# FINANCIJSKO TRŽIŠTE REPUBLIKE HRVATSKE

**Bortolotti, Jaco**

**Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split / Sveučilište u Splitu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:228:279254

*Rights / Prava:* In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-04-24**

*Repository / Repozitorij:*

Repository of University Department of Professional Studies

**SVEUČILIŠTE U SPLITU**

**SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE**

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

**BRIGITA BOŽIN**

# ZAVRŠNI RAD

## ŽENE U PODUZETNIŠTVU

Split, rujan 2021.

**SVEUČILIŠTE U SPLITU**

**SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE**

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

**Predmet:** Poduzetništvo

# ZAVRŠNI RAD

**Kandidat:** Brigita Božin

**Naslov rada:** Žene u poduzetništvu

**Mentor:** Mr. sc. Ivona Jukić, viši predavač

Split, rujan 2021.

# SADRŽAJ

SAŽETAK ..... 1
SUMMARY ..... 2
1. UVOD ..... 3
1.1. Predmet i cilj rada ..... 3
1.2. Metode istraživanja i izvori podataka ..... 4
1.3. Struktura rada ..... 4
2. RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA ..... 5
2.1. Pojam ženskog poduzetništva ..... 5
2.2. Prepreke i izazovi u ženskom poduzetništvu ..... 6
2.3. Obrazovanje žena ..... 8
2.4. Usporedba između muškog i ženskog poduzetništva ..... 10
2.5. Smjernice za poboljšanje položaja poslovne žene u Hrvatskoj ..... 13
3. STATISTIČKO PRAĆENJE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA ..... 16
3.1. Akcijski plan provedbe strategije razvoja poduzetništva žena u RH ..... 17
3.2. Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava u razdoblju od 2011. do 2019. godine ..... 24
3.3. Poticanje i zastupljenost ženskog poduzetništva u RH ..... 29
3.4. Povjerenje u državne institucije ..... 32
3.5. Statistike o položaju žena u modernom društvu ..... 33
4. PRIMJERI ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ ..... 35
5. ZAKLJUČAK ..... 38
LITERATURA ..... 39
POPIS SLIKA ..... 41
POPIS TABLICA ..... 42

# ŽENE U PODUZETNIŠTVU

## SAŽETAK

Već dugo vremena kroz razvijanje poslovnog svijeta sve više se ističe velika nejednakost žena bez obzira ako se radi o velikom uspjehu odnosno napretku u određenom poslovnom području. To su posljedice koje sežu iz same povijesti u kojem su ostavile dubok trag na položaj žena na tržištu rada gdje i dan danas društvo nameće svoje stavove, smatrajući da su muške snage nezamjenjive.

Njihovo upravljanje u poduzetničkim pothvatima rezultira izvanrednim načinom poslovanja što dovodi do velike prekretnice razbijanja predrasuda. U Hrvatskoj kao i u svijetu je nažalost još uvijek slabije razvijena po pitanju zastupljenosti, nedovoljnom angažiranju institucija kao i ne pružanju podrške ženama poduzetnicama što dovodi do neaktivnog ekonomskog razvijanja.

Vrlo malo se ulaže u ženske predekspozicije što im stvara potrebu za daljnjom kreativnosti, edukacijom pa i samouvjerenosti za proširivanje njihovog poslovnog cilja. Poticanjem žena kao poduzetnica može rezultirati boljim poslovanjem jer im se pruža veća ravnopravnost, kreativnost kao i informacije te da se otklonu nametnuti stavovi društva za bolje razvijanje novih radnih mjesta, novijim načinom razmišljanja da se ojača položaj žena u poduzetničkim vodama što može stvoriti nove izvore uspjeha u bliskoj budućnosti.

**Ključne riječi:** *poduzetništvo žena, nejednakost, tržište rada, rizik*

# WOMEN IN ENTREPRENEURSHIP

## SUMMARY

At the long time through the development of the business world, the great inequality of women is increasingly emphasized regardless of whether, it is a matter of great success or progress in a certain business area. They are consequences that go back to the very history in which they left a deep mark on the position of women in the labor market where even today society imposes its views, believing that male strength is irreplaceable.

Their management in entrepreneurial ventures results in an extraordinary way of doing business which leads to a major turning point in breaking down prejudices. Unfortunately, in Croatia as well as in the world, it is still less developed in terms of representation, insufficient engagement of institutions and failure to provide support to women entrepreneurs, which leads to inactive economic development.

Very little is invested in female pre- exposures which creates a need for further creativity, education, and even self- confidence to expand their business goal. By encouraging a woman as an entrepreneur can result in better business because they are provided with more equality, creativity as well as information and to remove the imposed attitudes of society for the better entrepreneurial waters which can create new sources of success in the near future.

**Keywords:** *women entrepreneurship, inequality, labor market, risk*

# 1. UVOD

Poduzetništvo predstavlja jedan izazov u kojemu su poduzetnici željni uspjeha, napretka, želje za inovativnosti i upornog rada. Čovjeku je najvažnije u njegovom razvijaju poslovnog procesa osigurati egzistenciju kroz poduzetničke pothvate i aktivnosti što ujedno predstavlja i spremnost na rizik. Na tom putu se kroz povijest razvoj poduzetništva dosta oslanjao na muškarce, ali usprkos tome zadnjih nekoliko godina se poduzetništvo počelo postepeno razvijati na važnosti žena u poslovnom svijetu. To je pridonijelo načinom na kojem žene vode poslovne pothvate kao što su: istodobno obavljanje više zadataka, inovativnost, inspirativna snaga, suosjećajnost, ustrajnost, izražene moralne vrijednosti, upravljanje, dosljednost, fleksibilnost pa tako i iznimne komunikacijske vještine. Baš zbog takvog načina izvođenja poslovnih planova što predstavlja predanost može donijeti rješenja problema u kojemu se svako poduzeće susreće sa svojim financijskim i poslovnim rezultatima. Žene su svoje inspiracijske snage usmjerile na razne političke, društvene, obrazovane i poslovne aspekte što se iz dana u dan može vidjeti kako takve izvanredne žene dokazuju svojim načinom rada da su pouzdani, poslovni i životni partneri.

U ovom radu se govori o ženskom poduzetništvu, njihovom razvijanju, prihvaćanju u ovom modernom društvu, ulaganje u raznim državnim institucijama kako ne bi žene poduzetnice bile diskriminirane. Budući da je ženama u poduzetništvu potrebna financijska potpora, podrška od strane institucija, razne smjernice za poboljšanje njihovog razvitka kako u svijetu pa tako i u Hrvatskoj, njihova zastupljenost i poticanje u radu je obrađeno i takvo područje. Najviše je naglasak na razvoj ženskog poduzetništva i na njihovo praćenje koje pomaže u razvitku žena u poslovnom svijetu.

## 1.1. Predmet i cilj rada

Predmet i cilj rada u ovom završnom radu je definirati točne odrednice ženskog poduzetništva na razine Hrvatske i cijeloga svijeta s ciljem poboljšanja, poticanja i pružanja podrške dostupnima za razvoj žena poduzetnica. Nakon definiranja ukazat će se na izazove koje su pred njima s ciljem omogućavanja poboljšanja raznih prepreka s kojima se suočavanju žene u poslovnom svijetu koji su prikupljeni pregledom raznih analiza i pokazatelja poduzetništva žena na razini Republike Hrvatske i svijeta.

## 1.2. Metode istraživanja i izvori podataka

Tijekom obrade predmeta istraživanja koja su nužna za odgovarajući stupanj kvalitete rada koristiti će se stručna literatura poput domaćih knjiga, web stranica te znanstvenih članaka koje pomažu pri razvijanju tematike za razvoj ženskog poduzetništva. U skladu s time korištene su razne istraživačke metode kao što su: sinteza, analiza, dedukcija i indukcija te promatranje i uspoređivanje.

## 1.3. Struktura rada

Osim Uvoda, Sadržaja, Zaključka i Literature, ovaj završni rad je podijeljen u tri temeljna dijela. Prvi dio se odnosi na razvoj ženskog poduzetništva u kojemu je naveden sami pojam ženskog poduzetništva, raznim preprekama i izazovima te smjernicama za poboljšanje samog razvitka žena u poslovnom procesu. Drugi dio rada se odnosi na statističko praćenje žena poduzetnica, provođenje raznih analiza te poticanje i zastupljenost položaja žena kako u Hrvatskoj tako i u svijetu dok se treći dio rada odnosi na primjere ženskog poduzetništva u Hrvatskoj.

# 2. RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

## 2.1. Pojam ženskog poduzetništva

Poduzetništvo je jedan od najvažnijih i najstarijih oblika poslovanja koji pospješuje i stvara modernu korporativnu industriju. Baš zbog takvog razvitka poduzetništva životni standard se dosta povećao u svijetu. Pod definicijom poduzetništva vlasnik ili menadžer je onaj koji profitira, preuzima inicijativu te tim djelovanjem pokušava profitirati. Jako je važno razumjeti da poduzetništvo spada u srednji rod gdje spol ne donosi nikakvu važnost, ali kulturni i pravni sustav gdje ide poduzetništvo može stvoriti ozbiljne prepreke u ženskom poduzetništvu.

Žensko poduzetništvo je važan element gospodarskog rasta i učinkovita metoda demokratskog društva utemeljeno na osnaživanju žena jednakosti spolova. Potrebno je osigurati poslove za veći broj žena kako bi se izgradilo poduzetničko okruženje na jednakim prilikama za oba spola. Poduzetništvo osnažuje žene i dovodi do snažnih i pozitivnih promjena u gospodarstvu i društvu. Ima moć transformacije u gospodarstvu i društvu jer stvara nova radna mjesta i sektore koje uključuju: inovativnost, raznolikost i kreativnost.[1]

Tijekom cijele povijesti žene su bile poduzetnice ali se to nije naglašavalo sve do trenutka za obnavljanje naroda i zemlje te nakon brojnih ratova gdje su muškarci ginuli te ostali trajni psihički ili fizički invalidi. Žene su nakon Drugog svjetskog rata u Austriji, Njemačkoj i Italiji morale zarađivati i za plaćanje ratnih odšteta. Prvo žensko poduzetničko udruženje osnovala je Yvonne Foinant 1945.godine u Francuskoj. Nakon gubitka muža u ratu svoja je bolna iskustva htjela podijeliti sa ženama te im na taj način pomoći. FCEM (Femmes Chef d´Enterprises) se iz Francuske proširila na svjetski savez poduzetnica u koji je učlanjeno trideset država. Žene u poduzetništvu ili žensko poduzetništvo sve je češća tema brojnih konferencija, znanstvenih skupova, seminara, programa vlada i političara diljem svijeta, pa tako i u Republici Hrvatskoj. U Republici Hrvatskoj još nije usvojena jedinstvena definicija ženskog poduzetništva pa tako ni ženskog poduzeća. Iako je većina žena u svjetskoj populaciji također time predstavlja u

[1] Ng-Lun, K., Shahbaz, N. i Ozbay, N. (2013). *Važnost ženskog poduzetništva*. Učenje za poduzetništvo, 3 (1), str. 39-48. Preuzeto s https://hrcak.srce.hr/130295, (23.07.2021.)

poduzetništvu i manjinu zbog ekonomskog, socijalnog i političkog nepovoljnog položaja u odnosu na muškarce.[2]

Nejednakosti koje nastaju zbog spola na tržištu rada i poduzetništva također dovodi i do nejednakih mogućnosti za obrazovanje i usavršavanje što se odnosi na to koliko žene sudjeluju u svom poslu, koje utječu na mogućnosti napredovanja kao i na njihov izbor zanimanja i napredovanja. Sama promjena socijalnih modela jaki je utjecaj imala na ravnotežu moći između muškarca i žene kako u društvu tako se prostire i u poduzetništvu. U Hrvatskom gospodarstvu sve veća je zastupljenost žena što predstavlja pozitivnu pojavu što dovodi to toga da su sve više potrebni kvalitetniji, obrazovani i stručni ljudi. Sama konkurentna zastupljenost žena u poduzetništvu se ogleda na tradicionalne predrasude, nepovjerenju prema ženama, socijalnim stavovima koji su odgovorni u razvoju poduzetništva te nedovoljna zakonodavna organizacija kao pretpostavka za snažniji razvoj poduzetništva.[3]

U Republici Hrvatskoj broj žena poduzetnica čine 52% ukupne hrvatske populacije te udio zaposlenosti iznosi 45% i to 52% u državnom i 39%  u privatnom sektoru. U poduzetništvu populacija žena čine 30% ,na rukovodećim mjestima 27% i 19% na nadzornim odborima tvrtki. Među nezaposlenima udio iznosi 59% ,među zaposlenima na crno 65% dok na određeno vrijeme njihov udio iznosi 86%.[4]

### 2.2. Prepreke i izazovi u ženskom poduzetništvu

Sami pojam ženskog poduzetništva predstavlja jednu borbu koja traje dugi niz godina. S tim načinom su postignute pozitivne promjene koje su poboljšale položaj žena u svijetu pa tako i u Republici Hrvatskoj. Svaka žena koja želi prosperirati u svom poduzetničkom pothvatu prolazi kroz razne prepreke i izazove koje joj pomažu da ostvari svoj cilj tj. uspjeh.[5]

Najveće prepreke koje dovode žene u poduzetništvu su:

- nedovoljna informiranost,

[2] Đirlić, M., Kvartuč, T., Udruga "Domine", *Zaposlena žena je neovisna žena*, Split. Preuzeto s http://domine.hr/cms/clients/4/uploads7111.pdf, (25.07.2021.)

[3] Ibidem.

[4] Ibidem.

[5] Ibidem.

- poteškoće sa financijskih sredstvima,
- slabi sustavi educiranja tj. obrazovanja, te
- loše poznavanje tržišta rada.

S tim preprekama žene postaju nesigurnije u obavljanju svoje poduzetničke ideje što dovodi do pružanja prvog koraka. Zbog toga je potrebno da se okrenu određenim izazovima koji im pomažu za da svoj cilj koje su naumile da ostvare.

Jedan od glavnih izazova leži u državnim tijelima tj. zakonodavstvu koji pomažu da se žene poduzetnice osiguraju radi efikasnog identificiranja i rješavanja problema. Slijedeći izazov nastupa u razvijanju državnih tijela sa drugačijim društvenim stavovima o spolovima te njihovo uključivanje u razne institucije i politike koje se odnose na poduzetništvo i samozapošljavanje. U proteklih 20 godina pojam žena kao poduzetnice je povezana sa demokracijom društva koje se odnosi na izjednačavanje muških i ženskih prava.

Svega 5% žena u šezdesetim godina su bile među magistrima znanosti dok se u današnjim vremenima nalaze žene sa 45% specijaliziranim poslijediplomskih poslovnih programa. Većina žene imaju po svojoj prirodi usađene kreativnosti i vještine te potrebna stručna znanja dok za razliku od muških poduzetnika često nemaju ravnopravan pristup određenim informacijama pa tako i raznim zajmovima što dovodi do slabijeg razvitka uspješnog vođenja poslova. Žene poduzetnice su visokoobrazovane kao i muški poduzetnice te su također sklone preuzimanju rizika i imaju razvijen poduzetnički duh. Na razvijanje poslovnih procesa žene su više svestranije i realnije razmišljaju od svojih kolega poduzetnika. Također uvažavaju tuđa mišljenja i savjete suradnika što predstavlja jedan profesionalan i fleksibilan čin. Rade na način da bolje razume ljude oko sebe ne samo kupce već i svoje djelatnike i suradnike jer su ih spremne saslušati. Sav taj način poslovanja, organizacije, timskog rada dovodi do onoga najvažnijeg a to je da radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije.[6] Hrvatska je zemlja povoljna za razvoj ženskog poduzetništva stoga bi trebalo otkloniti sve prepreke kako

[6] Đirlić, M., Kvartuč, T., "Udruga Domine", *Zaposlena žena je neovisna žena*, Split. Preuzeto s http://domine.hr/cms/clients/4/uploads7111.pdf, (28.07.2021.)

bi podrška institucija i okoline bila kontinuirana i sustavna, a pristup financijskim resursima lakši.[7]

### 2.3. Obrazovanje žena

Gotovo svaka svjetska publikacija koja se bavi ženskim poduzetništvom navodi kako ne postoji baza podataka koja bi služila kao izvor informacija i podloga za ozbiljna istraživanja što predstavlja veliki nedostatak. Poduzetnice su visoko obrazovane žene koje su najviše sklone preuzimanju rizika uz to imaju i razvijen poduzetnički duh pa se može reći da su poduzetnice prve koje su započele s vlastitim poduzetničkim pothvatom u tranzicijskim zemljama.

Što se tiče formalne naobrazbe u Sloveniji je situacija vrlo slična kao i u Hrvatskoj jer fakultetska naobrazba nije bila usmjerena na poduzetničke pothvate pa se u takav pothvat ulazilo tek kad bi se fakultetski obrazovale. U istraživanju se pokazalo da u Sloveniji je ustanovljena razlika u odabiru područja obrazovanja. Žene su se više opredijelile na društveno-humanističke znanosti nego tehničke znanosti.[8]

Potrebno je izdvojiti vremena osim za dnevne aktivnosti tako i za usavršavanjem praktičnih vještina bez kojih je nemoguće zamisliti da poduzetnički pothvati ostanu bez kvalitetnog vođenja, opstanka pa i samog razvoja poslovanja poduzeća. Isto tako se treba izdvojiti vrijeme, novac i dodatno obrazovanje, ako uz to spadaju i obiteljske aktivnosti dovodi se do pitanja da li će se moći organizirati kvalitetan život.

U Hrvatskoj je jako teško dobiti informacije kao i znanje o poduzetništvu putem formalnog obrazovanja pa čak su i programi vezane za tu temu rijetkost. S obzirom da se znanje bolje i više usavršava u mlađoj životnoj dobi OECD savjetuje da se aktivnosti i određeni sadržaji na temelju poduzetništva uvedu što ranije u školski program. Takvi programi omogućuju brže prepoznavanje u područjima interesa kao i prepoznavanje talenata koji samim time olakšavaju i izbor zanimanja. Na izbor zanimanja jako utječe proces socijalizacije tj. društvo u kojem škole

[7] Zirdum, G. i Cvitanović, V. (2017). Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E,* 7 (2), str. 205-222. Preuzeto s https://hrcak.srce.hr/191725, (7.9.2021.)

[8] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 29-30.

moraju odigrati veliku ulogu na način da obratite pozornost na mogućnosti i pružanja jednake šanse dječaka i djevojčice. U školskim programima se ne obraća pozornost na osobni razvoj što se smanjiva kvaliteta kreativnosti i fleksibilnosti već izrazito naglašavaju usvojena znanja što je potrebno pod hitno mijenjati metode učenja. Metode koje se preporučuju a koje podižu poduzetničku slobodu su:[9]

- preuzimanje odgovornosti,
- skupni rad,
- učenje činjenjem,
- prihvaćanje grešaka i rješavanje problema.

Žene koje nakon obrazovanja ulaze u obavljanju poduzetničkog pothvata nužno je da im se omoguće dodatna naobrazba i stjecanje novih znanja jer dolaze u raznim poteškoćama koje ih mogu usporiti. Jako je važna da usvajaju nova znanja jer je poslovno okruženje u sve većem razvitku u području tehnologija, informacija, komunikacijskog procesa i širenja tržišta. Poslovne udruge su te koje pomažu u zapadnoeuropskim zemljama za prepoznavanje važnosti novih znanja te što učinkovitije raspolažu sa obrazovanim programima. Iskustvo Australije, Kanade i SAD- a pokazuju da žene preferiraju:

- neformalnije iskustvene programe,
- žele učiti od žena,
- žele mentorice i pomoć drugih žena,
- prihvaćaju follow- up programe.

U svijetu se danas sve više upotrebljavaju mentorstva ili „ one-on-one" program jer se smatraju vrlo učinkovitom i uspješnom metodom. Primjenjuje se i „e-learning" ili „distance-learning" (učenje na daljinu). Te se metode održavaju razdvojeno na način da polaznice i predavačice ne moraju biti u određeno vrijeme na određenom mjestu ,a obrazovani sustav je olakšan putem modernih tehnologija što daje veliku prednost.

U Hrvatskoj se većinom koriste djelomični programi jer nije dovoljno razvijena organizacija koja nudi programe poduzetničke aktivnosti. Samim time nije lako biti poduzetnik a kamoli poduzetnica. Najveći nedostaci su: odsutnost podrške vlasti, zapreke bračnog sustava,

[9] Ibidem 8, str. 31.

nedovoljna aktivnost Vlade u promicanju i pružanju programa za poduzetničke aktivnosti žena, nedostatak financijskih sredstava, nedostatak informacija, manjak samopouzdanja. Nezaobilazne prepreke u obrazovanju su i pristupačnost tečajeva, seminara, radionica i treninga. Ako je cijena previsoka nije teško donijeti odluku da se sredstva ulože negdje drugdje, a ne u dodatno obrazovanje. Stoga u djelomičnim programima koji predstavljaju jedinu mogućnost u Hrvatskoj za poslovno osposobljavanje iskustva su pokazala da su žene te koje u takvim programima sudjeluju i više se njih voli vidjeti u ulozi voditelja jer time polaznicima omogućuju dodatno povjerenje.[10]

Važno je napomenuti da je na Četvrtoj svjetskoj konferenciji UN-a o ženama koja se održala 1995. godine omogućile preporuke da žene imaju ista prava pri dobivanju kredita u svojim poduzetničkim pothvatima. Na taj bi se način ekonomska stabilnost ojačala putem inovativnog povezivanja sa financijskim institucijama kao i zajedničkih kreditnih shema. Mjere koje poduzetnicama omogućavaju potpore su:[11]

- osigurati da mjere i odredbe ne diskriminiraju malo poduzetništvo koje vode žene;
- osiguranje porodiljskog dopusta;
- pomoću lakšeg pristupa produktivnim izvorima kao i pravo na vlasništvo zemlje i razvojnih programa osigurati potencijalne zarade za žene koje se nalaze na području sela;
- osnovati kreditne fondove za žensko poduzetništvo koje dovode do uspješnih kooperativnih modela s društvenom organizacijom.

## 2.4. Usporedba između muškog i ženskog poduzetništva

Individualna karakteristika koja se proučava među poduzetnicima je spol što ukazuje na to da su u posljednjim godinama došlo do znatnog porasta samozapošljavanja žena što utječe na razvijanje i osnivanje novih pothvata čak više od muškaraca. Od 1997. do 2002. poslovanja koje su u vlasništvu žena rasla su dvaput brže od stopa privatnih kompanija od toga je jedna trećina vezana najviše za socijalne i zdravstvene službe.

[10] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 32.

[11] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 23.

Jako dobro je poznato da dobre karakteristike kod poduzetnika kao što su: motivacija, obiteljsko podrijetlo, obrazovanje, radno iskustvo dovode do poslovnog uspjeha. S obzirom da su same karakteristike poduzetnika i poduzetnica jako slične, poduzetnice se razlikuju po pitanju motivacije, profesionalnog iskustva pa i vještina.[12]

U tablici su navedene karakteristike poduzetnika i poduzetnica po čemu se može vidjeti da muškarci imaju kontrolu nad vlastitom sudbinom za pokretanje stvari. Ova motivacija dovodi najčešće do loše komunikacije sa šefovima ili da bi oni mogli bolje voditi određenu poslovnu funkciju. Dok su žene za razliku od muškaraca motivirane za postignućem što ih je doveo sami stres u prethodnim iskustvima u kojima im nije bilo dopušteno nikakvo djelovanje pa ni napredak. Općenito poduzetnici i poduzetnice imaju veliki interes i iskustvo u svom području rada ka i točke polaska i pokretanje poslovanja. Prijelaz iz sadašnjeg zanimanja kod poduzetnika na novi pothvat je olakšan a pogotovo ako se to zanimanje nadovezuje na njegovo trenutno zanimanje. Kod poduzetnica je dosta zahtjevnije jer prethodno zanimanje napuštaju s osjećajem poslovne frustracije ali i entuzijazmom na novi pothvat. Kod samog financiranja muškarci navode izvori kao što su ulagači, bankovni ili privatni zajmovi koje im služi za izvor kapitala dok se žene oslanjaju na osobnu imovinu ili uštedevinu što je teže kod dobivanja financijskih sredstava i kredita. Što se tiče samog poslovnog iskustva muškarci ih najviše imaju u proizvodnji ,tehničkim područjima pa i financijama. Žene većinom imaju administrativnog iskustva koje se najviše odnose na području usluga. Što se tiče same osobnosti oba spola su jako energični ,neovisni i željni k ostvarenju cilja. Međutim kod muškaraca je samouvjerenost jako izraženija dok su manje fleksibilni i tolerantni od žena.[13]

Većinom svaka poduzetnica svoje poduzetničke pothvate započinje u starijoj dobi (35 do 40 nasuprot 25 do 35) uz drugačije obrazovanje. Poduzetnici najčešće studiraju zanimanja koja se vežu za područja tehnike ili poslovanje dok su žene te koje su obrazovane na području humanističkih znanosti. Kod potpornih skupina muškarci navode savjetnike kao što su: odvjetnici, računovođe koji predstavljaju važne podupiratelje, a supruge su im na drugom mjestu. Žene navode kao podupiratelje svoje muževe, bliske prijatelje pa i poslovne suradnike što znači da se one više oslanjaju na vanjske izvore potpora pa i informacija kao što su ženske grupe, trgovačke udruge dok muškarci nemaju toliko vanjskih potpora.

[12] Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2008.). *Poduzetništvo*, Mate d.o.o., Zagreb, str. 62.

[13] Ibidem, str. 63.

Štoviše, sama činjenica je poznata da se u prirodi pothvata razlikuju muškarci i žene. Žene svoje pothvate pokreću u odnose s javnošću ili neka dodatna edukacija, trgovina na malo dok će muškarci krenuti sa proizvodnjom, visokom tehnologijom pa i građevinom. To dokazuje da poduzetnice imaju manje poslovanja s nižom zaradom za razliku od poduzetnika.[14]

[14] Ibidem 12, str. 64.

Tablica 1. Usporedba poduzetnika i poduzetnica

| Karakteristike | Poduzetnici | Poduzetnice |
|---|---|---|
| MOTIVACIJA | -težnja da se stvari obave<br>-osobna neovisnost – slike o samome sebi odnosi se na status na temelju uloge u korporaciji je nevažna<br>- želja za kontrolom | - ostvarenje cilja<br>- vode se na to da rade same da su neovisne |
| TOČKA PROLASKA | - nezadovoljstvo sa trenutnim poslom<br>- prilike za stjecanje<br>- otpuštanje ili odlazak | - promjene osobnih okolnosti<br>- prepoznavanje prilika u nekom području<br>- stres na poslu |
| IZVOR FINANCIJA | - ulaganje<br>- ušteđevina i osobna imovina<br>- financiranje | - privatni zajmovi<br>- ušteđevina i osobna imovina |
| PODRIJETLO ZNANJA | - iskustvo u određenom poslu<br>- osoba koja je dosegla visoku razinu postignuća u određenom području<br>- sposoban na svim poslovnim funkcijama | - iskustvo u tom poslovnom području<br>- iskustva koja su potreba vezana za određeno poslovno područje<br>- profesionalno područje vezano za usluge |
| KARAKTERNE OSOBINE | - orijentiranost prema cilju<br>- visoka razina samopouzdanja<br>- entuzijastičan i energičan | -kreativna i realistična<br>- srednja razina samopouzdanja<br>- entuzijastična i energična |
| PODRIJETLO | - fakultetski obrazovan<br>- prvorođeno dijete<br>- otac je bio samozaposlen | - fakultetski obrazovana<br>- prvorođeno dijete<br>- otac je bio samozaposlen |
| POTPORNE SKUPINE | - poslovni suradnici<br>- supruga<br>- profesionalni suradnici | - obitelj<br>- suprug<br>- ženske profesionalne grupe ,trgovačka udruženja |

Izvor: Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2011). *Poduzetništvo*. 7. izdanje. Zagreb, Mate d.o.o., str. 65.

## 2.5. Smjernice za poboljšanje položaja poslovne žene u Hrvatskoj

Žensko poduzetništvo u Hrvatsko je sve prepoznatljivije te je svijest o važnosti ženskog poduzetništva za gospodarski i ukupni razvoj poprilično raste. Sve poteškoće i ograničenja koje dovode do sputavanja žena poduzetnica je potrebno rješavati na razini neposrednog poslovnog života i poslovnog okruženja kao i na institucionalnoj razini.[15]

[15] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 84-85.

Veliku ulogu razvoja imaju i raznovrsne institucije pa i akcije u kojima su puno učinka imale i njihove udruge te poslovne žene, Vladini stručnjaci i institucije, javni mediji i druge koji su pridonijeli njezinom razvoju. Povodom toga uvode se prijedlozi za potporu razvoja ženskog poduzetništva kao što su:

- utvrđivanje i definicija ženskog poduzetništva u pogledu specifičnih mjera (ekonomske, socijalne, političke) u skladu s posebnosti ženskog poduzetništva;
- jačanje analitičke i istraživačke osnovice na temelju praćenja, iskustva drugih i potrebe razvoja;
- uvođenje statističkog praćenja žena poduzetnica o korištenju vremena koje bi omogućile pomoć obiteljima poslovnih žena kao i zapošljavanje;
- institucionalne mjere koje su potrebne da bi pojednostavile zakonske procedure pri razvoju i pokretanju ženskog poduzetništva, olakšavanje pristupa tehničkoj i financijskoj potpori te umrežavanje nevladinih organizacija;
- lakši pristup financijskim sredstvima putem inovativnih pristupa kroz posebne fondove, omogućavanje jamstva pri kreditiranju;
- poticanje određenih mjera za zapošljavanje i samozapošljavanjem;
- poduzimanje menadžerskih sposobnosti (marketing, razvoj ljudskih resursa, područje financija) radi smanjivanja internih barijera, stručno osposobljavanje i prekvalificiranje te lakši pristup informacijama;
- razvijanje infrastrukture i institucija, poticanje povjerenja i društvenih veza između poslovnih partnera za smanjivanje socijalnih ograničenja;
- omogućiti i osposobiti poduzetnice i menadžerice za „long distance learning" i za korištenje mogućnosti za rješavanje specifičnih i pojedinačnih problema;
- poticati mlade djevojke na redovno školovanje kako bi kampanje mogle inicirati ih za promociju obuke i izobrazbe;
- kod jačanja konkurentnosti ženskog poduzetništva u malim i velikim poduzećima potrebno je samohranim majkama omogućiti bolji pristup obuke i tehnologije, istražiti veze između tehnologije i razvoj poslovnih mogućnosti te promovirati razne udruge, industrije i vlade koja će omogućiti bolja udruženja i mreže poduzetnicama;
- u internacionalizaciji ženskog poduzetništva je potrebno provoditi razne programe obrazovanja za međunarodno povezivanje i suradnju;

- poduprijeti žene poduzetnice na strateško udruživanje žena koje rade izvan svoje zemlje i žena iz domovine.[16]

[16] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 86-87.

# 3. STATISTIČKO PRAĆENJE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

Jedna od bitnih značajki ženskog poduzetništva je samozapošljavanje ili čak u većini zemalja koje su u razvoju čisto preživljavanje. U zemljama koje su u tranziciji u doba komunizma uvodilo se načelo pune zaposlenosti bez ekonomskog opravdanja što je na žene rezultiralo nezaposlenje zbog obiteljskih obveza pa tako i zakona koja su pružala olakšice za odsutnost s posla zbog majčinstva i skrbi za djecu što se smatralo manje potrebnom radnom snagom. Tako su žene iz javnih poduzeća i službi bile češće otpuštane. Zbog toga su zemlje koje su bile u tranziciji pokušale s samozapošljavanjem žena putem osnivanja mikro i manjih poduzeća ali zbog nedostatka poduzetničke kulture te su radnje bilo s više ili manje uspjeha, poticale na međunarodne organizacije. U svijetu žensko poduzetništvo je povezano sa obiteljskim obvezama jer se smatra da je žena ta koja ima glavnu ulogu unatoč novijim ulogama da odgovorno roditeljstvo bude jednako ulozi muškarca i žene.[17]

Također u Hrvatskoj je jako teško mjeriti rad u domu i obitelji jer nema navedenih podataka gdje obiteljske obveze olakšavaju ili otežavaju poduzetničke aktivnosti i pothvate kod žena. U današnjim vremenima muškarci su počeli sudjelovati u obavljanju kućanskih poslova koje su se prije smatrale samo ženskim. Dok opet s drugog stajališta žene su počele poduzetničke aktivnosti obavljati vezane za rad kod kuće, novije tehnologije koje podrazumijevaju informatičke ili izrade rukotvorina te drugih proizvoda koje ne zahtijevaju veći prostor kao ni tehničku opremu.

Da bi se dobio točan uvid u odnos ženskog poduzetništva pa time i obiteljskih obveza potrebno je primijeniti statističku metodu „korištenja vremena" koju provode statistički uredi svih članica Europske unije. Karakteristike koji čini sam pojam „korištenja vremena" su:[18]

- osnovne potrebe,
- rad za plaću ili dobit,
- radu u kućanstvu,
- slobodno vrijeme.

[17] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 26.

[18] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 27.

Tijekom 1980-ih godina Institut Ujedinjenih naroda za proučavanje i osposobljavanje za unapređenje položaja žena (INSTRAW) u suradnji sa EUROSTAT-om su omogućili korištenje tih karakteristika ženske populacije. Od strane ženskog rada velika je pozornost bila usmjerena na klasifikaciju proizvodnih djelatnosti što predstavlja veliku poteškoću u radu sa formalnim i neformalnim ekonomskim aktivnostima.

Još uvijek postoje razlike između formalnih i neformalnih aktivnosti u kućanstvu, predlažu se razna rješenja kao što su: rad samozaposlenih te neplaćena pomoć u obiteljskim poduzećima. U Hrvatskoj je potrebna znatno veća pažnja koja će pomoći u pogledu poboljšanja proizvodnih aktivnosti pa time i karakteristika korištenja vremena. Potrebno je pokrenuti raspravu koja bi donijela bolje razumijevanje odnosa poduzetnice i njene obitelji što najbolje tome mogu pridonijeti udruge poslovnih žena sa statističkim uredom. Također „korištenje vremena" pruža i mnoge informacije o svakodnevnom životu žena i njihovim položajem u društvu.

Ustanovljeno je da žene više vremena troše na obiteljske dužnosti pogotovo u dobnoj skupini od 25 do 34 godine dok u nekim zemljama predstavlja vrhunac u kasnoj dobi. Primjerice u Mađarskoj i Finskoj je ženski rad u obitelji u svim dobnim skupinama veći od rada muškaraca.

Studije o korištenju vremena su rijetko usporedive stoga Multinacionalni arhiv studija o vremenskom budžetu čiji je pokrovitelj Europska fondacija za unapređenje uvjeta rada radi na tome da osigura njihovu usporedivost.

Potrebno je da se na temelju značajnih podataka i najboljih iskustava razvijenih i tranzicijskim zemalja potiče žensko poduzetništvo uz potpore obitelji i javnih institucija jer je odnos žene i obitelji jako bitan faktor koji istodobno omogućuje rad i rast poduzeća te odgovornu ulogu žene u obitelji.[19]

### 3.1. Akcijski plan provedbe strategije razvoja poduzetništva žena u RH

Sama strategija provedbe žena u Hrvatskoj podrazumijeva određene mjere i aktivnosti do kraja 2020.g. kako bi se utvrdili radi ispunjavanja ciljeva koji su navedeni u Strategiji. Usklađuju se razne politike i programi te Vlada Republike Hrvatske osniva Međuresornu radnu skupinu koja

[19] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 28.

se sastoji od nekoliko predstavnika ministarstva koji su nadležni za znanost, obrazovanje i sport, poduzetništvo i obrt, razvoj i fondove Europske unije, gospodarstvo, tijela Vlade za ravnopravnost spolova i sl. Strategija pomaže da se osnaži i koordinira rad institucionalnih mehanizama kao što su: agencije, državne uprave, lokalne i područne samouprave, poduzetničke potporne institucije, akademske i poslovne zajednice, komorski sustav, civilni sektori te drugi oblici umnožavanja žena poduzetnica.[20]

Tijela koja su zadužena kao nositelji aktivnosti i provedbe:

- izgrađuju polugodišnje, godišnje te trogodišnje izvješće o provedbi Strategije;
- prate aktivnosti na način da preko imenovanih predstavnika izražavaju resorse koji se pojavljuju tijekom provedbe i predlažu dodatni plan akcije;
- sudjeluju u izradi promidžbe poduzetništva žena kao i u izradi komunikacijskog plana;
- uspostavljaju mehanizme zajedničkog rada u cilju provedbe Strategije.

Također su prisutni i drugi dionici koji podupiru aktivno sudjelovanje politike i programa koji osnažuju razvoj poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj. Oni se obvezuju na kvalitetnu suradnju u cilju ostvarivanja uvjeta u okviru svoje nadležnosti koje zajedno sa svojim djelatnicima poboljšavaju poduzetničke aktivnosti, doprinose podršci u poticanju razvoja ženskog poduzetništva. Prisutni su u ministarstvu poduzetništva i obrta gdje provode i realiziraju ciljeve same Strategije ovog Akcijskog plana te na temelju tih aktivnosti Vladi Republike Hrvatske podnose izvješće jednom godišnje.[21]

[20] *Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u RH 2014.-2020.*, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014), Zagreb. Preuzeto s https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/ARHIVA%20DOKUMENATA/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, (01.08.2021.)

[21] *Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u RH 2014.-2020.*, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014), Zagreb. Preuzeto s https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/ARHIVA%20DOKUMENATA/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, (01.08.2021.)

Slika 1. Strategija razvoja poduzetništva u RH 2014.-2020.

Izvor: *Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u RH 2014.-2020.*,Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, (2014), Zagreb. Preuzeto s https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/ARHIVA%20DOKUMENATA/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, (02.08.2021.)

Na slici se nalazi Akcijski plan provedbe Strategije koje sadrži osnovna 4 strateška cilja te zajedno s njima uvodi i mjere koje pospješuju samu analizu ženskog poduzetništva.

***Strateški cilj 1. Poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika***

Mjera 1. Međuresorna radna skupina i koordinacija

- koordinacija resornih politika i programa za stvaranje poticajnog okruženja ženskog poduzetništva;

- redovito informiranje i konzultacije u suradnji sa stručnim radnim skupinama kao što su civilni sektor, komorski sustav te poslovne zajednice.[22]

Mjera 2. Statistička osnovica i povezivanje izvora informacija

- određivanje početnog stanja na temelju raspoloživih pokazatelja;
- povezivanje službenih registara u cilju pospješivanja podataka o poduzetništvu žena;
- izrada projekta koji se sastoji od baze podataka za poduzetništvo žena;
- kontinuirano rješavanje statističkih praćenja poduzetničke aktivnosti žena.

Mjera 3. Stvaranje poticajnog okruženja

- analiza i praćenje poduzetničke aktivnosti žena i predlaganje promjena (radno iskustvo, vlasnička prava i sl.);
- provođenje aktivnosti na pojednostavljivanju primjenom načela „Počnimo od malih", preporuke EU i primjera dobre prakse.[23]

***Strateški cilj 2. Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena[24]***

Mjera 4. Potpora poduzetnosti žena

- žene poduzetnice sudjeluju u programima poticajnih mjera koje omogućuju korištenje dodatnih bodova i pogodnosti;
- provodi se program za samohrane majke, radi se o programu samozapošljavanja;
- podržava se i žene poduzetnice u socijalnom poduzetništvu;
- omogućava se i sufinanciranje za brigu o djeci i starijima kao i za nezaposlene žene koje planiraju samozapošljavanje;
- nudi se veća informiranost za program samozapošljavanja;
- provodi se potpore za prijelazno razdoblje od samozapošljavanja do poslodavca;
- jačanje podrške za osnivanje gospodarskog subjekta za brigu o djeci i starijima.

[22] *Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u RH 2014.-2020.*, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014), Zagreb. Preuzeto s https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/ARHIVA%20DOKUMENATA/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, (02.08.2021.)

[23] Ibidem 22.

[24] Ibidem 22.

Mjera 5. Poslovno umrežavanje

- s postojećim institucijama se jača povezanost koje predstavljaju umrežavanje (udruge poslodavaca, mreže žena menadžerica kao i poduzetnica);
- aktivna promidžba i uvođenje mreža poduzetnica na svim razinama;
- organiziranje raznih konferencija, radionica, seminara koje pridonose razvoju okupljanja žena da porade na jačanju pravne pismenosti, propisima i normama;
- pružaju se posebne podrške inicijativama za razvoj mreža poduzetnicama;
- omogućava veću zastupljenost žena poduzetnica u svim poslovnim okruženjima.

Mjera 6. Osposobljavanje i obrazovanje

- uvođenje programa za stjecanje formalnih programa za razvijanje poduzetničkih aktivnosti i samozapošljavanja te znanja o pokretanja programa za mlade;
- povećava se razvoj programa obrazovanja za žene s početnim znanjem kao i za poduzetnice koje su usmjerene na rast poslovanja tržišta u EU te pruža inovacije kao i nove tehnologije;
- razvijanje programa obrazovanja koji su specifični za udruženje poduzetničkih subjekata;
- uvodi se promocija za savjetodavne programe namijenjene ženama poduzetnicama koje žele koristiti franšizu pod uvjetom kao poslovni model;
- razvoj obrazovanja programa za obiteljska poduzeća s naglaskom na problem prijenosa upravljanja i vlasništva;
- uvodi se istraživanja o korištenju dizajnerskih usluga s Hrvatskim dizajnerskim društvom;
- omogućuju suradnju sa stručnjacima koje pridonose istraživanju razvoja za poduzetnički pothvat žena;
- razvijanje novih modela osposobljavanja, pružanja novih tehnologija, usavršavanjem kroz kreativne industrije i samo usavršavanje žena na menadžerskim pozicijama.

Mjera 7. Povoljno financiranje

- informiranost žena o pristupu financijskim sredstvima;
- provođenje jamstvenih i kreditnih programa za pogodnosti koje omogućuje lakše poslovanje;
- uvođenje dostupnih projekata kao i promocija alternativnih oblika financiranja;

- jačanje i poticanje razvoja udruge poslovnih anđela – žena i promocija takvog oblika financiranja;
- razne izrade koje dovode do zakonskih rješenja za uvođenje novih oblika financiranja.

***Strateški cilj 3. Uvođenje poduzetničkih žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu***[25]

Mjera 8. Savjetovanje i mentorstvo na regionalnoj razini

- provođenje programa savjetodavaca koji su zaduženi za žensko poduzetništvo;
- uvođenje programa obrazovanja za savjetodavce i konzultante;
- pružanje usluga treningom i savjetovanje ženama od samog početka kao početnica do poduzetnice;
- razvijanje kvalitetnih savjetodavnih usluga kao i web seminara;
- uvođenje određenih standarda koje pospješuju djelovanjem institucija za samozapošljavanje i poduzetništvo rasta.

Mjera 9. Podrška poduzetništvu žena kroz potpornu infrastrukturu

- suradnja sa poduzetničkom otpornom infrastrukturom za uključivanje razvojne strategije i planove u poduzetništvu žena;
- organiziranje radionica koje uvode ciljane mjere za potpunu infrastrukturu, a radi se o sustavnom izvješćivanju, praćenju, promociji i promidžbi;
- organiziranje godišnje rasprave o poduzetništvu žena na potpornoj infrastrukturi.

Mjera 10. Pružanje stručne potpore za poduzetničke potpore žena

- razvijanje stručne pomoći u djelatnostima novih tehnologija i inovacija za poduzetničke potpore žena;
- pružanje i širenje savjetodavnih usluga koja posebno pogoduju obiteljskim poduzećima;
- pružanje i širenje savjetodavnih usluga treninga za poduzetnice;
- razvijanje programa za stručnu podršku u poduzetništvu projekata žena za otočna i krška područja.

[25] *Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u RH 2014.-2020.*, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014), Zagreb. Preuzeto s https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/ARHIVA%20DOKUMENATA/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, (03.08.2021.)

***Strateški cilj 4. Promocija poduzetništva žena***[26]

Mjera 11. Komunikacijske aktivnosti i promidžba Strategije

- predstavljanje Strategije na svim nacionalnim, područnim, lokalnim i međunarodnim razinama;
- izgradnja plana promidžbe i komunikacije;
- mogućnost što većeg organiziranja raznih konferencija, skupova, sastanaka kao i okupljanja u cilju rasta promidžbe.

Mjera 12. Promocija mreža i razvoja poduzetništva žena

- uključivanje sa nadležnim ministarstvom za istraživanje o poduzetništvu žena;
- medijska promocija poduzetnicama;
- izrada kataloga i nagrađivanje uspješnih poduzetnica.

Republika Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja koja ima strategiju razvoja poduzetništva žena u nastojanju promicanja ravnopravnosti između muškarca i žene, nediskriminacija, jednake mogućnosti uključujući pristup osoba s invaliditetom. Uz gospodarsku krizu koja je započela 2008 godine posebno se daje naglasak na aktivnosti rodnoj uravnoteženosti:[27]

- porast stope rizika od siromaštva za žene u starijoj dobi,
- velika dominacija žena nezaposlenih,
- dominacija muškaraca u poduzetničkim aktivnostima,
- nepovezani programi i aktivnosti.

Svi strateški ciljevi doprinose dugoročnim promjenama vrijednosnog sustava koje omogućavaju pojačanje položaja žena u samostalno poslovanje kao i smanjenju rodne neuravnoteženosti u različitim područjima. Cilj je da se utvrde mehanizmi za praćenje provedbe, razviti statističku osnovicu kao i veze koje daju informacije o poduzetništvu žena u

[26] *Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u RH 2014.-2020.*, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014), Zagreb. Preuzeto s https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/ARHIVA%20DOKUMENATA/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, (03.08.2021.)

[27] Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014), Zagreb. Preuzeto s http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf, (25.08.2021.)

okruženju. Strategija omogućava olakšicu u razvoju ženskog poduzetništva u smislu lakšeg usklađivanja privatnog i poslovnog života žena kao i edukaciju članova obitelji koje im pomaže u pružanju podrške. S tim se osnivanju i zadruge koje okupljaju poduzetnice da se mogu razumjeti na način da podijele svoja iskustva i biti jedna međusobna podrška i pomoć.[28]

### 3.2. Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava u razdoblju od 2011. do 2019. godine

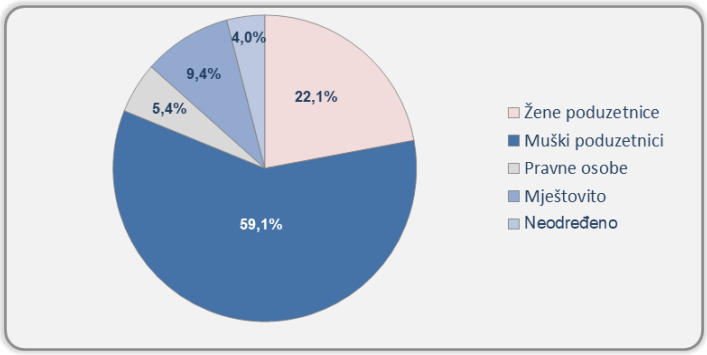
Financijska agencija je za Svjetski dan žena poduzetnica (19. studenog) analizirala je podatke prikupljene u Registru godišnjih financijskih izvještaja prema vlasničkoj strukturi društava prema rodnom kriteriju u razdoblju od 2011. do 2019. godine.[29]

U tom razdoblju podaci pokazuju kako udio žena poduzetnica tj. žene vlasnice trgovačkih društava postepeno raste uz iznimku 2015. godine kada je udio bio manji (18,3%) u odnosu na 2014. godinu (20,4%).Može se reći da je udio žena koje su isključivo žene osnivačice kretao se od 18,0% u 2011. godini do 22,1% u 2019. godini. U ukupnom broju trgovačkih društava udio ženskog poduzetništva u 2019. godini je bio 31,5% a prema procjeni Državnog zavoda za statistiku sredinom 2019. godine Hrvatska je imala 4.065.253 stanovnika, s tim da je od toga 1.970.684 muškaraca (48,5%) i 2.094.569 žena (51,5%),a u 2011. godini je prema Popisu stanovništva Hrvatska je na 4.284.889 stanovnika imala 2.066.335 muškaraca (48,2%) i 2.218.554 žena (51,8%).

[28] Alpeza, M., Has, M., Novosel, M., Singer, S. (2017). Izvješće o malim i srednjim poduzećima - 2016. Cepor, Zagreb. Preuzeto s http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf, (25.08.2021.)

[29] Financijska agencija Fina, Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje-od-2011.-do-2019?_com_liferay_asset_publisher_web_portlet_AssetPublisherPortlet_INSTANCE_pXc9EGB2gb7C_assetEntryId=530314, (25.08.2021.)

Grafikon 1. Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2019. godini prema rodnom kriteriju u RH



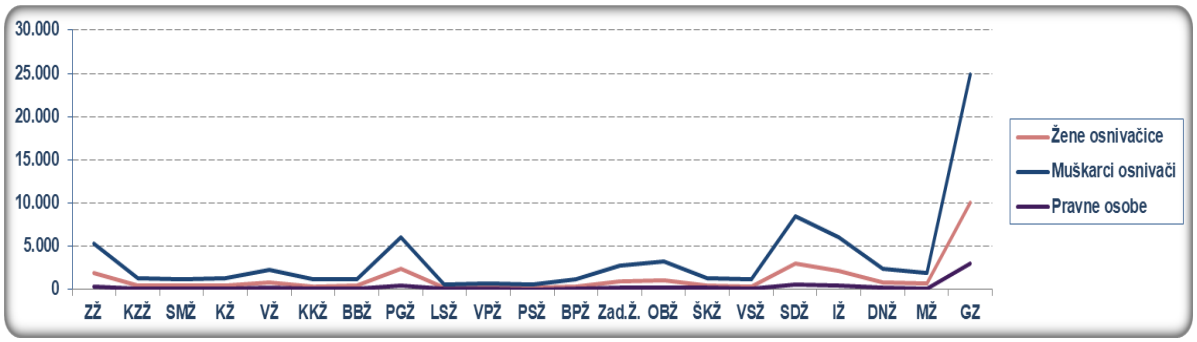

Izvor: Financijska agencija – Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje, (25.08.2021.)

Iz ovoga grafikona možemo iščitati da je od ukupnih 127.258 društava, 59,1% je u vlasništvu muškaraca, 5,4% je u vlasništvu pravnih osoba, 9,4% pripada mješovitom vlasništvu, 4,0% su skupine koje ne mogu odrediti u kojem vlasništvu pripadaju dok je za 22,1% isključivo u vlasništvu žena, s tim da su 11.998 društava žene suvlasnice s muškarcima ili s pravnim osobama što udio ženskom poduzetništva u ukupnom broju raste na 31,5%.[30]

Udio trgovačkih društava u kojem su isključivo žene u vlasničkoj strukturi prema rodnom kriteriju po županijama je najveći u Bjelovarskoj -bilogorskoj županiji sa 24,9%. Od ukupnih 1.975 trgovačkih društava te županije prevladava 492 društva koja su isključivo u vlasništvu žena, dok je sa 59,7% u 1.179 društava prevladava vlasništvu muškaraca.

[30] Financijska agencija Fina, Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje-od-2011.-do-2019?_com_liferay_asset_publisher_web_portlet_AssetPublisherPortlet_INSTANCE_pXc9EGB2gb7C_assetEntryId=530314, (25.08.2021.)

Grafikon 2. Vlasnička struktura trgovačkih društava u RH po županijama - prema rodnom kriteriju u 2019.




Izvor: Financijska agencija - Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje, (25.08.2021.)

Iz grafikona se može vidjeti da je naniži udio sa 18,9% žena poduzetnica u Virovitičko-podravskoj županiji u kojoj ima ukupno 1.027 trgovačkih društava, što od toga predstavlja 194 društva koja su u vlasništvu žena, 663 društava što čini 64,6% u vlasništvu muškaraca. U području županije Grada Zagreba je najveći broj trgovačkih društava u vlasništvu žena sa ukupnim 10.032 što predstavlja udio sa 23,1% u ukupnom broju trgovačkih društava.[31]

U područjima djelatnosti u vlasničkom udjelu najviše žena poduzetnica prevladava u ostalim uslužnim djelatnostima (S) s 54,8% udjela u ukupnom broju poduzetnika područja ,a udio muškaraca kao vlasnika je 33,3%.U tom području djelatnosti bilo je bilo je 11.071 zaposlenih od čega je 2.524 društva koja su u vlasništvu žena bilo sa 4.599 zaposlenih dok je kod 1.441 društva u kojem su u vlasništvu muškaraca bilo 3.668 zaposlenih.

[31] Financijska agencija Fina, Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje, (25.08.2021.)

Tablica 2. Broj trgovačkih društava prema vlasničkoj strukturi, prema rodnom kriteriju, u 2019. godini

| | Područje djelatnosti | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K |
| Žene osnivačice | 454 | 17 | 2.404 | 76 | 62 | 1.830 | 5.742 | 847 | 2.988 | 863 | 89 |
| Muškarci osnivači | 1.484 | 98 | 8.562 | 345 | 243 | 11.422 | 16.749 | 4.509 | 7.086 | 4.427 | 229 |
| Pravne osobe osnivači | 170 | 28 | 643 | 189 | 394 | 653 | 1.214 | 269 | 473 | 421 | 54 |
| Mješoviti osnivači | 279 | 31 | 1.466 | 92 | 53 | 1.021 | 2.845 | 355 | 1.028 | 695 | 38 |
| Neodređeno | 134 | 30 | 764 | 92 | 34 | 623 | 1.014 | 190 | 456 | 292 | 31 |
| Ukupno | 2.521 | 204 | 13.839 | 794 | 786 | 15.549 | 27.356 | 6.170 | 12.031 | 6.698 | 441 |

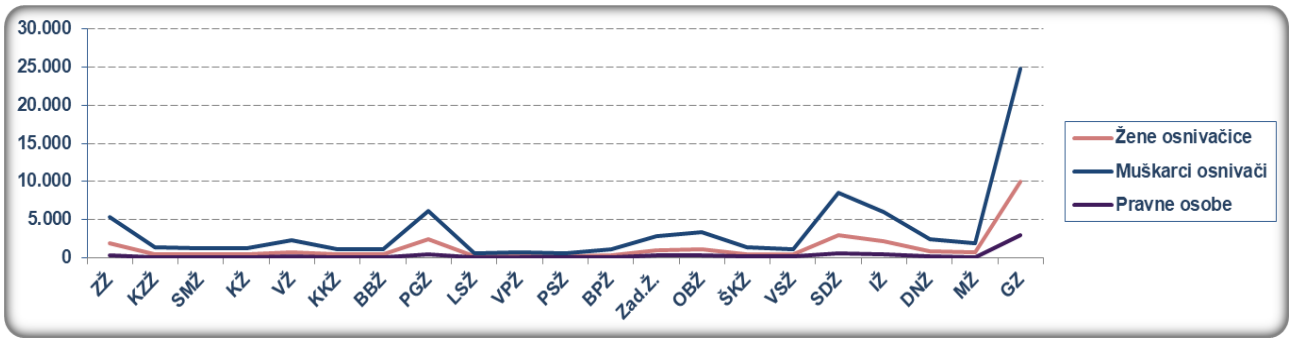
| | | | | | | | | | Ukupno |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| L | M | N | O | P | Q | R | S | T | |
| 1.060 | 6.271 | 1.643 | 0 | 433 | 351 | 445 | 2.524 | 1 | 28.100 |
| 2.664 | 10.378 | 3.745 | 3 | 480 | 360 | 920 | 1.441 | 1 | 75.146 |
| 812 | 835 | 448 | 7 | 31 | 21 | 138 | 71 | 0 | 6.871 |
| 873 | 2.242 | 631 | 1 | 84 | 110 | 156 | 206 | 0 | 11.998 |
| 413 | 622 | 260 | 3 | 22 | 17 | 63 | 83 | 0 | 5.143 |
| 5.822 | 20.348 | 6.727 | 14 | 1.050 | 859 | 1.722 | 4.325 | 2 | 127.258 |

Izvor: Financijska agencija, Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje, (26.08.2021.)

Najviše je žena osnivačica kao poduzetnice u stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti (M).Njih 6.271 su ostvarile prihod u iznosu od 3,5 milijardi kuna. Od ukupnog društva od 20.348 u toj djelatnosti vlasnice su žene sa udjelom od 30,8%, a u trgovačkim društvima od 2.242 žene dijele vlasništvo s muškarcima ili pravnim osobama kao osnivači društva. Kod žena osnivača i mješovitih osnivača bilo je svega 21.152 zaposlenih sa ostvarenim prihodom u iznosu od 8,4 milijarde kuna od ukupnih 32,6 milijardi kuna koje su ostvarila sva društva u područjima stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti (M) u 2019. godini.[32]

[32] Financijska agencija Fina, Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje, (26.08.2021.)

Grafikon 3.Vlasnička struktura trgovačkih društava u RH po podr. djel. - prema rodnom kriteriju u 2019.godini




Izvor: Financijska agencija, Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje, (26.08.2021.)

Najveći prihod žene poduzetnice su ostvarile u području trgovine (G) u iznosu od 12,2 milijardi kuna. Zatim u prerađivačkoj industriji (C) sa iznosom od 5,3 milijardi kuna prihoda te u građevinarstvu (F) s ostvarenih 3,7 milijardi kuna prihoda. Isto tako žene poduzetnice su ostvarile i najveći prihod po zaposlenom u iznosu od 879,2 tisuće kuna u području trgovine, dok su za najveću dobit po zaposlenom ostvarile u području djelatnosti opskrbe električnom energijom, plinom, parom i klimatizacijom (D) u iznosu od 63,1 tisuća kuna.

Stoga možemo utvrditi da udio žena poduzetnica raste najviše u područjima uslužnih djelatnosti, dok u područjima proizvodnog karaktera udio žena i muškaraca u vlasničkoj strukturi je daleko podložan muškim poduzetnicima kao vlasnicima. Prema analizi podataka iz godišnjih financijskih izvještaja prema vlasničkoj strukturi društva i rodnom kriteriju može se primijetiti da se stanje sporo mijenja bez obzira na poticanje u razvoju ženskog poduzetništva, raznim strategijama koje pomažu pri osnivanju kao i uvođenje žena u svijetu biznisa u kojemu su nažalost još uvijek u manjini zbog toga što takvo okruženje više pripada muškom dijelu stanovništva.[33]

[33] Financijska agencija Fina, Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019.). Preuzeto s https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje, (26.08.2021.)

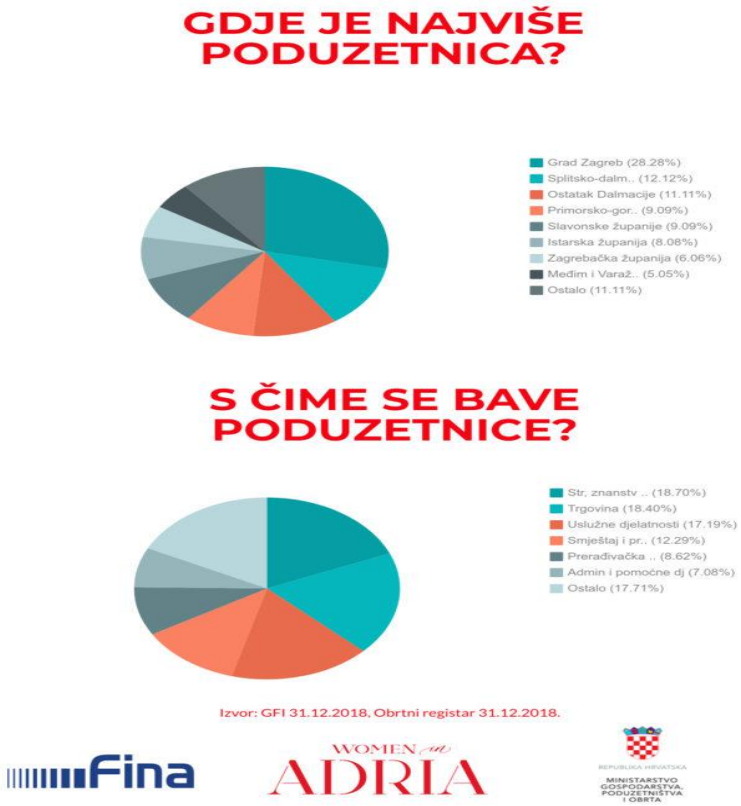
### 3.3. Poticanje i zastupljenost ženskog poduzetništva u RH

Samo razvijanje ženskog poduzetništva je vrlo specifično jer sporije rastu. Takvi postupak nastaje zbog uspostavljanje teške ravnoteže između privatnog i poslovnog života što predstavlja poslovni rizik.[34]

Žene su jako fleksibilne u obavljanju poslova pa zbog toga se i dovode na pokretanje vlastitog biznisa i ostanu u začaranom krugu. One se brinu za posao i za obitelj istovremeno, doje djecu, odvode ih u školu ili vrtić ,pišu s njima zadaće kući što bi u principu značilo da žene puno rade a jako malo naprave. I zbog takvog tempa u životu žena poduzetnica, budu prijavljene u tvrtkama na manje od punog radnog odnosa što je jako učinkovito jer s time održavaju njihovo radno vrijeme što se kasnije vidi i po prihodima u njihovim tvrtkama. Zbog toga je čin svakog početnika hrabar jer se upušta u takve avanture a posebno kod žena jer su posebna kategorija i zbog svog demografskog učinka.

[34] GFI 31.12.2018. Obrtni registar, Ministarstvo gospodarstva poduzetništva i obrta, Zagreb. URL: https://www.womeninadria.com/svjetski-je-dan-poduzetnica/, (26.08.2021.)

Grafikon 4. Prikaz udjela sa najviše poduzetnica po županijama u Republici Hrvatskoj i njihovo zanimanje




Izvor: GFI 31.12.2018. Obrtni registar, Ministarstvo gospodarstva poduzetništva i obrta, Zagreb. Preuzeto s https://www.womeninadria.com/svjetski-je-dan-poduzetnica/, (26.08.2021.)

Zastupljenosti najviše ima tamo gdje je i najveća poduzetnička aktivnost. Kao što se vidi na slici, prikaz prvog grafa predstavlja najveću zastupljenost poduzetnica u Gradu Zagrebu, nakon toga je Splitsko- dalmatinska županija, Istarska županija, Primorsko- goranska županija i dr. Tako se za ostalim županija smatra bez obzira što je poduzetnička aktivnost manja kao što su: Bjelovarsko-bilogorska županija te Sisačko- moslovačka gdje je broj muških poduzetnika pao u 2018.godini,a u ženskom porastao. Što se tiče same struke tj. djelatnosti žena poduzetnica s čime se bave najčešće prevladavaju stručne, znanstvene i tehnološke djelatnosti, trgovine na veliko i malo, djelatnosti smještaja i pripreme te ostale uslužne djelatnosti.[35]

[35] GFI 31.12.2018. Obrtni registar, Ministarstvo gospodarstva poduzetništva i obrta, Zagreb. URL: https://www.womeninadria.com/svjetski-je-dan-poduzetnica/, (26.08.2021.)

Broj poslovnih subjekata u ženskom vlasništvu raste brže. U Hrvatskoj je 22% tvrtki i 32% obrta u ženskom poduzetništvu. Na jednu tvrtku ženskog vlasništva ide 2.63 tvrtke u muškom dok na jedan ženski dolazi 1.9 obrt u muškom vlasništvu. Svaki dan interes i sklonost žena raste za poduzetništvo što se može vidjeti po brojkama da je od 2010. godine broj tvrtki u ženskom vlasništvu narastao za 1.67 puta, dok u je u muškom značajno manje 1.14 puta. U 2018 godini je vidljivo da se boj ženskih obrta jako povećao u odnosu na muške obrte. Tako je broj obrt u muškom vlasništvu narastao za 5% dok u ženskom vlasništvu za 6%.[36]

Slika 2. Broj poslovnih subjekata u ženskom vlasništvu

Izvor: GFI 31.12.2018. Obrtni registar, Ministarstvo gospodarstva poduzetništva i obrta, Zagreb. Preuzeto s https://www.womeninadria.com/svjetski-je-dan-poduzetnica/, (26.08.2021.)

[36] Ibidem 35.

### 3.4. Povjerenje u državne institucije

Jedna od zapreka u razvoju poduzetništva je rad državnih institucija. Najnižu razinu povjerenja prema anketama poslovne žene očituje se u rad pravosudnog sustava. Izostanak povjerenja izrazilo je30,5%, a minimum povjerenja 40% ispitanica. U manjak povjerenja izrazile su i na rad državne uprave (69,7%) i Sabora Republike Hrvatske (69,2%) a sami rad Vlade Republike Hrvatske malo skoro nimalo povjerenja ima 57,5% ispitanica.
Neispunjavanjem očekivanja reformi se također provodi kroz nepovjerenje koje su vlasti najavljivale tijekom izbornih kampanja te su povodom toga institucionalni poticaji izostali gdje su žene razočarane takvim radom.

Moguće je da u državi još uvijek postoji dovoljno prostora za strpljivost i razumijevanja poteškoća u kojem se nalazi hrvatsko društvo jer 1/4 ispitanica ne može odrediti ima li ili nema povjerenja u rad institucija.[37]

Tablica 3. Povjerenje u državne institucije

**Povjerenje u državne institucije**

| Institucije | vrlo veliko povjerenje (%) | veliko povjerenje (%) | ne znam (%) | malo povjerenje (%) | nikakvo povjerenje (%) | aritmetička sredina |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Pravni sustav | 1,5 | 6,2 | 21,5 | 40 | 30,8 | 2,08 |
| Državna uprava | 0 | 4,5 | 25,8 | 50 | 19,7 | 2,15 |
| sabor | 1,5 | 4,6 | 24,6 | 49,2 | 20 | 2,18 |
| vlada | 1,5 | 15,2 | 25,8 | 43,9 | 13,6 | 2,47 |

Izvor: Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 48-49.

[37] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, str. 48-49.

### 3.5. Statistike o položaju žena u modernom društvu

Na planeti ima 7,8 milijardi stanovnika što ih od toga čine žene gotovo 50% svjetske populacije (3.864.825.000).Kina i Indija značajno utječu na broj stanovnika u svijetu jer one spadaju pod najmnogoljudnije zemlje. U Kini prevladava 37 milijuna muškaraca više nego žena zbog toga što se baziraju na populacijsku politiku jednog djeteta u obitelji što se najčešće odlučuju za sina. Dok u Indiji je situacija još gora jer je veća razlika koja predstavlja 54 milijuna muškaraca više nego žena jer se vode patrijarhalnom sustavom u kojem se ženska djeca neželjena jer im za udaju trebaju osigurat miraz što u ovoj državi predstavlja značajan financijski trošak. U ostalim dijelovima svijeta osim Oceanije prevladavaju više žena nego muškaraca.[38]

Tablica 4. Procjena ukupnog stanovništva i udio žena za 2020. godinu

| Procjena ukupnog stanovništva i udio žena za 2020. godinu | | | |
|---|---|---|---|
| **Lokacija** | **Ukupno** | **Od toga žene** | **%** |
| Svijet | 7.794.799 | 3.864.825 | 49,58% |
| Azija | 4.641.055 | 2.267.593 | 48,86% |
| Kina | 1.439.324 | 701.076 | 48,71% |
| Indija | 1.380.004 | 662.903 | 48,04% |
| Afrika | 1.340.598 | 670.720 | 50,03% |
| Europe | 747.636 | 386.575 | 51,71% |
| Latinska Amerika i Karipsko otočje | 653.962 | 332.334 | 50,82% |
| Sjeverna Amerika | 368.870 | 186.289 | 50,50% |
| Australija, Novi Zeland i Oceanija | 42.678 | 21.314 | 49,94% |
| Australija | 25.500 | 12.801 | 50,20% |
| Novi Zeland | 4.822 | 2.452 | 50,85% |

Izvor: United Nations, Department of Economics and Social Affairs, Population Divison (2019). World Population Prospects. Preuzeto s https://zene.bezgranica.hr/2020/10/04/statistike/, (02.09.2021.)

Ovim statističkim podacima se dovodi do pitanje ravnopravnosti jer ovi brojčani aspekt ne osigurava jednakost žena u modernom društvu. Još uvijek žene nisu ostvarile ravnopravnost sa muškarcima što se očituje u svakodnevnom životu.

[38] Udruga bez granica, Statistike o položaju žena u modernom društvu (2020.). Preuzeto s https://zene.bezgranica.hr/2020/10/04/statistike/, (27.08.2021.)

Sama uloga majke koja predstavlja čuvaricu doma i obitelji seže i do podjele sveukupnog utjecaja u društvu što dovodi do veće moći muškaraca. Novija vremena omogućavaju brži razvoj društva u materijalnom smislu što time otežava rodnoj ravnopravnosti.[39]

Povodom Međunarodnih dana žena Europski parlament je uveo mjere koje bi poboljšalo rodnu ravnopravnost, a to su:[40]

- jačanje klimatske pravde za ublažavanje klimatskih promjena na žene (2017.);
- borba protiv spolnog uznemiravanja na javnom mjestu, radnom mjestu, na internetu pa i u političkom životu (2018.);
- uvođenje ciljeva, ulaganja, osposobljavanja i radnih dogovora kako bi uklonile razlike u plaćama između muškaraca i žena (2020.);
- uvođenje pravila za ravnotežu između poslovnog i privatnog života koje pružaju veći standard za roditeljski dopust i dopust za skrbnike (2018.);
- poziv na iskorjenjivanje genitalnog sakaćenja žena (2020.);
- sudjelovanje žena u digitalnom gospodarstvu i donošenje mjera za uklanjanje digitalnog jaza među spolovima kao i poticanje djevojčica na studiranje informacijsko-komunikacijskih tehnologija (2021.);
- ponovno pozivanje država za Istanbulske konvencije za borbu protiv rodno uvjetovanog nasilja (2021.).

[39] Ibidem 38.

[40] Europski parlament, Ključne etape u borbi za prava žena (2021.). Preuzeto s https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/priorities/medunarodni-dan-zena-2021/20210225STO98706/vremenska-crta-kljucne-etape-eu-a-u-borbi-za-prava-zena-video, (27.08.2021.)

# 4. PRIMJERI ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ

U ovom dijelu rada predočiti će se neki od primjera uspješnih žena poduzetnica koje su svoje snove ostvarile i pokazale da žene mogu dominirati u poslovnom svijetu.

Jedan od najboljih primjera ženskog poduzetništva u muškom svijetu je vlasnica tvrtke Dorotea Effenberger, inspirativna pobjednica 2020 godine koja je poslovanje preuzela dok je tvrtka bila još u formi te ju je digla do perspektivnih stotinjak zaposlenih. Suvlasnica je sa 95% udjelom u tvrtki i predsjednica uprave tvrtke Tahograf čije se poslovanje temelji na stvaranje dodatnih vrijednosti voznih parkova čime poboljšava učinkovitosti kroz isporuci originalnih rezervnih dijelova prve gradnje kao i ugradnju fleet management sustava. Svoje priznanje je posvetila svim ženama koje su na bilo način promijenile svijet unatoč predrasudama kao i zabranama koje su ih sputavale i ugrožavale njihovu vlastitu slobodu i život te su se borile za pravo glasa, pravo na školovanje kao i za neovisnost i jednakost u svijetu.

Kao Mikro poduzetnica godine istaknula se Kristina Ukalović vlasnica tvrtke Kris Derma i ustanove za obrazovanje odraslih Adrianus. 2010. godine je otvorila svoju tvrtku Kris Derma te se posvetila distribuciji Redviderm-a te edukacijom u sklopu tvrtke Reviderm Akademije u kojoj je prošlo više od 2000 ljudi.2017.godine je otvorila tvrtku u Bosni te sada imaju 16 specijalističkih centara. Svi rade na istoj strategiji, na tržištu ih ima puno te ih za partnere biraju razne: klinike, dermatološki centri, kozmetološki centri, stomatološki centri diljem Hrvatske.

Veliku ulogu u svijetu ženskog poduzetništva u Hrvatskoj ima perspektivna pobjednica godine Danira Glavinić, vlasnica tvrtke i obrta Dadda&Rocco koja je postala za samo manje od 5 godina postojanja vodeći baby brend u Hrvatskoj gdje se širi i na inozemna tržišta. Tvrtka je osnovana krajem 2015. godine na Braču bez ikakvog prethodnih iskustva u poduzetništvu. Obrt je pokrenula sa svojom majkom kada je otac otišao u mirovinu. Posao je pokrenula samo sa jednom krojačicom da bi danas imali 11 zaposlenih što čini 90% žene što ih čini jako ponosnim jer su svoju tvrtku započeli bez uložene kune u reklamiranje i bez fizičkih kanala prodaje te se očituju kvalitetom proizvoda i prepoznavanju potreba na tržištu.[41]

[41] https://www.womeninadria.com/nagrade-najboljim-poduzetnicama-2020-pobjednice/, (28.08.2021.)

Kao naj-poduzetnica za 2021.godinu izabrana je Jadranka Vrhovec na temelju aktivnosti i rada koji su postignuti u izazovnim vremenima sa korona krizom. Vlasnica je i direktorica tvrtke Jadromel iz Križevaca koja je 2017. godine pokrenula vlastitu proizvodnju dodataka prehrani po brendovima Jadrankina otopina i Jadrankina formula. Uz to je i samohrana majka. Samo održavanje njezinog vlastitog poslovanja je za nju bilo vrlo kritično, ali i izazovan zadatak preživljavanja i tržišne održivosti. Jadranaka je bila suočena sa zdravstvenom bolesti štitnjače što ju je dovelo do toga da je pronašla inspiraciju te lagano ulazila u poduzetničke vode i proizvodnje hrvatskim suplemenata. Za nju nagrada naj-poduzetnice predstavlja jednu veliku čast i izazov jer joj daje mogućnost daljnjeg razvijanja da u budućnosti svojim brendovima podigne kvalitetu proizvoda.[42]

Potrebno je spomenuti i osnivačicu beauty brenda „Skintegra" Jelenu Skendžić koja je uz svoje vrhunske osmišljene formulacije proizvoda i kvalitete sastojaka te uz tisuće zadovoljnih korisnika diljem Hrvatske dobila potvrdu izvornosti iz prestižnog britanskog časopisa Voguea koji žele da se Skintegra uvrsti kao mlada snaga novog vala u kozmetičkoj industriji *Let's face it* kompanije. Sve je počelo nizom neuspješnih terapija koje je osnivačica Jelena konzumirala na svojoj koži koja joj je bila problematična godinama te je shvatila da se neprestano vrti u začaranom krugu. 2016. godine je odlučila pokrenuti svoju vlastitu liniju proizvoda za zahtjevnu kožu te je postala hit od prvog lansiranja proizvoda. Formulacija vlastitih proizvoda joj nije predstavljala strah jer je godinama radila s izvrsnom formulatoricom koja je imala popriličan staž u kreiranju formulacija za zahtjevnu kožu. Minimalno 6 mjeseci je bilo potrebno da se odrade svi ubrzani testovi , procjene rizika, kreiranja dokumentacije i registracija proizvoda prije stavljanja na tržište. S vremenom je posao počeo rasti te su ostvarivali dobru financijsku dobit što je omogućilo zapošljavanje većih broj ljudi. Zbog uspješnosti poslovanja cilj im je proširiti tehnički kadar kao i proizvodne pogone koji im je apsolutni prioritet. Svojim radom i trudom je stegla velik broj korisnica beauty brenda „Sintegra" kako u Hrvatskoj tako i u svijetu te joj njihovo povjerenje daje motivaciju da nastavi dalje raditi i ostvariti poslovne uspjehe koje će olakšati svakodnevnicu svim ženama sa problematičnom kožom.[43]

[42] https://privredni.hr/nagrade-za-predan-rad-i-inovativni-trzisni-angazman-najboljim-poduzetnicima, (28.08.2021.)

[43] https://poduzetnik.biz/zivotni-stil/jelena-skendzic-budite-odvazni-i-uvijek-se-fokusirajte-na-kvalitetu/, (08.09.2021.)

Primjer upornosti i neposustajanja u ono u što vjeruje je uspješna hrvatska poduzetnica Marina Kolar, osnivačica tvrtke „Konekta". Tvrtka se bavi pomaganjem drugima točnije edukacijom i savjetovanjem. S obzirom da se edukacijom bavila čitavim životom, prije 16 godina nego je osnovala Konekt je stvarala projekte, organizacije i tvrtke, time je zadovoljavala svoj stvaralački nemir. Stvaranjem „Konekta" joj nije predstavljao problem jer je prije toga vodila razne poslove od izvršne direktorice, voditeljice prodaje za HR, pisala je i vodila EU projekte, vodila edukacije, selekcije, bila je i mentorica te su joj sva ta zanimanja pomogla da uz stečeno znanje koje je stekla sve kroz godine vodi svoju tvrtku bez poteškoća. Najviše prepreka u svom osnivanju je imala sama sa sobom te je morala točno razjasniti svoju viziju i da nema što izgubiti. To joj je pomoglo da te prepreke gleda kroz priliku za rast, vjerovanjem u sebe i da ih je potrebno otkloniti. Najljepši dio posla joj je rad s ljudima koji su željni promjene jer napraviti prvi korak je najteže bez pružene podrške. Uživa u procesima stvaranja poduzetničkih ideja, brandiranju, kao i u procesima organizacijskog razvoja u kojima timove i tvrtke dovodi na put uspjeha.[44]

Iz primjera uspješnih poduzetnica u Hrvatskoj koje su zbog svojih ostvarivanja bile nagrađivane može se uočiti da su istaknute odlike žena poduzetnica dovele do toga da trebaju vjerovati u sebe, u svoju snagu, otvorenu intuiciju , prihvaćanje novih trendova i ideja koja se nude na tržištu kao i ulaganje napora za samostalno ostvarivanje uspješnih ciljeva.

[44] https://zena.rtl.hr/bolja-ja/posao-i-obitelj/uspjesna-hrvatska-poduzetnica-porucuje-nema-potrebe-da-budemo-superzene-93707dbc-35e5-11eb-b383-0242, (08.09.2021.)

# 5. ZAKLJUČAK

Žene u poduzetništvu su često osuđivane u vidu samog poslovnog neuspjeha, nedovoljnog pružanja podrške, izostanku financijske potpore, teškom usklađivanju profesionalnog i privatnog života, nedovoljnoj spremnosti za stjecanje poduzetničkih znanja, kao i diskriminiranju da su muškarci bolji poduzetnici od žena. Već se stoljećima vuku predrasude koje sputavaju žene da se istaknu u svijetu nedovoljnog razumijevanja ljudskih vrijednosti. Slušanjem negativnih stavova dovelo je do toga da se žene prepuste strahu od vođenja poduzetničkih poslovnih pothvata navodeći ih da imaju o sebi loš stav u smislu manjka osjećaja vrijednosti.

S obzirom da se žene zalažu za jednakost u poslovnom svijetu i ravnopravnost što jako utječe na njihov položaj može se reći da je poticanjem, upornosti i zalaganjem u Hrvatskoj kao i u svijetu dovelo do značajnog porasta u razvoju žena kao poduzetnica. Na taj način se razbijaju predrasude društva koja nameću da je muška dominacija više znakovita. Sve više je žena koje su preuzele poslove u muškom svijetu baš zbog svoje inovativnosti, intuicije, spremnosti na rizik, predanosti u obavljanju poslovnih obaveza što rezultira k ostvarivanju ciljeva boljeg poslovnog okruženja jer im je važnije zajedničko postignuće nego sami profit.

U Hrvatskoj je također porastao broj programa državnih potpora uz jačanje odobrenih projekata i odobrenih kredita od strane Vlade koja poboljšava infrastrukturu poduzetništva žena. Takvi programi i strategije mogu pomoći da se žene oslobode od straha koji im je nametnut dugi niz godina, potaknuti ih da osnaže te pružiti im neizmjernu podršku. Potrebno je raditi na tome mijenjajući percepciju i stavove društva prema ženama u poduzetništvu, poticati ih na obrazovanje, povećati mogućnosti zapošljavanja žena, ohrabrivati ih da mogu samostalno i odgovorno obavljati poduzetničke aktivnosti kako bi pomogle pri razvoju svojih uspješnih poslovnih ciljeva.

Bit svakog dobrog poduzetnika u ovom slučaju poduzetnice je da vjeruje u sebe, u svoj instinkt, da pokaže svoju ambicioznost, ne dozvoliti da predrasude i razni stavovi utječu na donošenje odluka koje su potrebne za daljnji razvoj poslovnog procesa jer samo trudom i radom te uz dobru maštu i ideju mogu se postići veliki rezultati koji će dokazati da su žene sposobne, samostalne, odgovorne i uspješne poduzetnice.

# LITERATURA


[1] *Akcijski plan za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u RH 2014.-2020.*, Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014), Zagreb. URL: https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/ARHIVA%20DOKUMENATA/Akcijski_plan_provedbe_Strategije_razvoja_poduzetnistva_zena_RH12117.pdf, (01.08.2021.)

[2] Alpeza, M., Has, M., Novosel, M., Singer, S. (2017). *Izvješće o malim i srednjim poduzećima - 2016.*, Cepor, Zagreb. URL: http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf, (25.08.2021.)

[3] Đirlić, M., Kvartuč, T., Udruga "Domine", *Zaposlena žena je neovisna žena*, Split. URL: http://domine.hr/cms/clients/4/uploads7111.pdf, (25.07.2021.)

[4] Europski parlament, *Ključne etape u borbi za prava žena (2021.).* URL: https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/priorities/medunarodni-dan-zena-2021/20210225STO98706/vremenska-crta-kljucne-etape-eu-a-u-borbi-za-prava-zena-video, (27.08.2021.)

[5] Financijska agencija Fina, *Registar godišnjih financijskih izvještaja (2019).* URL: https://www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje-od-2011.-do-2019?_com_liferay_asset_publisher_web_portlet_AssetPublisherPortlet_INSTANCE_pXc9EGB2gb7C_assetEntryId=530314, (25.08.2021.)

[6] GFI 31.12.2018. Obrtni registar, Ministarstvo gospodarstva poduzetništva i obrta, Zagreb. URL: https://www.womeninadria.com/svjetski-je-dan-poduzetnica/, (26.08.2021.)

[7] Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002). *Poslovna žena-društveni položaj, karijera, obitelj,* Krug, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb

[8] Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2008.). *Poduzetništvo*, Mate d.o.o., Zagreb

[9] Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2011). *Poduzetništvo*. 7. izdanje. Zagreb, Mate d.o.o.

[10] Ng-Lun, K., Shahbaz, N. i Ozbay, N. (2013). *Važnost ženskog poduzetništva*. Učenje za poduzetništvo, 3 (1), str. 39-48. URL: https://hrcak.srce.hr/130295, (23.07.2021.)

[11] Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014), Zagreb. URL:

http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf, (25.08.2021.)

[12] Udruga bez granica, Statistike o položaju žena u modernom društvu (2020.). URL: https://zene.bezgranica.hr/2020/10/04/statistike/, (27.08.2021.)

[13] United Nations, Department of Economics and Social Affairs, Population Divison (2019). World Population Prospects. URL: https://zene.bezgranica.hr/2020/10/04/statistike/, (02.09.2021.)

[14] Zirdum, G. i Cvitanović, V. (2017). Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E,* 7 (2), str. 205-222. URL: https://hrcak.srce.hr/191725, (7.9.2021.)

[15] URL: https://www.womeninadria.com/nagrade-najboljim-poduzetnicama-2020-pobjednice/, (28.08.2021.)

[16] URL: https://privredni.hr/nagrade-za-predan-rad-i-inovativni-trzisni-angazman-najboljim-poduzetnicima, (28.08.2021.)

[17] URL: https://poduzetnik.biz/zivotni-stil/jelena-skendzic-budite-odvazni-i-uvijek-se-fokusirajte-na-kvalitetu/, (08.09.2021.)

[18] URL: https://zena.rtl.hr/bolja-ja/posao-i-obitelj/uspjesna-hrvatska-poduzetnica-porucuje-nema-potrebe-da-budemo-superzene-93707dbc-35e5-11eb-b383-0242, (08.09.2021.)

# POPIS SLIKA

Slika 1. Strategija razvoja poduzetništva u RH 2014.-2020. ..... 19
Slika 2. Broj poslovnih subjekata u ženskom vlasništvu..... 31

# POPIS TABLICA

Tablica 1. Usporedba poduzetnika i poduzetnica ..... 13
Tablica 2. Broj trgovačkih društava prema vlasničkoj strukturi, prema rodnom kriteriju, u 2019. godini ..... 27
Tablica 3. Povjerenje u državne institucije ..... 32
Tablica 4. Procjena ukupnog stanovništva i udio žena za 2020. godinu ..... 33