencije...)	0,8%	3,3%	13,8%	21,1%	61,0%
Povoljnija i ujednačena zakonska regulativa koja se često ne mijenja	1,6%	1,6%	16,3%	28,5%	52,0%
Pojednostavljenje procedura i snižavanje troškova osnivanja poslovne djelatnosti	0,8%	3,3%	7,3%	21,1%	67,5%
Poreske olakšice, niže poreske stope i druga davanja	1,6%	0,8%	8,1%	14,6%	74,8%
Informiranje i pomoć države u internacionalizaciji poslovanja	1,6%	2,4%	13,8%	23,6%	58,5%
Pomoć pri umrežavanju i povezivanju sa poslovnim partnerima (dobavljačima, kupcima...)	0,8%	1,6%	12,2%	27,6%	57,7%
Besplatno / povoljno poslovno obrazovanje i stručno savjetovanje	2,4%	3,3%	13,8%	26,0%	54,5%
Aktivno učešće i pomoć porodice u kućanskim obavezama	1,6%	2,4%	22,8%	28,5%	44,7%
Aktivno učešće i pomoć porodice u aktivnostima vezanim za odgoj i brigu o djeci ili drugim članovima	1,6%	2,4%	17,9%	26,8%	51,2%

porodice					
Finansijska podrška od strane članova porodice prilikom pokretanja i razvoja biznisa	6,5%	22,0%	25,2%	21,1%	25,2%
Emotivna i moralna podrška od strane članova porodice pri pokretanju i razvoju sopstvenog biznisa	0,8%	0,8%	12,2%	23,6%	62,6%

Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Tabela ispod pokazuje kako su ispitanice ocijenile tvrdnje vezane za različite aspekte pokretanja ili unapređivanja vlastitog biznisa.

Tabela 7 Rezultati istraživanja: Različite tvrdnje o pokretanju i proširenju vlastitog biznisa

Tvrdnja	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem, niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Nije primjenjivo
Nisam razmišljala o pokretanju ili proširenju vlastitog biznisa i ne planiram isto.	59,3%	21,1%	9,8%	4,9%	4,9%	-
Namjeravam u bliskoj budućnosti pokrenuti vlastiti biznis ili proširiti postojeći ili sam već započela raditi na navedenom.	4,1%	5,7%	13,0%	27,6%	49,6%	-
Razmišljala sam o pokretanju/proširenju vlastitog biznisa, ali mi nedostaje kvalitetna poslovna ideja.	30,9%	26,0%	23,6%	14,6%	4,9%	-
Razmišljala sam o pokretanju vlastitog biznisa ili proširenju postojećeg, ali nemam dovoljno finansijskih sredstava.	13,0%	18,7%	21,1%	35,8%	11,4%	-
Već sam pokušala započeti/proširiti vlastiti biznis, ali nije bilo uspješno.	28,5%	33,3%	11,4%	5,7%	0,8%	20,3%

Trenutno sam vlasnica sopstvenog biznisa čijim rezultatima poslovanja sam zadovoljna.	9,8%	4,9%	14,6%	29,3%	24,4%	17,1%
Trenutno sam vlasnica sopstvenog biznisa čijim rezultatima poslovanja nisam zadovoljna.	31,7%	27,6%	13,8%	4,1%	2,4%	20,3%
Smatram da bih se puno lakše upustila u pokretanje ili proširenje biznisa kada bi bila povoljnija poslovna klima u BiH (uslovi finansiranja, olakšice za poduzetnike i podsticaji/investicije za biznise).	3,3%	5,7%	22,0%	43,1%	26,0%	-
Smatram da mi je / da bi mi pokretanje vlastitog poslovanja omogućilo da brže napredujem i osiguram veću zaradu nego što bih to mogla ostvariti na plaćenom poslu.	0,0%	3,3%	24,4%	41,5%	30,9%	-
Najviše bi mi značila finansijska podrška (državna davanja, donacije, subvencije) za početak ili proširenje biznisa.	1,6%	4,9%	23,6%	46,3%	23,6%	-
Poduzetnice od starta dobivaju jednaku podršku okruženja kao i muškarci.	12,2%	35,0%	35,0%	11,4%	6,5%	-
U mojoj organizaciji ženama je pružena jednaka mogućnost napredovanja na više menadžerske pozicije kao i muškarcima.	5,7%	20,3%	13,0%	18,7%	28,5%	13,8%
Žene ne primaju istu plaću kao i muškarci za isti posao.	7,3%	13,0%	25,2%	32,5%	22,0%	-
Pokrenula bih / proširila bih sopstveni biznis kada bih imala podršku u znanju i vođenju poslovanja (mentora).	6,5%	17,1%	39,0%	26,8%	10,6%	-

Smatram da trenutno ne posjedujem dovoljno životnog i profesionalnog iskustva da pokrenem / proširim sopstveni biznis.	25,2%	38,2%	13,8%	14,6%	8,1%	-
Pokrenula bih ili proširila sopstveni biznis, ali imam strah da ne bih bila uspješna i da nemam dovoljno stručnih sposobnosti.	26,8%	35,0%	24,4%	11,4%	2,4%	-
Pokrenula bih ili proširila vlastiti biznis, ali nemam podršku porodice.	47,2%	30,9%	17,9%	4,1%	0,0%	-
Pokrenula bih ili proširila vlastiti biznis, ali se bojim da bih zapostavila porodicu i brak.	45,5%	28,5%	19,5%	6,5%	0,0%	-
Poduzetnice mogu istovremeno uspješno voditi posao i brinuti se o porodici.	1,6%	2,4%	11,4%	39,8%	44,7%	-
Osjećam da je moja porodica nije zapostavljena zbog obaveza vezanih za biznis koji posjedujem.	2,4%	7,3%	13,0%	26,8%	30,1%	20,3%

Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

5.3. Diskusija rezultata istraživanja

U nastavku rada slijedi analiza rezultata istraživanja te razmatranje opravdanosti postavljenih hipoteza.

H1: Žene u Bosni i Hercegovini su u niskom procentu spremne pokrenuti vlastiti biznis ili proširiti postojeći, a razlozi za to su najčešće finansijske prirode.

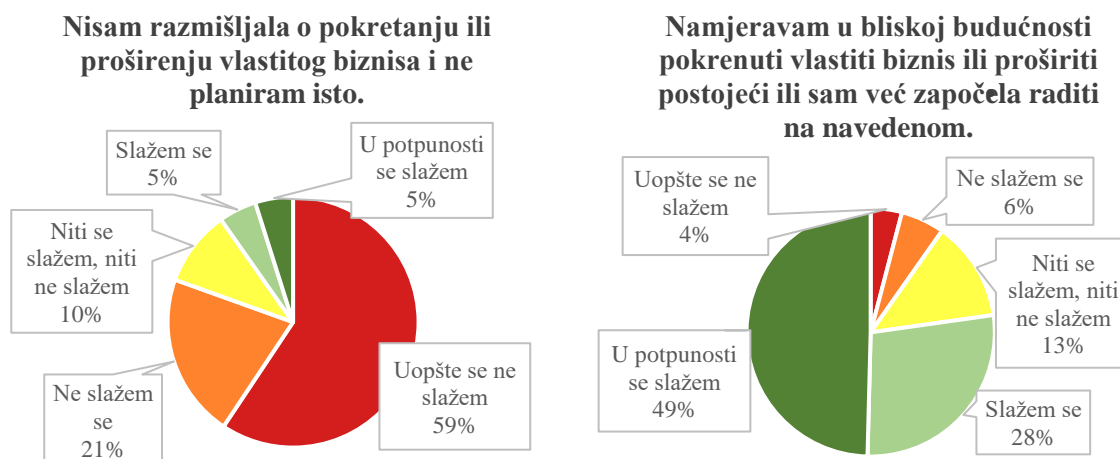
Da bismo došli do zaključaka vezanih za spremnost žena da pokrenu vlastiti biznis ili prošire postojeći, analizirat ćemo odgovore ispitanica na različite tvrdnje koje se odnose na njihove poduzetničke namjere.

Naime, rezultati istraživanja pokazuju da 9,76% ispitanica nije razmišljalo o tome da pokrene ili proširi vlastiti biznis, a isti broj ispitanica je imao i neutralan stav „Niti se slažem niti ne slažem“. S druge strane, većina žena koje su učestvovala u istraživanju (80,49%) je razmišljala

o pokretanju ili proširenju svog poduzetničkog poduhvata. Zanimljivo je istaći i da su poduzetnice pokazale izraženije namjere i ambicije za proširenje svog biznisa pa je tako 90,77% poduzetnica istaklo da razmišlja o istom, u odnosu na 68,97% ostalih ispitanica koje su iskazale volju za ulazak u poduzetničke vode.

Nadalje, 77,24% ispitanica je odgovorilo da namjerava u bliskoj budućnosti pokrenuti vlastiti biznis ili proširiti postojeći ili su već započele raditi na navedenom. Isto je potvrdilo 93,85% poduzetnica i 58,62% ostalih ispitanica, što ponovo potvrđuje izraženije poduzetničke namjere žena koje su već ušle u poduzetničke vode. Od ukupnog broja ispitanica, 13,01% je odgovorilo sa „Niti se slažem niti ne slažem“, dok je 9,76% ispitanica odgovorilo da ne planira poduzetničke aktivnosti u bliskoj budućnosti.

Slika 6 Namjere ispitanica o pokretanju vlastitog biznisa ili proširenju postojećeg u bliskoj budućnosti



Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Na osnovu prethodno navedenih rezultata istraživanja, koji pokazuju da većina ispitanica razmišlja i namjerava pokrenuti vlastiti biznis ili proširiti postojeći ili su već započele raditi na istom, možemo odbaciti prvi dio postavljene hipoteze koji govori da ove poduzetničke namjere ima tek mali procenat žena u BiH.

Kada govorimo o razlozima, odnosno barijerama koje „odvlače“ žene od pokretanja ili proširenja vlastitog biznisa, u analizi narednih hipoteza vidjet ćemo da se najznačajnije prepreke odnose na ekonomsko-pravno okruženje naše zemlje (porezna opterećenja, česte promjene zakonske regulative, izražena korupcija, nerazvijena pravna regulativa i pravna nesigurnost), a tek potom dolaze finansijske prepreke (nepovoljni uslovi kreditiranja i nedostatak vlastitog novca za otpočinjanje poslovanja).

Također, značajno je uporediti i stavove ispitanica o različitim tvrdnjama vezanim za ulazak u poduzetništvo ili proširenje postojećeg biznisa:

- 69,11% ispitanica je istaklo da bi se puno lakše upustilo u pokretanje ili proširenje biznisa kada bi bila povoljnija poslovna klima u BiH, što potvrđuje da je najznačajnija prepreka vezana za okruženje u kojem žene posluju.
- 47,15% ispitanica je razmišljalo o pokretanju vlastitog biznisa ili proširenju postojećeg, ali nema dovoljno finansijskih sredstava. Ovi odgovori također potvrđuju prethodno navedene rezultate istraživanja, koji pozicioniraju finansijske faktore tek nakon prepreka koje se odnose na ekonomsko-pravno okruženje.
- 37,40% ispitanica bi pokrenulo ili proširilo sopstveni biznis kada bi imale podršku u znanju i vođenju poslovanja (mentora).
- 22,76% ispitanica smatra značajnom barijerom i to što trenutno ne posjeduje dovoljno iskustva. Također, 13,82% ispitanica je odgovorilo da bi pokrenulo sopstveni biznis, ali imaju strah da ne bi bile uspješne i da nemaju dovoljno stručnih sposobnosti.
- Nedostatak kvalitetne poslovne ideje je problem za 19,51% ispitanica.
- 6,5% ispitanica bi pokrenulo ili proširilo vlastiti biznis, ali se boje da bi zapostavile porodicu i brak, dok bi se 4,07% ispitanica odlučilo na isti korak, ali nemaju podršku porodice.

Prethodno navedeni rezultati pokazuju da su finansijski faktori svakako važni prilikom donošenja odluke o pokretanju ili proširenju vlastitog poslovanja, ali da se na prvom mjestu ipak nalaze faktori koji se odnose na ekonomsko-pravno okruženje naše zemlje. Shodno navedenom, odbacujemo i drugi dio postavljene hipoteze.

H1A: Žene u Bosni i Hercegovini pokreću sopstveni biznis najčešće iz razloga samozapošljavanja i povećanja niskog dohotka, odnosno kako bi osigurale bolji životni standard svojoj porodici.

U cilju prihvatanja ili odbacivanja navedene pomoćne hipoteze, potrebno je da uzmemo u obzir odgovore ispitanica vezane za motivacione faktore važne za pokretanje vlastitog biznisa.

Analizom rezultata istraživanja možemo reći da je najjači motivacioni faktor za ulazak žena u poduzetništvo potreba za samoostvarenjem i ličnim razvojem, koji 94,31% ispitanica smatra važnim (19,51% donekle važno i 74,80% izuzetno važno). Dobra poslovna ideja, odnosno namjera da se iskoriste identifikovane prilike na tržištu je drugi po važnosti motivacioni faktor, što je u suprotnosti sa ustaljenim mišljenjem da u našoj zemlji žene ulaze u poduzetništvo iz nužde, a ne uočenih poslovnih prilika i želje. Rezultati pokazuju da je ovaj faktor označilo važnim 91,87%, od čega je 21,14% donekle važno i 70,73% izuzetno važno. Ovakvi rezultati su ohrabrujući, obzirom da poslovne poduhvate iz nužde karakteriše kraći životni vijek i loša

osmišljenost, dok poduzetnici iz prilika imaju veće šanse za uspjeh, rjeđe napuštaju poslovne aktivnosti te u konačnici pozitivno utječu na rast nacionalne ekonomije.

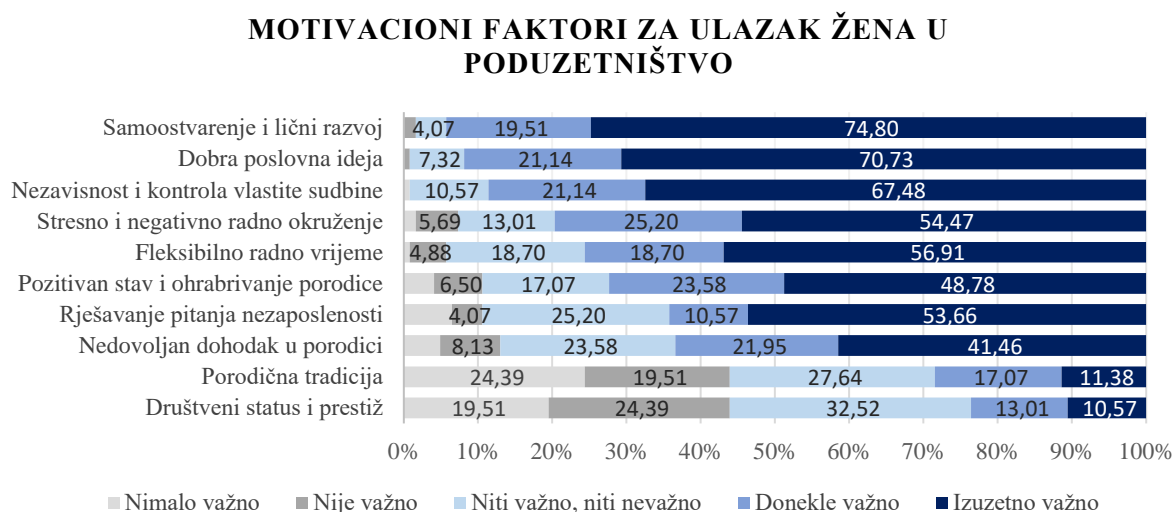
Potreba za nezavisnošću i kontrolom vlastite sudbine je na trećem mjestu, koje važnim smatra ukupno 88,62% ispitanica (21,14% donekle važno i 67,48% izuzetno važno). Zanimljivo je da stres na poslu drži četvrto mjesto na listi najznačajnijih faktora motivacije žena za ulazak u poduzetništvo, što nam ukazuje na negativno okruženje u kojem su žene često zaposlene kod drugih poslodavaca. Stres na poslu je rezultat nezadovoljstva poslovnim uvjetima kao što su niska primanja, veliki obim posla, loši međuljudski odnosi, neslaganje s nadređenima, a ovakve situacije upravo mogu biti okidač za odluku o pokretanju vlastitog poslovanja. Rezultati vezani za ovaj faktor pokazuju da 79,67% ispitanica smatra stres na poslu važnim podsticajem, od čega je 25,20% odgovora donekle važno, a 54,47% izuzetno važno.

Na petom mjestu po važnosti našla se potreba za fleksibilnim radnim vremenom zbog usklađivanja višestrukih ženskih uloga, koju je označilo važnom 75,61% žena koje su učestvovala u istraživanju (18,70% donekle važno i 56,91% izuzetno važno). Pozitivan stav i ohrabrivanje bliskog okruženja kao što su partner i porodica pozicioniran je na šesto mjesto, koji smatra važnim 72,36% ispitanica (23,58% donekle važno i 48,78% izuzetno važno).

Iako se očekivalo da će istraživanje pokazati da žene uglavnom ulaze u poduzetništvo iz nužde, odnosno kada ostanu bez posla i kada im je ugrožena egzistencija, rezultati pokazuju da su faktori poput nezaposlenosti i nedovoljnog dohotka smješteni pri dnu ljestvice. Ipak, ne treba zanemariti da i ove faktore smatra važnim većina žena i da isti svakako igraju značajnu ulogu prilikom donošenja odluke o ulasku u poduzetništvo. Naime, rješavanje pitanja nezaposlenosti je 64,23% ispitanica označilo važnim faktorom (10,57% donekle važno i 53,66% izuzetno važno), dok je nedovoljan dohodak u porodici pozicioniran na osmo mjesto, sa rezultatom od 63,41% (21,95% donekle važno i 41,46% izuzetno važno).

Na posljednja dva mjesta nalaze se faktori za koje možemo reći da su „slabi“ motivatori za ulazak žena u poduzetništvo, a to su održavanje porodične tradicije, koji je bitan faktor za 28,46% ispitanica, a nevažan za 43,90% ispitanica. Ostalih 27,64% je ovaj faktor označilo ocjenom 3 – niti važno, niti nevažno. Na posljednjem mjestu je potreba za ostvarenjem društvenog statusa i prestiža, koji važnim smatra 23,58% ispitanica, a nevažnim 43,90%.

Slika 7 Grafički prikaz rezultata istraživanja o motivacionim faktorima za ulazak žena u poduzetništvo



Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Na osnovu prethodno navedenih rezultata istraživanja, možemo reći da su potreba za zapošljavanjem i povećanjem dohotka značajni faktori za većinu ispitanica, odnosno za preko 60% istih. Ipak, ovi faktori ne spadaju u najjače motivatore, odnosno nisu najčešći razlog za ulazak žena u poduzetništvo. Shodno tome, ova pomoćna hipoteza se odbacuje.

H1B: Pored finansijskih prepreka, druga značajna prepreka pri pokretanju ženskog poduzetništva i razvoju postojećeg biznisa, jeste nemogućnost uspješnog usklađivanja privatnog i poslovnog života, te strah da se time uloga žene u porodici zapostavlja zbog uloge žene u poslovnom svijetu.

Prethodno smo mogli vidjeti koji su to najznačajniji motivacioni faktori za ulazak žena u poduzetništvo, dok će u nastavku biti analizirane prepreke za pokretanje vlastitog biznisa.

Naime, kao najznačajnija barijera za pokretanje poslovnih poduhvata žena istakla su se porezna opterećenja i česte promjene zakonske regulative, koje je 78,05% ispitanica označilo donekle važnom ili izuzetno važnom preprekom. Na drugom mjestu je izražena korupcija, koju važnom prepreko smatra 73,98% žena koje su učestvovala u istraživanju. Na trećem mjestu po važnosti su nerazvijena pravna regulativa i pravna nesigurnost te nedostatak samopouzdanja. Ove prepreke su donekle ili izuzetno važne za 71,54% ispitanica.

Nepovoljni uslovi kreditiranja i strah od neuspjeha su četvrta najznačajnija prepreka za ulazak žena u poduzetništvo, koja važnim smatra 70,73% ispitanica. Sljedeća bitna prepreka je nedostatak vlastitog novca za otpočinjanje poslovanja, koju je istaklo 67,48% žena. Prema

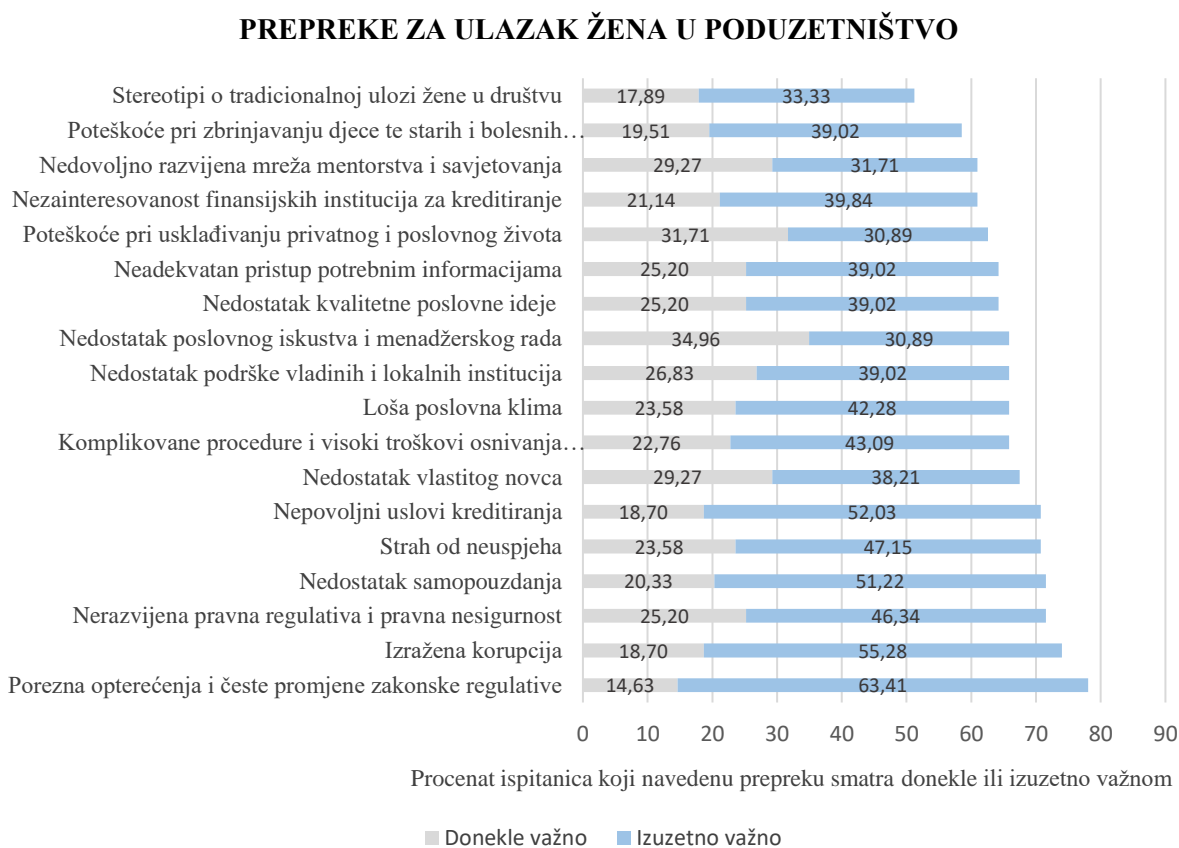
navedenim rezultatima istraživanja možemo zaključiti da se najznačajnije prepreke odnose na ekonomsko-pravno okruženje naše zemlje, a ne na finansijske prepreke, koje predstavljaju drugu najznačajniju skupinu prepreka za ulazak žena u poduzetništvo. Shodno tome, odbacujemo i prvi dio postavljene pomoćne hipoteze, koja kao najvažniju prepreku ženskom poduzetništvu ističe finansijske faktore.

Nadalje, 65,85% ispitanica je označilo sljedeće barijere važnima: komplikovane procedure i visoki troškovi osnivanja poduzeća, loša poslovna klima (velika konkurencija, neuređeno tržište, nepovoljna ekonomska situacija, krize, niska kupovna moć...), nedostatak odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija te nedostatak poslovnog iskustva i menadžerskog rada. Dakle, vidimo da ponovo preovladavaju faktori okruženja, kada govorimo o preprekama za žensko poduzetništvo.

Među sljedećim najvažnijim preprekama su nedostatak kvalitetne poslovne ideje i neadekvatan pristup potrebnim informacijama, koje je važnim označilo 64,23% ispitanica. Tek na osmom mjestu se nalaze poteškoće pri usklađivanju privatnog i poslovnog života, koje su bitne za 62,6% žena koje su učestvovala u istraživanju. Nezainteresovanost finansijskih institucija za kreditiranje ženskih poslovnih poduhvata i nedovoljno razvijena mreža mentorstva i savjetovanja su sljedeće najvažnije prepreke (60,98%), a potom dolaze poteškoće pri zbrinjavanju djece te starih i bolesnih članova porodice, odnosno nedostatak adekvatnih institucija i programa za brigu i pružanje podrške (58,54%). Na posljednjem mjestu su stereotipi o tradicionalnoj ulozi žene u društvu, koje tek polovina ispitanica smatra donekle ili izuzetno važnom preprekom (51,22%).

Obzirom da se prepreke koje se odnose nemogućnost uspješnog usklađivanja privatnog i poslovnog života i ulogu žene u porodici nalaze na samom dnu liste najznačajnijih barijera za ulazak žena u poduzetništvo, možemo odbaciti i drugi dio navedene pomoćne hipoteze koja ističe da se ove barijere nalaze na drugom mjestu po važnosti.

Slika 8 Grafički prikaz rezultata istraživanja o preprekama za ulazak žena u poduzetništvo



Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

H2: Najčešći motiv za pokretanje poslovnih aktivnosti od strane žena u Bosni i Hercegovini su vezani za nužnost, a ne poslovnu priliku i realizaciju poslovne ideje.

Da bismo donijeli odluku o prihvatanju ili odbacivanju i odbacivanja navedene pomoćne hipoteze, potrebno je da uzmemo u obzir prethodno analizirane odgovore vezane za motivacione faktore važne za pokretanje vlastitog biznisa. Shodno tome, u nastavku su rangirani motivacioni faktori od najvažnijeg ka najmanje važnom, a prema stavovima žena koje su učestvovala u istraživanju.

Tabela 8 Rezultati istraživanja o motivacionim faktorima važnim za donošenje odluke o pokretanju ili proširenju vlastitog biznisa

Motivacioni faktor	Procenat ispitanica koji navedeni faktor smatraju značajnim
Potreba za samoostvarenjem i ličnim razvojem	94,31%

Dobra poslovna ideja – iskoristiti identifikovane prilike na tržištu	91,87%
Potreba za nezavisnošću i kontrolom vlastite sudbine	88,63%
Stresno i negativno radno okruženje	79,67%
Potreba za fleksibilnim radnim vremenom zbog usklađivanja višestrukih ženskih uloga	75,61%
Pozitivan stav i ohrabrivanje bliskog okruženja	72,36%
Rješavanje pitanja nezaposlenosti	64,23%
Nedovoljan dohodak u porodici	63,41%
Porodična tradicija	28,46%
Društveni status i prestiž	23,58%

Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Često možemo čuti za BiH, ali i druge zemlje u razvoju i tranzicijske države da se radi o „nepoduzetničkim“ zemljama te da je većina poduzetnika na ovim prostorima motivirana nevoljom da pokrene vlastiti biznis, obzirom da drugi izbor nisu imali. Upravo ova skupina poduzetnika se naziva poduzeticima iz nužde, a njihov jedini cilj je riješiti pitanje nezaposlenosti i nedovoljnog dohotka pa samim tim njihova poduzeća obično nisu naročito inovativna i nude postojeće, široko rasprostranjene proizvode i usluge. S druge strane, poduzeća koja se osnivaju zbog uočenih poslovnih prilika su inovativna, nude nove proizvode i usluge na tržištu, imaju ambiciozne ciljeve i dugoročne planove za rast i razvoj te samim tim pozitivno utječu na rast nacionalne ekonomije.

Iako se možda očekivalo da će i ovo istraživanje potvrditi da je u našoj zemlji najveći broj poduzetnika iz nužde, rezultati istraživanja su pokazali suprotno. Dobra poslovna ideja ja drugi najznačajniji motivacioni faktor za ulazak u žensko poduzetništvo, dok su se faktori poput rješavanja pitanja nezaposlenosti i nedovoljnog dohotka našli tek na sedmom i osmom mjestu. Shodno navedenom, odbacujemo prethodno postavljenu hipotezu, obzirom da je istraživanje pokazalo da najznačajniji motivi za pokretanje poslovnih aktivnosti od strane žena u BiH nisu vezani za nužnost.

H2A: Sa starosnim sazrijevanjem, mijenja se stav i samopouzdanje žene, te se radije i spremnije upuštaju u poslovne poduhvate i pokretanje biznisa u tridesetim i četrdesetim godinama, za razliku od žena u dvadesetim godinama.

Kako bismo donijeli zaključak o prihvatanju ili odbacivanju ove hipoteze, odgovore ispitanica smo podijelili u dvije grupe, odnosno, odgovore žena starosne dobi od 18-29 godina i odgovore onih starijih od 30 godina. Rezultati istraživanja pokazuju da nema značajnih razlika u stavovima ispitanica različite životne dobi u pogledu sljedećih barijera za pokretanje ili proširenje vlastitog biznisa:

- Nedostatak poslovnog iskustva i menadžerskog rada smatra važnom barijerom 66,67% ispitanica životne dobi od 18-29 godina, te 65,59% ispitanica starijih od 30 godina.
- Nedostatak samopouzdanja je značajna barijera za 73,33% ispitanica starosti od 18-29 godina i 70,97% ispitanica starijih od 30 godina.
- Strah od neuspjeha je ocijenilo važnom barijerom 70% ispitanica starosti od 18-29 godina, te 70,97% starijih od 30 godina.

Također, u istraživanju su ispitane i namjere žena o pokretanju ili proširenju biznisa, a rezultati pokazuju sljedeće:

- 20% žena dobi od 18-29 godina i 6,45% žena starijih od 30 godina nisu razmišljale o pokretanju ili proširenju vlastitog biznisa i ne planiraju isto.
- 53,33% žena starosti od 18-29 godina namjeravaju u bliskoj budućnosti pokrenuti vlastiti biznis ili proširiti postojeći ili su već započele raditi na navedenom. Ovu konstataciju je potvrdilo i 84,95% žena starijih od 30 godina.
- 23,33% ispitanica dobi od 18-29 godina i 63,44% ispitanica starijih od 30 godina je izjavilo da su trenutno vlasnice sopstvenog biznisa čijim rezultatima poslovanja su zadovoljne. S druge strane, 3,33% žena iz prve starosne skupine i 7,53% žena iz druge starosne skupine su izjavile da nisu zadovoljne rezultatima poslovanja svog biznisa, kojeg trenutno vode.
- 53,33% žena starosti od 18-29 godina smatra da trenutno ne posjeduje dovoljno životnog i profesionalnog iskustva da pokrenu / prošire sopstveni biznis. Isto je potvrdilo 12,9% ispitanica iz starije dobne skupine.
- 33,33% ispitanica dobi od 18-29 godina i 6,45% ispitanica sa navršениh 30 i više godina bi pokrenulo ili proširilo sopstveni biznis, ali imaju strah da ne bi bile uspješne i da nemaju dovoljno stručnih sposobnosti.

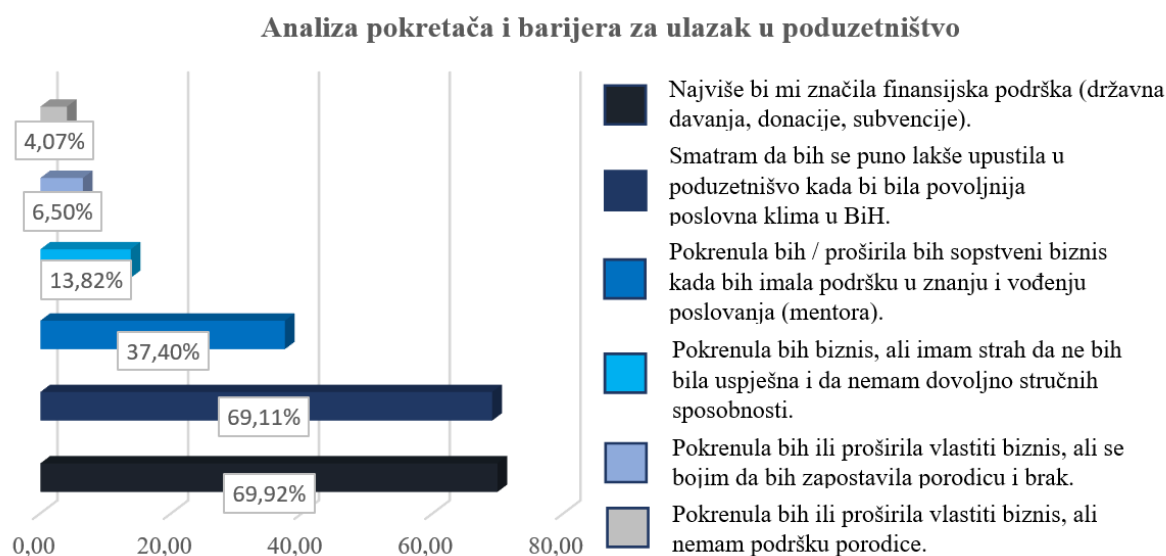
Na temelju prethodno navedenih rezultata istraživanja možemo zaključiti da žene iz obje starosne grupe smatraju podjednako važnim barijere vezane za nedostatak samopouzdanja i iskustva te strah od neuspjeha. Ipak, rezultati pokazuju i da su žene u tridesetim i četrdesetim godinama spremnije pokrenuti ili proširiti vlastiti biznis te da imaju manje straha i više samopouzdanja od žena u dvadesetim godinama, koje smatraju da ne posjeduju dovoljno životnog i profesionalnog iskustva za upuštanje u poduzetničke vode. Na temelju navedenog možemo smatrati ovu pomoćnu hipotezu dokazanom.

H3: Žene u Bosni i Hercegovini prepoznaju važnost podrške od strane porodice i okruženja prilikom pokretanja i vođenja poduzetničkih aktivnosti.

Generalno, možemo reći da žene u BiH prepoznaju važnost podrške od strane porodice i okruženja prilikom pokretanja i vođenja poduzetničkih aktivnosti, o čemu govore i rezultati provedenog istraživanja. Naime, 72,36% ispitanica je ovaj faktor ocijenilo važnim, a zanimljivo je pomenuti i da gotovo polovina žena koje su učestvovala u istraživanju ne smatraju da poduzetnice od starta dobivaju jednaku podršku okruženja kao i muškarci.

Grafik ispod pokazuje procenat ispitanica, koje su saglasne sa navedenim tvrdnjama u vezi njihovih namjera za pokretanje biznisa ili proširenje postojećeg. Analizirajući njihove odgovore kao najznačajniji motivacioni faktori ističe se finansijska podrška u obliku donacija i subvencija te povoljnija poslovna klima (uslovi finansiranja, olakšice za poduzetnike i podsticaji/ investicije za biznise). Također, možemo primijetiti i da svega 5 ispitanica ili 4,07% istih smatra ne dobija potrebnu podršku porodice.

Slika 9 Analiza pokretača i barijera za ulazak žena u poduzetništvo



Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Prethodno navedene rezultate potvrđuje i ocjenjivanje različitih prepreka od strane ispitanica, a koje se odnose na podršku okruženja i porodice. Tako je 65,85% ispitanica navelo kao značajnu prepreku nedostatak odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija, 62,60% žena poteškoće pri usklađivanju privatnog i poslovnog života, 58,54% poteškoće pri zbrinjavanju djece te starih i bolesnih članova porodice, a 51,22% ispitanica je navelo da značajnu ulogu igraju i rodni stereotipi.

U nastavku možemo vidjeti i kako su žene ocijenile različite tipove podrške koje dolaze od članova porodice i okruženja:

- Značajan vid podrške za 89,43% ispitanica su poreske olakšice, niže poreske stope i druga davanja, nakon čega dolaze i drugi poticaji iz okruženja poput pojednostavljenja procedura i snižavanja troškova osnivanja poslovne djelatnosti (88,62%).
- Na trećem mjestu je moralna i emotivna podrška od strane članova porodice, koju je istaklo 86,16% žena.
- Sljedeći značajan vid podrške je pomoć pri umrežavanju i povezivanju sa poslovnim partnerima sa procentom od 85,37%.
- Direktna finansijska pomoć (donacije, subvencije...), kao i informisanje i pomoć države u internacionalizaciji poslovanja dijele peto mjesto, sa procentom od 82,11%.
- Povoljnija i ujednačenija zakonska regulativa, kao i besplatno/povoljno poslovno obrazovanje i stručno usavršavanje su važni tipovi podrške za 80,49% ispitanica.
- Na sljedećem mjestu su bolji pristup finansiranju i povoljniji uslovi kreditiranja, kao i aktivno učešće i pomoć porodice u aktivnostima vezanim za odgoj i brigu o djeci i drugim članovima porodice, sa procentom od 78,05%.
- 73,17% ispitanica je označilo aktivno učešće i pomoć porodice u kućanskim obavezama kao važan tip podrške.
- Najmanje značajan vid podrške je finansijska podrška od strane članova porodice, koju smatra bitnim faktorom 46,34% žena.

Ovi rezultati nam jasno pokazuju da žene prepoznaju važnost podrške koja dolazi od strane članova porodice i okruženja i visoko je vrednuju pa možemo smatrati ovu hipotezu potvrđenom.

H3A: Stav, razumijevanje i podrška partnera i porodice u velikoj mjeri određuju odluku žene o pokretanju vlastitog poslovanja ili proširenju postojećeg, te u slučaju izostanka iste žene se uglavnom povlače iz biznisa.

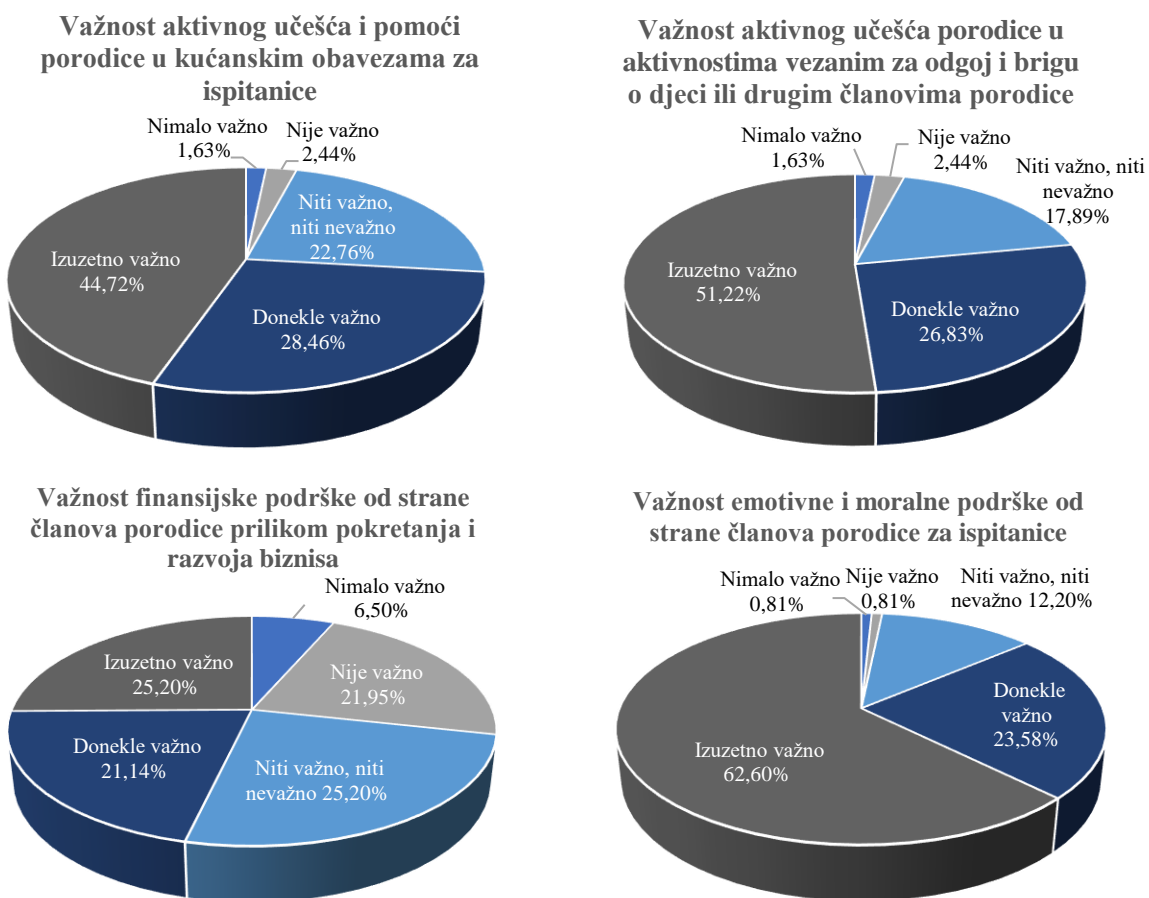
Kao što je već prethodno navedeno, pozitivan stav porodice i ohrabrivanje bliskog okruženja je ocijenilo važnim motivacionim faktorom za pokretanje ili proširenje vlastitog poslovanja 72,36% ispitanica, što je ovaj faktor pozicioniralo na 6. mjesto po važnosti, a u nastavku je i detaljniji pregled rezultata istraživanja vezanih za podršku porodice i partnera.

Naime, 62,60% je ispitanica je istaklo da poteškoće pri usklađivanju privatnog i poslovnog života za njih predstavljaju značajnu prepreku za pokretanje i razvoj sopstvenog biznisa. Nedostatak adekvatnih institucija i programa za brigu o djeci i starim i bolesnim članovima porodice je bitna barijera za 58,54% ispitanica, dok se 51,22% ispitanica izjasnilo da ih

stereotipi o tradicionalnoj ulozi žene u društvu također bitno odvrćaju od namjere ulaska u poduzetništvo.

Grafikoni ispod pokazuju kako su ispitanice ocijenile važnost različitih tipova podrške od strane porodice i partnera. Naime, emotivna i moralna podrška je najvažniji tip podrške koje ispitanice imaju ili bi željele imati od strane svoje porodice i partnera, sa procentom od 86,18% za odgovore „Izuzetno važno“ i „Donekle važno“. Sljedeći najvažniji motivacioni faktor koji dolazi od članova porodice i partnera je aktivno učešće u aktivnostima vezanim za odgoj i brigu o djeci ili drugim članovima porodice, sa procentom od 78,05%. Na trećem mjestu je aktivno učešće i pomoć porodice u kućanskim obavezama, koje je 73,17% ispitanica ocijenilo bitnim faktorom. Najmanje bitan vid podrške od strane porodice je finansijska podrška sa procentom od 46,34%.

Slika 10 Važnost različitih tipova podrške od strane porodice i partnera za ispitanice



Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Nadalje, svega 5 ispitanica (4,07%) složilo se sa tvrdnjom da bi pokrenule ili proširile vlastiti biznis, ali da nemaju podršku porodice. Sa ovom tvrdnjom se ne slaže 78,05% ispitanica, dok

je 17,89% odgovorilo sa „Niti se slažem niti ne slažem“. Daljom analizom se pokušalo doći do zaključka da li stručna sprema članova porodice utječe na nivo podrške koju oni pružaju poduzetnicama, međutim, istraživanje nije pokazalo da postoji veza između navedenih varijabli. Naime, jednaku podršku poduzetnicama su pružali članovi porodice i niže i više stručne spreme.

Zanimljivo je pomenuti još nekoliko zaključaka do kojih se došlo tokom istraživanja:

- 6,5% ispitanica je potvrdilo da bi pokrenulo/ proširilo vlastiti biznis, ali se boje da bi zapostavile porodicu i brak, dok se sa istom konstatacijom ne slaže 73,98% žena koje su učestvovala u istraživanju.
- 84,55% ispitanih žena smatra da poduzetnice mogu istovremeno uspješno voditi posao i brinuti se o porodici, dok je isto negiralo 4,07% ispitanica.
- Od 98 žena koje su dale svoj odgovor, 70 žena ili 71,43% ne smatraju da njihova porodica nije zapostavljena zbog obaveza vezanih za biznis koji posjeduju, dok se 12 ispitanica ili 9,76% ne slaže sa navedenom tvrdnjom. Ostalih 16 ispitanica ili 13,01% je tvrdnju označilo ocjenom 3 – Niti se slažem, niti ne slažem.

Na osnovu prethodno navedenih rezultata istraživanja možemo zaključiti da razumijevanje i podrška partnera i porodice igraju važnu ulogu pri donošenju odluke žene o pokretanju vlastitog poslovanja ili proširenju postojećeg, ali istraživanje ne potvrđuje da bi se u slučaju izostanka istih žene povukle iz biznisa. Shodno tome, ovu pomoćnu hipotezu možemo smatrati djelimično potvrđenom.

H3B: Programi osnaživanja i jačanja samopouzdanja žene kao poduzetnice, kreativne radionice i programi finansijske podrške u velikoj mjeri mogu uticati na veću zastupljenost žena u ekonomskim aktivnostima te samom opstanku i uspjehu pokrenutih ženskih biznisa.

U narednoj tabeli su predstavljeni rezultati istraživanja u pogledu barijera za pokretanje ili proširenje biznisa, a koji se mogu povezati sa različitim modelima podrške ženskom poduzetništvu. Nezainteresovanost finansijskih institucija za kreditiranje ženskih poslovnih poduhvata je ocijenjeno kao važna barijera (ocjene 4 i 5) od 75 ispitanica ili 60,98%, dok su nepovoljni uslovi kreditiranja ocijenjeni istim ocjenama od strane 87 ispitanica ili 70,73%. Nedostatak odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija je važna prepreka poduzetništvu za 81 ispitanicu ili 65,85%, a nedovoljno razvijena mreža mentorstva i savjetovanja za 75 žena koje su učestvovala u istraživanju ili 60,98%.

Tabela 9 Ocjene različitih barijera za pokretanje i razvoj ženskog poduzetništva

	Nezainteresovanost finansijskih institucija za kreditiranje ženskih poslovnih poduhvata	Nepovoljni uslovi kreditiranja	Nedostatak odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija	Nedovoljno razvijena mreža mentorstva i savjetovanja
Izuzetno važno	39,84%	52,03%	39,02%	31,71%
Donekle važno	21,14%	18,70%	26,83%	29,27%
Niti važno, niti nevažno	27,64%	19,51%	20,33%	28,46%
Nije važno	4,88%	2,44%	7,32%	6,50%
Nimalo važno	6,50%	7,32%	6,50%	4,07%

Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Sa druge strane, ispitanice su imale mogućnost da ocijene i različite vidove podrške ženskom poduzetništvu, a rezultati pokazuju sljedeće:

- Bolji pristup finansiranju i povoljniji uslovi kreditiranja je 78,05% žena ocijenilo važnim (ocjene 4 i 5), 16,26% ocjenom 3 (niti važno, niti nevažno) te 5,69% nevažnom mjerom podrške.
- Direktna finansijska pomoć poput donacija i subvencija je ocijenjena važnim podsticajem za 82,11% žena koje su učestvovala u istraživanju, niti važnim niti nevažnim faktorom od strane 13,82% žena, dok istu smatra nevažnom 4,07% žena.
- 82,11% ispitanica smatra važnom podrškom informiranje i pomoć države u internacionalizaciji poslovanja, dok isto nije važno za 4,07% ispitanih žena. Preostalih 13,82% žena je ovaj faktor ocijenilo ocjenom 3 – niti važno, niti nevažno.
- Pomoć pri umrežavanju i povezivanju sa poslovnim partnerima je bitan faktor za 85,37% žena, niti važan niti nevažan za 12,20% žena te nevažan za 2,44% žena.
- Besplatno/ povoljno poslovno obrazovanje i stručno savjetovanje bi pozitivno utjecalo na 80,49% žena, a isto nije važno za 5,69% žena. Ostalih 13,82% ispitanica je ovaj poticaj ocijenio ocjenom 3 – niti važno, niti nevažno.

Iznad navedeni rezultati jasno ukazuju da podrška finansijskih te vladinih institucija, umrežavanje, te razvijena mreža mentorstva i savjetovanja igraju važnu ulogu u ohrabivanju žena da pokrenu ili proširene vlastiti biznis, a da odsustvo istih predstavlja značajnu barijeru ženskom poduzetništvu.

Nadalje, istraživanje pokazuje da bi se 69,11% ispitanica puno lakše upustilo u pokretanje ili proširenje biznisa kada bi bila povoljnija poslovna klima u BiH u pogledu uslova finansiranja, olakšica za poduzetnike i podsticaja / investicija za biznise. Finansijska podrška kao što su državna davanja, donacije i subvencije, najviše bi ohrabrilo na pokretanje ili proširenje poslovanja čak 69,92% žena koje su učestvovala u istraživanju. Također, 37,40% ispitanica je odgovorilo da bi pokrenulo/ proširilo sopstveni biznis kada bi imale podršku u znanju i vođenju poslovanja (mentora), dok je isto nevažno 23,58% ispitanica. Preostalih 39,02% ispitanica ima neutralan stav prema ovoj tvrdnji. Istraživanje pokazuje i da svega 22,76% ispitanih žena smatra da trenutno ne posjeduje dovoljno životnog i profesionalnog iskustva da pokrene/ proširi sopstveni biznis, dok se sa ovom tvrdnjom ne slaže 63,41% ispitanica.

Također, zanimljivo je osvrnuti se i na upoznatost poduzetnica sa postojećim programima podrške ženskom poduzetništvu. Naime, na ovo pitanje je odgovor dalo svega 66 ispitanica, od čega je 20 ispitanica navelo da nije upoznato sa nekim od programa podrške. Među najčešće navođenim tipovima podrške su različiti programi i javni pozivi općinskih, kantonalnih i entitetskih državnih institucija, a potom i organizacije poput Centra za edukaciju i istraživanje Nahla, Fondacije 787, programa Evropske banke za obnovu i razvoj, Ženske mentorske mreže te programa Challenge to Change.

Na osnovu izloženih rezultata istraživanja možemo zaključiti da unatoč tome što su svi prethodno navedeni modeli podrške ženskom poduzetništvu (finansijski podsticaji, bolji pristup informacijama, umrežavanje i mentorstvo,...) ocijenjeni kao važni, faktori koji se odnose na finansijsku podršku ipak najviše ohrabruju žene da se odvaže na pokretanje ili proširenje svog poslovanja. S druge strane, mentorstvo i programi jačanja samopouzdanja žena nisu presudni za odluku o pokretanju/proširenju poslovanja, ukoliko se posmatraju neovisno od ostalih faktora. Navedeni rezultati idu u prilog postavljenoj pomoćnoj hipotezi koja glasi: „Programi osnaživanja i jačanja samopouzdanja žene kao poduzetnice, kreativne radionice i programi finansijske podrške u velikoj mjeri mogu uticati na veću zastupljenost žena u ekonomskim aktivnostima te samom opstanku i uspjehu pokrenutih ženskih biznisa“ te se ista može smatrati potvrđenom.

U nastavku slijedi prikaz najvažnijih zaključaka i rezultata istraživanja.

Tabela 10 Sažetak najznačajnijih rezultata istraživanja



Žene u Bosni i Hercegovini su u niskom procentu spremne pokrenuti vlastiti biznis ili proširiti postojeći, a razlozi za to su najčešće finansijske prirode.

Većina ispitanica je pokazala spremnost za pokretanje ili proširenje vlastitog biznisa, dok su se kao najznačajnija barijera za ulazak žena u poduzetništvo istakli

faktori ekonomsko-pravnog okruženja, a ne finansijski faktori.



Žene u Bosni i Hercegovini pokreću sopstveni biznis najčešće iz razloga samozapošljavanja i povećanja niskog dohotka, odnosno kako bi osigurale bolji životni standard svojoj porodici.

Na osnovu rezultata istraživanja, možemo reći da su potreba za zapošljavanjem i povećanjem dohotka značajni faktori za većinu ispitanica, ali da isti ne spadaju u najjače motivatore, odnosno nisu najčešći razlog za ulazak žena u poduzetništvo.



Pored finansijskih prepreka, druga značajna prepreka pri pokretanju ženskog poduzetništva i razvoju postojećeg biznisa, jeste nemogućnost uspješnog usklađivanja privatnog i poslovnog života, te strah da se time uloga žene u porodici zapostavlja zbog uloge žene u poslovnom svijetu.

Prepreke koje se odnose na nemogućnost uspješnog usklađivanja privatnog i poslovnog života i ulogu žene u porodici nalaze se na samom dnu liste najznačajnijih barijera za ulazak žena u poduzetništvo.



Najčešći motivi za pokretanje poslovnih aktivnosti od strane žena u Bosni i Hercegovini su vezani za nužnost, a ne poslovnu priliku i realizaciju poslovne ideje.

Dobra poslovna ideja je drugi najznačajniji motivacioni faktor za ulazak žena u poduzetništvo, dok su se faktori poput rješavanja pitanja nezaposlenosti i nedovoljnog dohotka našli tek na sedmom i osmom mjestu.



Sa starosnim sazrijevanjem, mijenja se stav i samopouzdanje žene, te se radije i spremnije upuštaju u poslovne poduhvate i pokretanje biznisa u tridesetim i četrdesetim godinama, za razliku od žena u dvadesetim godinama.

Rezultati istraživanja pokazuju da su žene u tridesetim i četrdesetim godinama spremnije pokrenuti ili proširiti vlastiti biznis te da imaju manje straha i više samopouzdanja od žena u dvadesetim godinama.



Žene u Bosni i Hercegovini prepoznaju važnost podrške od strane porodice i okruženja prilikom pokretanja i vođenja poduzetničkih aktivnosti.

Rezultati istraživanja pokazuju da žene prepoznaju važnost podrške koja dolazi od strane članova porodice i okruženja i visoko je vrednuju.



Stav, razumijevanje i podrška partnera i porodice u velikoj mjeri određuju odluku žene o pokretanju vlastitog poslovanja ili proširenju postojećeg, te u slučaju izostanka iste žene se uglavnom povlače iz biznisa.

Razumijevanje i podrška porodice igraju važnu ulogu pri donošenju odluke žene o pokretanju ili proširenju vlastitog poslovanja, ali istraživanje ne potvrđuje da bi se u slučaju izostanka istih žene povukle iz biznisa.



Programi osnaživanja i jačanja samopouzdanja žene kao poduzetnice, kreativne radionice i programi finansijske podrške u velikoj mjeri mogu uticati na veću zastupljenost žena u ekonomskim aktivnostima te samom opstanku i uspjehu pokrenutih ženskih biznisa.

Iako su se modeli podrške ženskom poduzetništvu poput finansijskih podsticaja, boljeg pristupa informacijama, umrežavanja i mentorstva istakli kao važni, faktori koji se odnose na finansijsku podršku najviše ohrabruju žene da se odvaže na pokretanje ili proširenje svog poslovanja. S druge strane, mentorstvo i programi jačanja samopouzdanja žena nisu presudni za odluku o pokretanju/proširenju poslovanja, ukoliko se posmatraju neovisno od ostalih faktora.

Izvor: Rezultati istraživanja Završnog rada

Na samom kraju, zanimljivo je istaknuti još nekoliko rezultata istraživanja:

- Gotovo polovina ispitanica (47,15%) smatra da poduzetnice ne dobivaju od starta jednaku podršku okruženja kao i muškarci. 17,89% ispitanica misli suprotno, dok je 34,96% ispitanica imalo neutralan stav.
- 47,15% ispitanica smatra da je ženama u njihovoj organizaciji pružena jednaka mogućnost napredovanja na više menadžerske pozicije kao i muškarcima. S navedenom tvrdnjom se ne slaže 26,02% ispitanica, 13,01% ispitanica je imalo neutralan stav, dok preostalih 13,82% ispitanica nije dalo svoj odgovor.
- Više od polovine ispitanica (54,47%) smatra da žene ne primaju istu plaću kao i muškarci za isti posao, 20,33% ispitanica se ne slaže sa ovom tvrdnjom dok je 25,20% ispitanica dalo neutralan odgovor.

6. DOBRE PRAKSE I PRIMJERI ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

Slika 11 Marija Perić - osnivačica brenda My Lowely Bag

Marija Perić, osnivačica brenda My Lowely Bag



Modna dizajnerica i poduzetnica iz Tomislavgrada, Marija Perić, vlasnica je popularnog brenda My Lovely Bag, specijaliziranog za izradu torbi. Svoju veliku ljubav prema torbama odlučila je pretvoriti u pravi posao te danas ima 28 uposlenica u proizvodnom pogonu koji se nalazi u Tomislavgradu.

Njen poslovni put počeo je prije 10-tak godina, kada je iznervirana lošom ponudom torbica na tržištu, odlučila dizajnirati vlastitu. Pronašla je šnajdericu koja je ispunila njene zamisli, a kad je zamisao pretvorena u djelo, nije bilo osobe koja je nije pitala gdje je kupila torbu. Tada se rodila ideja o proizvodnji torbica. Ime Lovely bag joj se samo nametnulo, jer su torbice bile toliko ljupke da je odlučila baš tako ih i nazvati. Napravila je kolekciju. Okupila tim – fotografa, vizažisticu i modele, te snimila prvu kampanju koju je objavila na društvenim mrežama i tada je sve krenulo.

Izvor: Dnevni.ba (2021).

„Put koji me doveo do ovoga sada nije bio lagan. Osim požrtvovnog rada, bio je ispunjen različitim izazovima, usponima i padovima, neprospavanim noćima, brigama. Prvih nekoliko godina od pokretanja svog poduzeća, uz taj novi posao dizajniranja i proizvodnje torbica, i dalje sam radila u računovodstvu jedne firme.

Žene su te koje mogu biti i poduzetnice i držati tri ugla kuće. Puno je obaveza koje nam se nekako prirodno pripisuju, ali mi kao multipraktici sve možemo! Ženama, je potrebno samo da budu svjesne koliko vrijede, da zaslužuju poštovanje svih i da ne pristaju ni na šta manje!“

Adisa Tufo – **poduzetnica, life and business coach**



Izvor: Poduzetnice.ba (n.d.).

Adisa Tufo, diplomirana ekonomistica, certificirani menadžer i life coach, u poduzetništvu se našla “ozbiljno” 2013. godine, kada je kormilo ČIP Sistema preuzela iz porodičnog vlasništva i to nakon duže od dvadeset godina postojanja na tržištu. U tom trenutku kompanija je bila u prilično lošem stanju. Nova vlasnica osvježila je kompaniju kreativnim idejama, novim klijentima, te osnažila većom profitabilnosti uz izgradnju dodatnih djelatnosti.

Pored svih obaveza, ova harizmatična i uspješna bh. poduzetnica i menadžerica nađe vremena za poeziju i prozu, a objavila je i knjigu „Vruć krompir“, priču o ljubavi, strasti, poduzetništvu i snovima jedne žene. Također, predsjednica je nevladine organizacije „PoduzetniceIN“ te glavna i odgovorna urednica portala Poduzetnice.ba.

“Uspješne žene BiH 2017”, “NajŽena XXI vijeka jugoistočne Evrope 2017”, “Dama godine 2018” i „Večernjakov pečat – ponos BiH“ samo su neke od nagrada i priznanja koja je Adisa dobila.

„Svaki segment poduzetništva sama sam osmislila. Problemi ne postoje, postoje svakodnevni izazovi i nijedan ne liči onom drugom. Sa svakim se nanovo susrećem i nastojim da ga nadržem. Naravno da svi ti izazovi obogate moj život i daruju mi jedno iskustvo više.

Sve smo mi Balkanke slično odgojene i sličnom naučene, nije nas baš puno uspjelo isplivati na površinu, ali ove koje jesmo držimo se snažno jedne drugih i nesebično pružamo ruke drugim ženama. Želimo više žena u privredi, u politici, u medijima, sportu, kulturi, u svakoj sferi društvenog života. Želimo da sve djevojčice imaju jednake šanse kao i dječaci; i neka svi žive onako kako žele, a ne onako kako moraju. Jednom će nam novinari prestati postavljati pitanje koje nikada neće postaviti našim muževima: «kako vi kao supruga i majka možete biti i uspješna biznismenka ili uspješna političarka?»“

*Slika 13 Adna Salman Perva – vlasnica salona vjenčanica
Tiara*



Adna Salman Perva, **vlasnica salona vjenčanica “Tiara”**

Izvor: Nahla.ba (2021.).

Adna je studirala na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu, a javnosti je poznata i kao kreatorka youtube kanala na kojem veoma često objavljuje videe iz svakodnevnog života. Kako sama kaže, odrasla je u porodici gdje je poduzetništvo bila svakodnevica i način života. To je ono što voli i što joj se dopada i veoma je hrabro, u trenucima kada mnogi biznisi doživljavaju slom ili slabe, odlučila da krene sa ostvarenjem svoga sna. A njen san su vjenčanja, tačnije organizacija događaja, sa akcentom na vjenčanja.

Željela je ponuditi drugačiju uslugu, pa pored vjenčanica salon nudi i svečane haljine koje su prilagođene željama klijentica, kao i njihovom budžetu. Pored gotovih proizvoda postoji i mogućnost izrade haljina po želji, “Vi zamislite-mi napravimo”, što ovaj salon čini drugačijim na tržištu. Adna svakodnevno ulaže u marketing i koristi prednosti društvenih mreža te i na taj način dolazi do klijenata.

Pored stečenog formalnog obrazovanja, Adna ističe i važnost neformalnog obrazovanja. Također, Adna je bila dio i Nahlinog projekta "MENTI – mentorstvo i edukacija za nove tržišne inovatorice", koji joj je omogućio da upozna predivne žene, poslušati divne predavače i upija njihove savjete.

„Svim mladim ljudima, ali i onim malo starijim želim da poručim da samo krenu bez pretjeranog razmišljanja. U svemu možemo naći razloge i za i protiv, ali ako vi vjerujete u vašu ideju, na pravom ste putu. Zapamtite: Šta um može da zamisli, može i da ostvari.“

7. ZAKLJUČAK

Žensko poduzetništvo je sve češća tema brojnih istraživačkih radova, diskusija, seminara, te raznih aktivnosti i programa vlade i drugih institucija. Obzirom da u većini država broj žena zaostaje za brojem muškaraca koji su se upustili u poduzetničke aktivnosti, sve veća pažnja se poklanja analizi izazova i prepreka koji utječu na odluke žena o pokretanju vlastitog poslovanja. Upravo i ovaj rad nastoji dati osvrt na okruženje u kojem posluju žene u našoj zemlji, objašnjava glavne prepreke i motivacione faktore koji utječu na razvoj ženskog poduzetništva te daje prijedloge mjera i mehanizama za podsticanje istog.

Teorijski dio rada obrađuje pojam i značaj ženskog poduzetništva, njegov razvoj kroz historiju te stanje ženskog poduzetništva u svijetu i zemljama regije. Nakon procjene okruženja za razvoj ženskog poduzetništva u našoj zemlji, dat je pregled prepreka i motivacionih faktora za koje se na bazi dostupne literature i postojećih istraživanja smatra da imaju najznačajniji utjecaj na odluke žena o pokretanju vlastitog poslovanja. Neke od najznačajnijih barijera koje su detaljnije pojašnjene u radu uključuju finansijske barijere, nepovoljan privredni ambijent, utjecaj COVID-19 pandemije, nedovoljan broj programa podrške, nedostatak potrebnih znanja i vještina, rodni stereotipi, poteškoće pri usklađivanju privatnog i poslovnog života te nedostatak samopouzdanja. Na samom kraju teorijskog dijela, predstavljeni su različiti modeli podrške ženskom poduzetništvu, a koji su između ostalog zasnovani i na dobrim praksama drugih zemalja. Najznačajnija prepreka prilikom pisanja ovog rada je što većina dostupnih istraživanja ne prezentira informacije prema spolu, zbog čega je otežana usporedba stanja između žena i muškaraca.

U istraživačkom dijelu rada ispitani su stavovi žena o preprekama, motivacionim faktorima i programima podrške koji su utjecali ili bi mogli utjecati na njihovu odluku o pokretanju vlastitog biznisa. Rezultati pokazuju da su najznačajnije prepreke za pokretanje biznisa od strane žena vezane za ekonomsko-pravno okruženje naše zemlje poput poreznih opterećenja, čestih promjena zakonske regulative, izražene korupcije, nerazvijene pravne regulative, nakon čega dolaze finansijske prepreke kao što su nepovoljni uslovi kreditiranja i nedostatak novca za otpočinjanje poslovanja. Također, nedostatak samopouzdanja je jedna od nekoliko najznačajnijih prepreka. S druge strane, najvažniji motivacioni faktori za pokretanje vlastitog biznisa su želja za samoostvarenjem i ličnim razvojem, dobra poslovna ideja i potreba za nezavisnošću. Kada govorimo o različitim modelima i programima podrške ženskom poduzetništvu, posebno su se istakli ekonomski poticaji poput poreskih olakšica, pojednostavljenje procedura i snižavanje troškova osnivanja poslovne djelatnosti, moralna i emotivna podrška članova porodice, pomoć pri umrežavanju i povezivanju sa poslovnim partnerima i direktna finansijska pomoć poput donacija i subvencija.

Što se tiče doprinosa ovog rada, isti se može posmatrati kroz važnost poduzetnika za ekonomiju. Poduzetnici su važni pokretači privrednog rasta i razvoja svake zemlje, obzirom da otvaraju nova radna mjesta, donose inovacije i potiču konkurentnost. Ipak, u usporedbi s muškarcima, žene su još uvijek nedovoljno zastupljene kao poduzetnice što ima snažne negativne posljedice za društvo u cjelini - nedovoljno poduzetničkih poduhvata znači propuštanje prilika za rast, razvoj i modernizaciju. Cilj je potaknuti što veći broj žena na pokretanje vlastitog poslovanja, a istraživanja poput ovog mogu doprinijeti da ovaj problem dobije na značaju i da se potakne rasprava o mjerama i mehanizmima za rješavanje istog.

Kako su u radu navedene različite mjere za povećanje broja poduzetnica, ovi nalazi bi mogli poslužiti i kao temelj za dalja istraživanja, u cilju preciznijeg definisanja koraka i programa podrške koje je potrebno poduzeti u budućnosti. Obzirom da je istraživanje pokazalo da su faktori ekonomskog okruženja zapravo najsnažnija prepreka za ulazak žena u poduzetništvo, ovo bi svakako trebala biti tema kojom će se detaljnije baviti buduća istraživanja. Također, u posljednje vrijeme je primijećeno nekoliko kampanja koje potiču očeve da koriste roditeljski dopust, što može biti interesantna tema za dalju analizu, kako bi se podigla svijest o ravnopravnosti polova i podstaklo rušenje stereotipa.

REFERENCE

1. Agencija za rad i zapošljavanje BiH (2021). *Istraživanje tržišta rada u Bosni i Hercegovini 2020/2021: Žene na tržištu rada 2020/2021*. Sarajevo: Agencija za rad i zapošljavanje BiH.
2. Agencija za ravnopravnost spolova Bosne i Hercegovine (2006). *Konvencija o ukidanju svih oblika diskriminacije žena*. Sarajevo: Agencija za ravnopravnost spolova Bosne i Hercegovine.
3. Agencija za ravnopravnost spolova Bosne i Hercegovine (2020). *Uticaj rodne podjele porodičnih i kućanskih poslova na profesionalni život zaposlenih žena u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Agencija za ravnopravnost spolova Bosne i Hercegovine.
4. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2019). *Popis stanovništva, domaćinstava i stanova u Bosni i Hercegovini: Etnička/nacionalna pripadnost, vjeroispovjest i maternji jezik*. Sarajevo: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine.
5. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2020). *Istraživanje o korištenju informaciono-komunikacionih tehnologija u domaćinstvima i pojedinačno, 2019*. Sarajevo: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine.
6. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2022). *Saopćenje: Anketa o radnoj snazi, 2021*. Sarajevo: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine.
7. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2022). *Žene i muškarci u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine.
8. Bachand, M. (2011). *A Season in Town: Plantation Women and the Urban South, 1790-1877*. London: The University of Western Ontario.
9. British Council i Swedish Institute (2018). *Study of the challenges that hinder MSME development in Bosnia and Herzegovina*. Hatfield: University of Hertfordshire.
10. Carland, W. J., Hoy, F. i Carland, J. (1988). *“Who is an Entrepreneur?” Is a Question Worth Asking*. Baltimore: University of Baltimore Educational Foundation.
11. Centar za politike i upravljanje (2011). *Analiza politika u oblasti povezanosti obrazovnog sistema i tržišta rada u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Centar za politike i upravljanje.
12. CEPOR (2022). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2021*. Zagreb: Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.
13. The Cherie Blair Foundation for Women (2021). *Gender Stereotypes and their Impact on Women Entrepreneurs*. London: The Cherie Blair Foundation for Women.
14. Čeko, M. i Vrbanac, M. (2020). Motivacija i barijere ženskom poduzetništvu u Srbiji i Bosni i Hercegovini. *Časopis Poslovne studije*. Vol. 23-24, str. 83-96.
15. Čizmić, E. i Crnkić, K. (2012). *Strateško preduzetništvo*. Sarajevo: Ekonomski fakultet u Sarajevu.
16. Čolo, L. (2020). *Kakav je obrazovni sistem u BiH?* Gračanica: Nevladine organizacije Centar za obrazovanje razvoj i afirmaciju.

17. – organizacija za društveni razvoj (2021). *Žensko poduzetništvo zbirka radova – put u ravnopravnost*. Osijek: DKolektiv – organizacija za društveni razvoj.
18. Džakula, M. i Danon, B. (2015). Zapošljavanje kao faktor društveno-ekonomskog rasta i razvoja i strategije povećanja stope zaposlenosti u BiH. *Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije*. Vol. 1, str. 25-47.
19. Europska komisija (2018). *Women in the Digital Age*. Luksemburg: Ured za publikacije Europske unije.
20. Europska komisija i OECD (2016). *Policy Brief on Women's Entrepreneurship*. Luksemburg: Ured za publikacije Europske unije.
21. Europski parlament i Vijeće EU, *Direktiva 2019/1158 20. juna 2019. o ravnoteži između poslovnog i privatnog života roditelja i pružatelja skrbi i o stavljanju izvan snage Direktive Vijeća 2010/18/EU*.
22. Federalni zavod za programiranje razvoja (2019). *Lakoća poslovanja 2020 Bosna i Hercegovina*. Sarajevo: Federalni zavod za programiranje razvoja.
23. Gartner, W. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*. Vol. 5(1), str. 15-29.
24. Gavrić, S. i Ždralović, A. (2019). *Rodna ravnopravnost. Teorija, pravo, politike*. Sarajevo: Pravni fakultet Univerziteta u Sarajevu/Sarajevski otvoreni centar.
25. GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2001). *Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report*. London: GEM.
26. GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/22 Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity*. London: GEM.
27. Gonzales, C., Jain-Chandra, S., Kochhar, K., Newiak, M., Zeinullayev, T. (2015). *Catalyst for Change: Empowering Women and Tackling Income Inequality*. Washington: Međunarodni monetarni fond.
28. Grayson, R. (2013). *Estée Lauder: Businesswoman and Cosmetics Pioneer*. Norht Mankato: Abdo Publishing.
29. Hadžiahmetović, Z., Softić, S. i Kulović, Dž. (2008). *Organizacija: teorije, strukture, ponašanje*. Sarajevo: Ekonomski fakultet u Sarajevu.
30. Hasanbegović, D. i Dizdar, A. (2022). *Otac na porodijskom odsustvu: Istraživanje o legislativnim i administrativnim preprekama za korištenje porodijskog odsustva u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Sarajevski otvoreni centar.
31. Hauser, P., Dolgaya, T., Revenko, S. i Kortenbusch, M. (2016). *Assessment of financing needs of SMEs in the Western Balkans countries. Country report: Bosnia and Herzegovina*. Luksemburg: Europska investicijska banka.
32. Heinrich Böll Stiftung (2021). *Perspectives: Žene na Balkanu: prava i borbe*. Sarajevo: Heinrich Böll Stiftung.

33. Herbalife Nutrition (2020). *Why Women Start New Businesses: Reasons, Challenges, and Opportunities*. Dostupno na: <https://iamherbalifenutrition.com/business-opportunity/why-women-entrepreneurs-choose-herbalife-nutrition/> (pristupljeno 24. decembar 2022.)
34. Iacovone, L., Medvedev, D., Torres, J., Maduko, F., Gaddis, I., Beegle, K. (2021). *The Impact of the COVID-19 Pandemic on Women-Led Businesses*. Washington: Svjetska banka.
35. Inić., B.P. (2009). *Žensko preduzetništvo*. Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment Banja Luka.
36. Institute for Women's Policy Research (2021). *Lost Jobs, Stalled Progress: The Impact of the "She-Cession" on Equal Pay*. Dostupno na: <https://iwpr.org/iwpr-publications/fact-sheet/lost-jobs-stalled-progress-the-impact-of-the-she-cession-on-equal-pay/> (pristupljeno 11. decembar 2022.)
37. Isaković, S. (2015). *Menadžment malih i srednjih preduzeća*. Zenica: Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici.
38. Jerković., N. (2021). *Međunarodni dokumenti za osnaživanje žena i sigurnosti: od statistike do donošenja odluka*. Sarajevo: Centar za sigurnosne studije.
39. Jovanović, G. i Božilović, S. (2017). *Motivacija i politika upravljanja ljudskim resursima u organizaciji*. Beograd: Univerzitet „Union - Nikola Tesla“.
40. Jurčević, V. i Kvaruč, D. (2021). Sprječavanje diskriminacije žena u radnom pravu u cilju ostvarenja formalne i supstancijalne jednakosti. *Pravnik: časopis za pravna i društvena pitanja*. Vol. 55 (107) str. 201.-228.
41. KPMG (2015). *Women Entrepreneurs: Passion, Purpose and Perseverance*. New York: KPMG.
42. Landström, H. (2005). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. New York: Springer Science Business Media Inc.
43. Martinović, D. i Veselinović, Lj. (2018). Da li nivo poduzetničke aktivnosti i indeks TEA predstavljaju pokazatelje ekonomskog rasta?. *BH Ekonomski Forum*. Vol 8 (1), str. 9-26.
44. Mastercard International Inc (2021). *Striving to Thrive: The state of play for UK micro and small businesses*. New York: Mastercard International Inc.
45. Mastercard International Inc. (2022). *The Mastercard Index of Women Entrepreneurs*. New York: Mastercard International Inc.
46. Matthews, G. (2000). *American Women's History: a student companion*. New York: Oxford University Press.
47. McKinsey Global Institute (2015). *The power of parity: How advancing women's Equality can add \$12 trillion to global growth*. New York: McKinsey Global Institute.
48. MojPosao.ba (2022). *Koliko smo ravnopravni? Razlika u platama muškaraca i žena u Europi*. Dostupno na: <https://www.mojposao.ba/#!/employer/profile?id=1;postGroupId=3;postId=4416> (pristupljeno 16. decembar 2022.)

49. Muhović, A., Abaspahić, H. i Dragnić, L. (2021). *Poticaji za povećanje kapaciteta predškolskih ustanova u BiH*. Sarajevo: Centar za politike i upravljanje.
50. Obrtnička komora Zagreb i Udruženje obrtnika grada Zagreba (2022). *Žene u obrtništvu – nekad i danas. Obrtnički list*. Vol. 253-254, str. 4.
51. OECD (2022). *SME Policy Index: Western Balkans and Turkey 2022: Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe*. Pariz: OECD Publishing.
52. Općina Stari Grad (2016). *Priručnik: Kako registrovati obrt i d.o.o.?* Sarajevo: Općina Stari Grad.
53. Općina Derventa (2018). *Procedure za registraciju preduzetnika*. Derventa: Općina Derventa.
54. Peštek, A. (2009). *Unapređenje kvaliteta života žena kroz preduzetništvo*. Sarajevo: Ekonomski fakultet u Sarajevu.
55. Petz, B. (2005). *Psihologijski rječnik*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
56. Privredna komora Kantona Sarajevo (2016). *Kako u najkraćem roku osnovati firmu u Kantonu Sarajevo?* Sarajevo: Privredna komora Kantona Sarajevo.
57. Plata.ba (2018). *Samo 6% zaposlenih žena je među najbolje plaćenim zaposlenicima*. Dostupno na: <https://www.plata.ba/analize/samo-6-zaposlenih-zena-je-medu-najbolje-placenim-zaposlenicima/50378?prefix=> (pristupljeno 16. decembar 2022.)
58. Preduzetnički portal Republike Srpske (bez dat.) *Registracija privrednog društva*. Dostupno na: <https://www.preduzetnickiportalsrpske.net/registracija/privredno-drustvo/?lang=bs> (pristupljeno 11. decembar 2022.)
59. Program Ujedinjenih naroda za razvoj (2006). *Siromaštvo, nezaposlenost i socijalna isključenost*. Zagreb: Program Ujedinjenih naroda za razvoj.
60. Razvojni program Ujedinjenih nacija (UNDP) u Bosni i Hercegovini u saradnji sa Švicarskom agencijom za razvoj i saradnju (SDC) (2021.). *Socijalna uključenost U Bosni i Hercegovini: Nacionalni izvještaj o humanom razvoju za 2020. godinu*. Sarajevo: UNDP u BiH i SDC.
61. Republički zavod za statistiku (2020). *Žene i muškarci u Republici Srbiji*. Beograd: Republički zavod za statistiku.
62. Sarajevski otvoreni centar (2021). *Narandžasti izvještaj 6: Izvještaj o stanju ljudskih prava žena u BiH u 2020. godini*. Sarajevo: Sarajevski otvoreni centar.
63. Skrzycki, S.C. (2019). Purses and Positivity Inside Vera Bradley's Success. *BizVoice – Magazine of the Indiana Chamber of Commerce*. Vol. 22 (3), str. 14-18.
64. Službene novine FBiH (2015). *Zakon o privrednim društvima*. Sarajevo: Službene novine FBiH, 81/15, str. 1-55.
65. Službene novine FBiH (2016). *Zakon o radu FBiH*. Sarajevo: Službene novine FbiH, 26/16, 89/18 i 44/22, str. 1-32.
66. Službeni glasnik RS (2016). *Zakon o radu RS*. Banja Luka: Službeni glasnik RS, 1/16, 66/18, 91/21 - odluka US i 119/2, str. 1-27.

67. Službeni list BiH (2003). *Zakon o ravnopravnosti spolova u BiH*. Sarajevo: Službeni list BiH, 16/03 i 102/09, str. 1-8.
68. Somun-Krupalija, L. (2011). *Gender and Employment in Bosnia and Herzegovina - A Country Study*. Geneva: International Labour Office, Bureau for Gender Equality.
69. Srđić, M. (2021). *Podrška preduzetnicama tokom pandemije COVID-19*. Beograd: OEBS Misija u Srbiji.
70. Šestić, M. i Ibrahimagić, S. (2015). *Business problems in a women's small entrepreneurship - the Bosnia and Herzegovina case of post conflict and transition context*. Istanbul: 9th International Scientific Conference "Economic and Social Development".
71. UN Women (2020). *Policy Brief: The Impact of COVID-19 on Women*. New York: UN Women.
72. UN Women (2021). *Brza rodna procjena situacije uzrokovane pandemijom COVID-19 u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: UN Women ured u Bosni i Hercegovini.
73. UN Women (2021). *Investment with a Gender Lens in Europe*. New York: UN Women.
74. UN Women (2021). *Rodni profil zemlje Bosna i Hercegovina 2021*. Sarajevo: UN Women ured u Bosni i Hercegovini.
75. UN Women (2021). *Women's Entrepreneurship Expo 2021 Report*. New York: UN Women.
76. UNECE i UN Women (2021). *Empowering Women Through Reducing Unpaid Work: A regional analysis of Europe and Central Asia*. Istanbul: UN Women Regional Office for Europe and Central Asia i UNECE.
77. Uprava za statistiku Crne Gore i Ministarstvo za ljudska i manjinska prava Crne Gore (2020). *Žene i muškarci u Crnoj Gori*. Podgorica: Uprava za statistiku Crne Gore i Ministarstvo za ljudska i manjinska prava Crne Gore.
78. WEGate (2021). *WEbarometer 2021: A Survey of Women Entrepreneurs in Europe*. Brisel: WEGate.
79. Wood, I. (2021). *Lessons from a beauty mogul*. Dostupno na: <https://www.firstrand.co.za/perspectives/lessons-from-a-beauty-mogul/> (pristupljeno 05. decembar 2022.)
80. World Bank (2018). *Access to finance for female-led micro, small and medium-sized enterprises in Bosnia and Herzegovina*. Washington: World Bank.
81. World Economic Forum (2021). *Global Gender Gap Report 2021*. Cologne: World Economic Forum.
82. World Economic Forum (2022). *Global Gender Gap Report 2022*. Cologne: World Economic Forum.

PRILOZI

Prilog 1. Upitnik

1. Molim zaokružite Vaš spol. Napominjem da je anketa namijenjena za pripadnice ženskog spola. Ukoliko ste dobili anketu, a muškarac ste, molimo Vas da ne ispunjavate upitnik. Hvala na razumijevanju.

- M – muški
- Ž – ženski

2. Molim zaokružite raspon starosne dobi kojoj pripadate.

- 18-29 godina
- 30-39 godina
- 40-49 godina
- 50 i više godina

3. Molim zaokružite završeni stepen stručne spreme.

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Viša škola
- Fakultet
- Magistar / doktor nauka

4. Molim zaokružite Vaš bračni status.

- slobodna
- udata
- razvedena
- ostalo

5. Molim zaokružite Vaš status po pitanju djece.

- bez djece
- imam 1 dijete
- imam 2 djece
- imam 3 ili više djece
- nešto drugo: _____

6. Molim zaokružite Vaš trenutni radni status.

- nezaposlena i ne tražim posao
- nezaposlena i tražim posao
- zaposlenica na nepuno radno vrijeme
- zaposlenica na puno radno vrijeme
- suvlasnica/vlasnica sam biznisa
- ostvarujem prihode povremeno, honorarno, studentski ugovori i dr.

7. Molim označite završeni stepen stručne spreme članova Vaše porodice.

Član porodice	Osnovna škola	Srednja škola	Viša škola	Fakultet	Magistar/ doktor nauka
Majka					
Otac					
Bračni partner					

8. Koji od navedenih motivacionih faktora Vi smatrate važnim za odluku o pokretanju vlastitog biznisa?

Tvrdnja	Nimalo važno	Nije važno	Niti važno, niti nevažno	Donekle važno	Izuzetno važno
Rješavanje pitanja nezaposlenosti	1	2	3	4	5
Nedovoljan dohodak u porodici	1	2	3	4	5
Stresno i negativno radno okruženje	1	2	3	4	5
Potreba za fleksibilnim radnim vremenom zbog usklađivanja višestrukih ženskih uloga	1	2	3	4	5
Dobra poslovna ideja - Iskoristiti identifikovane prilike na tržištu	1	2	3	4	5
Društveni status i prestiž	1	2	3	4	5
Potreba za nezavisnošću i kontrolom vlastite sudbine	1	2	3	4	5
Potreba za samoostvarenjem i ličnim razvojem	1	2	3	4	5

Porodična tradicija	1	2	3	4	5
Pozitivan stav i ohrabrivanje bliskog okruženja (partner, porodica)	1	2	3	4	5

9. Koje od navedenih prepreka Vi smatrate važnim u vezi sa pokretanjem ili razvojem sopstvenog biznisa?

Tvrdnja	Nimalo važno	Nije važno	Niti važno, niti nevažno	Donekle važno	Izuzetno važno
Nedostatak vlastitog novca (ušteđevine) za otpočinjanje poslovanja	1	2	3	4	5
Nezainteresovanost finansijskih institucija za kreditiranje ženskih poslovnih poduhvata	1	2	3	4	5
Nepovoljni uslovi kreditiranja (visoke kamatne stope, zahtjevi za kolateralom...)	1	2	3	4	5
Komplikovane procedure i visoki troškovi osnivanja poduzeća	1	2	3	4	5
Loša poslovna klima (velika konkurencija, neuređeno tržište, nepovoljna ekonomska situacija, krize, niska kupovna moć...)	1	2	3	4	5
Nedostatak odgovarajuće podrške vladinih i lokalnih institucija	1	2	3	4	5
Nerazvijena pravna regulativa i pravna nesigurnost	1	2	3	4	5
Porezna opterećenja i česte promjene zakonske regulative	1	2	3	4	5
Izražena korupcija	1	2	3	4	5
Nedostatak kvalitetne poslovne ideje	1	2	3	4	5
Neadekvatan pristup potrebnim informacijama	1	2	3	4	5
Nedovoljno razvijena mreža mentorstva i savjetovanja	1	2	3	4	5
Nedostatak poslovnog iskustva i menadžerskog rada	1	2	3	4	5
Nedostatak samopouzdanja	1	2	3	4	5

Strah od neuspjeha	1	2	3	4	5
Poteškoće pri usklađivanju privatnog i poslovnog života	1	2	3	4	5
Poteškoće u zbrinjavanju djece, te starih i bolesnih članova porodice (nedostatak adekvatnih institucija i programa za brigu i pružanje podrške)	1	2	3	4	5
Stereotipi o tradicionalnoj ulozi žene u društvu	1	2	3	4	5

10. Koji vid podrške, po Vašem mišljenju je važan pri pokretanju i razvoju sopstvenog biznisa? Za svaku navedenu mjeru zaokružite broj s desne strane koji najbolje odgovara Vašem mišljenju o važnosti odgovora.

Tvrdnja	Nimalo važno	Nije važno	Niti važno, niti nevažno	Donekle važno	Izuzetno važno
Bolji pristup finansiranju i povoljniji uslovi kreditiranja	1	2	3	4	5
Direktna finansijska pomoć (donacije, subvencije...)	1	2	3	4	5
Povoljnija i ujednačena zakonska regulativa koja se često ne mijenja	1	2	3	4	5
Pojednostavljenje procedura i snižavanje troškova osnivanja poslovne djelatnosti	1	2	3	4	5
Poreske olakšice, niže poreske stope i druga davanja	1	2	3	4	5
Informiranje i pomoć države u internacionalizaciji poslovanja	1	2	3	4	5
Pomoć pri umrežavanju i povezivanju sa poslovnim partnerima (dobavljačima, kupcima...)	1	2	3	4	5
Besplatno / povoljno poslovno obrazovanje i stručno savjetovanje	1	2	3	4	5
Aktivno učešće i pomoć porodice u kućanskim obavezama	1	2	3	4	5
Aktivno učešće i pomoć porodice u aktivnostima vezanim za odgoj i brigu o djeci ili drugim članovima	1	2	3	4	5

porodice					
Finansijska podrška od strane članova porodice prilikom pokretanja i razvoja biznisa	1	2	3	4	5
Emotivna i moralna podrška od strane članova porodice pri pokretanju i razvoju sopstvenog biznisa	1	2	3	4	5

11. Da li ste upoznati sa nekim od postojećih programa podrške poduzetnicima? Ukoliko jeste, navedite ukratko o kakvom se programu/podršci radi.

- DA: _____
- NE

12. Koliko se slažete sa sljedećim tvrdnjama o pokretanju i proširenju vlastitog biznisa? Ukoliko se pitanje ne odnosi na Vas, molim Vas da označite odgovor „Nije primjenjivo“.

Tvrdnja	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem, niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Nije primjenjivo
Nisam razmišljala o pokretanju ili proširenju vlastitog biznisa i ne planiram isto.						
Namjeravam u bliskoj budućnosti pokrenuti vlastiti biznis ili proširiti postojeći ili sam već započela raditi na navedenom.						
Razmišljala sam o pokretanju/proširenju vlastitog biznisa, ali mi nedostaje kvalitetna poslovna ideja.						
Razmišljala sam o pokretanju vlastitog biznisa ili proširenju postojećeg, ali nemam dovoljno finansijskih sredstava.						

Već sam pokušala započeti/proširiti vlastiti biznis, ali nije bilo uspješno.						
Trenutno sam vlasnica sopstvenog biznisa čijim rezultatima poslovanja sam zadovoljna.						
Trenutno sam vlasnica sopstvenog biznisa čijim rezultatima poslovanja nisam zadovoljna.						
Smatram da bih se puno lakše upustila u pokretanje ili proširenje biznisa kada bi bila povoljnija poslovna klima u BiH (uslovi finansiranja, olakšice za poduzetnike i podsticaji/investicije za biznise).						
Smatram da mi je / da bi mi pokretanje vlastitog poslovanja omogućilo da brže napredujem i osiguram veću zaradu nego što bih to mogla ostvariti na plaćenom poslu.						
Najviše bi mi značila finansijska podrška (državna davanja, donacije, subvencije) za početak ili proširenje biznisa.						
Poduzetnice od starta dobivaju jednaku podršku okruženja kao i muškarci.						
U mojoj organizaciji ženama je pružena jednaka mogućnost napredovanja na više menadžerske pozicije kao i muškarcima.						
Žene ne primaju istu plaću kao i muškarci za isti posao.						
Pokrenula bih / proširila bih sopstveni biznis kada bih imala podršku u znanju i						

vođenju poslovanja (mentora).						
Smatram da trenutno ne posjedujem dovoljno životnog i profesionalnog iskustva da pokrenem / proširim sopstveni biznis.						
Pokrenula bih ili proširila sopstveni biznis, ali imam strah da ne bih bila uspješna i da nemam dovoljno stručnih sposobnosti.						
Pokrenula bih ili proširila vlastiti biznis, ali nemam podršku porodice.						
Pokrenula bih ili proširila vlastiti biznis, ali se bojim da bih zapostavila porodicu i brak.						
Poduzetnice mogu istovremeno uspješno voditi posao i brinuti se o porodici.						
Osjećam da je moja porodica nije zapostavljena zbog obaveza vezanih za biznis koji posjedujem.						

13. Za kraj, da li želite da rezultate istraživanja proslijedim na Vašu e-mail adresu?

- DA, na e-mail adresu: _____
- NE