

# Rodna ravnopravnost u funkciji stvaranja društava blagostanja

---

**Gvardiol, Franka**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:195714>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-17**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU**  
**OPATIJA**

**FRANKA GWARDIOL**

**Rodna ravnopravnost u funkciji stvaranja društava blagostanja**

**Gender equality in the function of creating welfare societies**

**ZAVRŠNI RAD**

**RIJEKA, 2023.**

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU**  
**OPATIJA**

**FRANKA GWARDIOL**

**Rodna ravnopravnost u funkciji stvaranja društava blagostanja**

**ZAVRŠNI RAD**

Kolegij: Društveno poduzetništvo u uslužnim djelatnostima

Mentor: dr. sc. Marija Ivaniš, izvanredna profesorica

Studentica: Franka Gvardiol

Matični broj: ps24526/18

Smjer: Menadžment u turizmu

RIJEKA, srpanj, 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

**IZJAVA STUDENTA - AUTORA  
O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG/DOKTORSKOG  
RADA**

Franka Gvardiol  
(ime i prezime studenta)


ps24526/18  
(Matični broj studenta)

Izjavljujem da kao student - autor Završnog rada dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja **otvorenog pristupa završnim / diplomskim / doktorskim** radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog Završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije **CC BY** Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

Opatija, 11.4.2023.

Student - autor:

  
(potpis)

## SAŽETAK

Cilj ovog rada je istražiti ulogu rodne ravnopravnosti u procesu stvaranja društava blagostanja. Naglasak je stavljen na analizu kako ravnopravne prilike za sve spolove doprinose ekonomskom, socijalnom i političkom napretku. Osim toga, istražuje se kako su nerazmjernosti u pravima i pristupu resursima među spolovima prepreka ostvarivanju društava blagostanja. Kroz primjere i analizu relevantnih studija, rad će istaknuti ključne korake i političke strategije potrebne za postizanje rodne ravnopravnosti u svim aspektima društva.

**Ključne riječi:** rodna ravnopravnost, društva blagostanja, prava žena, ekonomska inkluzija, politička participacija.

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
1.1. Problem i predmet istraživanja .....	1
1.2. Svrha i cilj istraživanja .....	1
1.3. Ocjena dosadašnjih istraživanja.....	1
1.4. Znanstvena hipoteza i pomoćne hipoteze .....	2
<b>2. MAKROFENOMENI DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA</b> .....	3
2.1. Vrijednosna kriza hrvatskog društva .....	4
2.2. Suvremeni pristup društvenom poduzetništvu .....	8
2.3. Edukacijska, savjetodavna i mentorska podrška društvenim poduzećima .....	12
<b>3. ODRŽIVI RAST I RAZVOJ ZA DRUŠTVA BLAGOSTANJA</b> .....	15
3.1. Globalni ciljevi održivog razvoja.....	15
3.2. Ravnopravnost .....	18
3.3. Žene i muškarci na tržištu rada u Hrvatskoj.....	21
3.3.1. Poduzetnička aktivnost žena u Hrvatskoj .....	22
3.3.2. Prepreke i izazovi žena u poduzetništvu .....	23
3.4. Primjer ženskog poduzetništva u Hrvatskoj.....	24
<b>4. CILJEVI</b> .....	26
4.1. Ciljevi razvoja poduzetništva žena .....	26
4.2. Projekti poticanja poduzetništva žena .....	27
4.3. Značaj poduzetništva žena .....	29
<b>5. ZAKLJUČAK</b> .....	32
<b>POPIS LITERATURE</b> .....	33

# **1. UVOD**

Rodna ravnopravnost predstavlja ključnu temu koja se bavi ostvarivanjem jednakih prava, prilika i dostignuća za sve osobe neovisno o njihovom rodu. To je važan cilj kako na globalnoj razini, tako i na nacionalnoj i lokalnoj razini. Jednako važno je prepoznati da rodna ravnopravnost ne samo da promovira pravdu i jednakost, već ima i značajan utjecaj na stvaranje društava blagostanja.

## **1.1. Problem i predmet istraživanja**

Neravnopravnost spolova i nedostatak rodne ravnopravnosti predstavljaju ozbiljan problem u društvu koji utječe na sve njegove aspekte. Diskriminacija, nejednakost u pristupu resursima i prilikama, stereotipi i predrasude temeljene na rodu često sprečavaju ostvarivanje potpunog društvenog, ekonomskog i političkog napretka. Stoga je važno istražiti rodnu ravnopravnost i njen utjecaj na stvaranje društava blagostanja. Predmet istraživanja je utjecaj rodne ravnopravnosti na stvaranje društava blagostanja. Fokus će biti na proučavanju različitih aspekata rodne ravnopravnosti, kao što su pristup obrazovanju, zapošljavanje, političko sudjelovanje, zdravstvena skrb i društveni status. Također će se istražiti kako rodna ravnopravnost doprinosi održivom i inkluzivnom ekonomskom razvoju, te kako se borba protiv stereotipa i predrasuda može promovirati radi postizanja jednakih prilika i prava za sve osobe neovisno o njihovom rodu.

## **1.2. Svrha i cilj istraživanja**

Svrha ovog istraživanja je dublje razumijevanje veze između rodne ravnopravnosti i stvaranja društava blagostanja. Cilj je identificirati i analizirati pozitivne učinke rodne ravnopravnosti te istražiti izazove i prepreke s kojima se suočavamo u ostvarivanju potpune ravnopravnosti. Osim toga, istraživanje ima za cilj podići svijest o važnosti rodne ravnopravnosti i potaknuti akciju u smjeru postizanja jednakih prava, prilika i dostignuća za sve osobe bez obzira na njihov spol.

## **1.3. Ocjena dosadašnjih istraživanja**

Ova tema je bila predmet mnogobrojnih istraživanja i studija koje su pružile vrijedne uvide u povezanost između rodne ravnopravnosti i različitih aspekata društvenog, ekonomskog i političkog razvoja.

Dosadašnja istraživanja su pokazala da postizanje rodne ravnopravnosti ima mnoge pozitivne učinke na društvo. Ona pridonosi smanjenju siromaštva, povećanju produktivnosti, jačanju demokracije i unaprjeđenju kvalitete života. Rodna ravnopravnost omogućuje veću participaciju žena u radnoj snazi, politici i društvenom životu, što donosi brojne koristi za zajednicu u cjelini.

Međutim, istraživanja također ukazuju na prepreke i izazove u postizanju potpune rodne ravnopravnosti. Tradicionalni rodni stereotipi, diskriminacija na temelju spola, neravnoteža moći i nedostatak političke volje predstavljaju ozbiljne prepreke za ostvarenje jednakosti spolova. Iako su postignuti određeni napredak još uvijek ima prostora za poboljšanje u mnogim područjima.

#### **1.4. Znanstvena hipoteza i pomoćne hipoteze**

Postoji pozitivna veza između ostvarene rodne ravnopravnosti i stvaranja društava blagostanja. Glavna polazna hipoteza glasi da će društva koja postižu veću razinu rodne ravnopravnosti imati bolje rezultate u socijalnom, ekonomskom i političkom razvoju, te će pružati veće mogućnosti i blagostanje za sve članove društva bez obzira na njihov spol.

Pomoćne hipoteze:

P.H. 1: Društva koja osiguravaju jednake prilike za obrazovanje za sve osobe bez obzira na njihov spol imaju veći intelektualni kapital i produktivnost.

P.H. 2: Veća zastupljenost žena u politici i upravljanju dovodi do donošenja inkluzivnijih i uravnoteženijih politika koje odražavaju potrebe cijelog društva.

P.H. 3: Zapošljavanje temeljeno na jednakosti spolova i promicanje rodno uravnoteženih radnih mjesta potiče ekonomski rast i smanjuje ekonomsku nejednakost.



## 2. MAKROFENOMENI DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Potreba za društvenim poduzetništvom proizlazi iz globalne krize čiji su rezultat gubitak socijalnih vrijednosti, a i konstantna borba sa siromaštvom, gladi i nezaposlenosti. Društveno poduzetništvo pridonosi stvaranju individualnog i društvenog blagostanja, te poštuje održivi razvoj. Države se suočavaju s izazovima koje je donijela globalna kriza pa se nametnula potreba za društvenim poduzetništvom, to jest za društveno – duhovnim osviještenim poduzetnicima koji će svojim kreativnim, inovativnim rješenjima pridonijeti funkciji stvaranja društva blagostanja.<sup>1</sup>

Makrofenomeni društvenog poduzetništva odnose se na šire društvene i ekonomske trendove i promjene koje su povezane s razvojem i utjecajem društvenog poduzetništva na globalnoj razini. Ti fenomeni odražavaju rastuću važnost društvenog poduzetništva u suvremenom svijetu i njegov potencijal da oblikuje pozitivne društvene i ekonomske transformacije. Neki od tih makrofenomena su<sup>2</sup>:

1. Društvene inovacije: Društveno poduzetništvo potiče inovacije u rješavanju društvenih problema. To uključuje razvoj novih poslovnih modela, tehnologija i pristupa koji se fokusiraju na društvenu dobrobit. Društvene inovacije često proizlaze iz suradnje između poduzetnika, građana, civilnog društva i akademskih institucija.
2. Utjecaj na lokalnu zajednicu: Društveno poduzetništvo ima snažan utjecaj na lokalnu zajednicu. Ono potiče ekonomski razvoj, stvaranje radnih mjesta i jačanje socijalne kohezije. Društveni poduzetnici često djeluju na lokalnoj razini, rješavajući specifične probleme svoje zajednice i pridonoseći njezinom napretku.
3. Suradnja i partnerstva: Društveno poduzetništvo potiče suradnju i partnerstva između različitih sektora, uključujući privatni, javni i civilni sektor. Ova sinergija omogućuje zajedničko djelovanje i mobilizaciju resursa za rješavanje društvenih izazova. Partnerstva mogu uključivati vladu, nevladine organizacije, korporacije, sveučilišta i druge relevantne dionike.
4. Globalna dimenzija: Društveno poduzetništvo nije ograničeno na nacionalne granice, već ima globalnu dimenziju. Poduzetnici i organizacije često surađuju na međunarodnoj razini kako bi dijelili znanje, razvijali projekte s globalnim utjecajem i prenosili najbolje

---

<sup>1</sup> Galić, B., Nikodem, K. (2009.) „Percepcija rodnih jednakosti i šansi pri zapošljavanju u hrvatskom društvu. Pogled nezaposlenih žena“, Revija za socijalnu politiku, sv. 16 (3): 253–270.

<sup>2</sup> Blau, F. D., Kahn L.M., Winkler ,A. E. (2002.): The Economics of Women, Men and Work, Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

prakse. Globalno društveno poduzetništvo igra važnu ulogu u ostvarivanju ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda.

5. Promjena paradigme: Društveno poduzetništvo predstavlja promjenu paradigme u poslovnom svijetu. Ono promiče vrijednosti kao što su društvena odgovornost, održivost, pravednost i transparentnost. Umjesto isključivo fokusiranja na profit, društveni poduzetnici integriraju društvene ciljeve u svoje poslovne modele i djelovanje.

## 2.1. Vrijednosna kriza hrvatskog društva

Svijet u kojem živimo je svijet vrijednosti, što znači da svaka misao, vizija, pojava, događaj ili iskustvo za određenog pojedinca ima određenu vrijednost. Kriza vrijednosti je danas prisutna u svijetu. Ciljevi društva se ne mogu postići bez individualne vrijednosti ljudi, a i naravno da ti pojedinci znaju regulirati svoje odnose s drugima. Kultura je jedna od prvih vrijednosti koju valja izdvojiti. Kultura daje određene karakteristike jednog društva, a ona uz vrijednosti karakteriziraju neku zajednicu i to je ono što određuje socijalnu interakciju između članova društva.<sup>3</sup>

Pokazuje se da je društvena kriza kriza prevladavajućih vrijednosti koje više ne služe kao temelj legitimiteta društvenog sustava i kao sigurnosna mreža za njegovu stabilnost. Vrijednosti su predstavljene potrebama, ciljevima i idealima kojima netko teži. Dije se na fizičke i duhovne. Materijalne vrijednosti definiramo kao vidljive, a duhovne vrijednosti povezujemo s neprekidnim duhovnim razvojem osobe. Osobne vrijednosti su one koje su rezultat nesvjesnih utjecaja kao što su odgoj, obitelj, okolina, učitelji i drugi. Osobne vrijednosti služe kao načela vodilja osobe i pomažu joj razlikovati što je ispravno od onoga što je pogrešno. Gordon Allport je prvi od teoretičara koji se počeo ozbiljnije baviti istraživanjem vrijednosti, a navodi šest obilježja koja karakteriziraju zdravu i zrelu ličnost, a to su<sup>4</sup>:

- sposobnost sudjelovanja u brojnim aktivnostima i odnosima s drugim ljudima,
- emocionalna sigurnost i zadovoljstvo sa samim sobom,
- topla povezanost s drugim ljudima,

---

<sup>3</sup> Blau, F. D., Kahn L.M., Winkler ,A. E. (2002.): The Economics of Women, Men and Work, Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

<sup>4</sup> Blau, F. D., Kahn L.M., Winkler ,A. E. (2002.): The Economics of Women, Men and Work, Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

- puni kontakt sa stvarnošću,
- sposobnost proučavanja i upoznavanja samoga sebe,
- jedinstvena životna filozofija.

Nezaposlenost, bijeda, bolest, uništenje, siromaštvo i druga ponašanja neka su od onih za koje se vjeruje da je čovjek zaboravio oblik društvenog, političkog, ekonomskog i kulturnog života. Društvo se trenutno bavi velikim problemima. Ne postoji ravnoteža koja se mora postići da bi društvo funkcioniralo kako je zamišljeno. Društvene vrijednosti univerzalne prirode, kao što su rad, humanizam, sloboda, socijalna pravda i solidarnost, propadaju u odgovornom društvu.<sup>5</sup> Društvene vrijednosti predstavljaju općeprihvaćena, tradicijom naslijeđena vjerovanja i mišljenja u nekoj kulturi o tome što je ispravno, poželjno i istinito te bi kojim ciljevima društvo trebalo težiti. Takve vrijednosti određuju karakter društva. Vrijednosti hrvatskog društva su prikazane na 3 razine, a navedene su<sup>6</sup>:

- 1) Individualna razina vrijednosti društva
- 2) Nacionalna razina vrijednosti društva
- 3) Socijetalna razina vrijednosti društva

Individualni utilitarizam, odnosno težnja za materijalnim i drugim društvenim dobrima, dominantna je vrijednost na individualnoj razini u hrvatskom društvu, prema individualnoj razini vrijednosti društva, što se objašnjava pojmom "bogaćenje". Kada se koristio za opisivanje težnje za profitom, ovaj je izraz dobio na značaju, a društvo se smatralo poželjnim i legitimnim. O nematerijalnim vrijednostima kao što su hrabrost, nesebičnost, požrtvovnost i herojstvo u službi domovine raspravlja se na nacionalnoj razini društvenih vrijednosti.<sup>7</sup>

Domovinski rat imao je značajan odjek u Hrvatskoj, pokazujući da herojski kodeks postoji u cijelom našem dragom narodu. Na društvenoj razini vrijednosti društva opisuju se tri dominantne vrijednosti: radikalni egalitarizam, solidarnost i autoritarnost. Nitko ne bi trebao dobiti više od osobe koja ima najmanje, prema središnjem načelu radikalnog egalitarizma. Svaka ljudska skupina podržava vrijednost solidarnosti. U hrvatskom društvu solidarnost se

---

<sup>5</sup> Ivaniš, M (2018), Društveno poduzetništvo : poluga društava blagostanja, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

<sup>6</sup> Pavlek, M. H. (2015). Položaj žena menadžera. Tehnički glasnik, Vol. 9, No.2.

<sup>7</sup> Blau, F. D., Kahn L.M., Winkler ,A. E. (2002.): The Economics of Women, Men and Work, Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

doživljavala kao fenomen koji se javlja unutar grupe i povezivao se s obitelji, prijateljima, selom, zajednicom, a u novije vrijeme i radnim kolektivom.<sup>8</sup> Tijekom rata solidarnost se s grupne proširila na socijalnu razinu – socijalni fenomen, zbog solidarnosti s prognanicima i izbjeglicama. Autoritarnost je podvrgavanje pojedinca autoritetu, strahopoštovanje pred hijerarhijom. Najvažniji rezultat autoritarne vrijednosti je autoritarna politička kultura koja čini jednu od glavnih zapreka razvoju moderne demokracije. Hrvatska ima problema sa nezaposlenosti pa je čak 2016. godine imala stopu registrirane nezaposlenosti 14,8%, što je treći najveći postotak nezaposlenosti od 28 država u Europskoj Uniji. Hrvatska se uz nezaposlenost bori i s drugim problemima kao što su gospodarsko-ekonomska situacija, siromaštvo, nezadovoljavajući životni standard, loši političari i drugo.<sup>9</sup>

Shema 1.: Statistika tržišta rada 2023.



Izvor: <https://www.hzz.hr/statistika/>

Hrvatska se još od prošlog stoljeća suočava s navedenim problemima, pa je hrvatsko gospodarstvo proživjelo nekoliko kriznih razdoblja. Sve do Drugog svjetskog rata, kada je gospodarska kriza pogodila naše prostore, Jugoslavija je bila sljedeće krizno razdoblje za Hrvatsku. Ratna imovinska šteta, borbeni incidenti i ljudske žrtve 1945. godine ostavile su posljedice za koje je trebalo 20 godina da se saniraju. Između 1980. i 1990. procesi nacionalizacije i njihovi učinci doveli su do gospodarske krize koja je rezultirala društvenim, političkim i gospodarskim kolapsom.<sup>10</sup>

Tri su društvene, političke i gospodarske krize pogodile Hrvatsku u prošlom stoljeću, što znači da su trajale gotovo jedno stoljeće. U 20. stoljeću nije bilo gotovo nikakvog mirnog razvoja; umjesto toga, bila je pogođena dugotrajnim krizama koje nesmanjenom brzinom traju i danas. Budući da veća zaposlenost pomaže u rješavanju ekonomskih, političkih i društvenih pitanja,

<sup>8</sup> Pavlek, M. H. (2015). Položaj žena menadžera. Tehnički glasnik, Vol. 9, No.2.

<sup>9</sup> Galić, B., Nikodem, K. (2009.) „Percepcija rodničkih jednakosti i šansi pri zapošljavanju u hrvatskom društvu. Pogled nezaposlenih žena“, Revija za socijalnu politiku, sv. 16 (3): 253–270.

<sup>10</sup> Galić, B., Nikodem, K. (2009.) „Percepcija rodničkih jednakosti i šansi pri zapošljavanju u hrvatskom društvu. Pogled nezaposlenih žena“, Revija za socijalnu politiku, sv. 16 (3): 253–270.

smanjenje stope nezaposlenosti daje najbrže i najtrajnije rezultate. Najbolji znak siromaštva u Hrvatskoj je stalni nedostatak posla. Pojam "siromaštvo" odnosi se na nedostatak osnovnih životnih potreba.<sup>11</sup> Zbog visoke stope nezaposlenosti znatno je smanjena kupovna moć stanovništva. Nezaposlenoj osobi prioritet je prvenstveno zadovoljenje osnovnih potreba te kupuje manje bogate stvari zbog niske kupovne moći. Budući da država ima manje radnika i niže prihode kao posljedicu visoke nezaposlenosti, manje je poreznih obveznika, što je loše za nacionalno gospodarstvo. Zbog svega toga već su programirana povećanja doprinosa za socijalno osiguranje, posebice onih za zdravstveno i mirovinsko osiguranje, što dovodi do povećanja državnih kredita. Tržište rada je najznačajniji faktor u određivanju životnog standarda stanovništva zemlje. Proteklih desetak godina obilježila je velika svjetska kriza, a tržište rada u Hrvatskoj nije uspjelo držati gospodarski rast. Veliki broj trgovačkih društava završilo je u stečaju ili likvidaciji, što je rezultiralo gubitkom velikog broja radnih mjesta, a otvaralo se nedovoljno novih radnih mjesta koja bi mogla nadoknaditi gubitak poslova. U Hrvatskoj je također problem.<sup>12</sup>

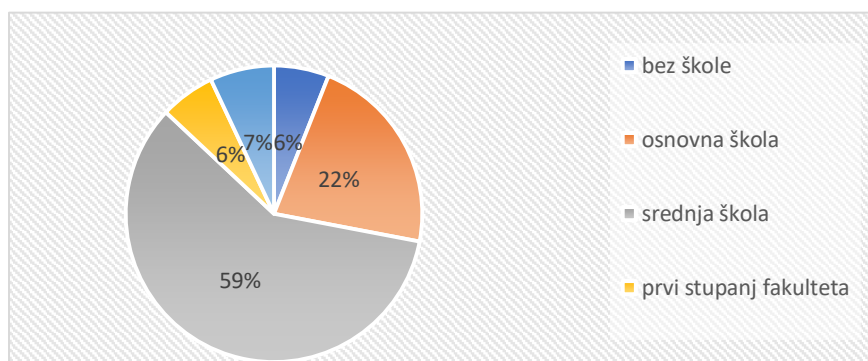
Neusklađenosti u stručnim kvalifikacijama i dostupnosti i potražnji za radnom snagom. Svjetska financijska kriza značajno se odrazila na tržište rada, a iako se kraj recesiji još uvijek ne nazire, stvari su sve gore zbog nedovoljnih mjera ekonomske politike, te aktivnih i pasivnih mjera za zapošljavanje i daljnje propadanje poduzeća. Mlade odrasle osobe koje su završile fakultete i sveučilišta često nemaju radnog iskustva i nezaposlene su. Kada su poslovi rijetki, mladi ljudi vjeruju da je preseljenje u inozemstvo u zemlje sa stabilnijim gospodarstvima jedina opcija. Starenje stanovništva, nizak natalitet, a posebice omjer zaposlenih i umirovljenika koji se gotovo izjednačio, glavni su problemi mirovinskog sustava. Pitanje strukture nezaposlenosti otvara se analizom podataka o nezaposlenosti u Hrvatskoj. Moramo ispitati ponudu i potražnju za radnim mjestima kako bismo potvrdili postojanje strukture nezaposlenosti. Poslovi postaju sve zahtjevniji kao posljedica brzog tehnološkog napretka stoljeća, pa se očekuje obrazovana radna snaga. Politike obrazovanja i zapošljavanja u Republici Hrvatskoj trenutno su neusklađene, o čemu svjedoče i nedovoljno definirane kvote na visokim učilištima. Upravo je zbog toga tržište rada prezasićeno pojedinim zanimanjima. Kao primjer stavljena je 2016. godina u usporedbu s 2015. kada je u Hrvatskoj, u svibnju 2016. godine, broj nezaposlenih osoba (prema podacima temeljenim iz izvješća Hrvatskog zavoda za zapošljavanje) dostigao je

---

<sup>11</sup> Galić, B., Nikodem, K. (2009.) „Percepcija rodni jednakosti i šansi pri zapošljavanju u hrvatskom društvu. Pogled nezaposlenih žena“, Revija za socijalnu politiku, sv. 16 (3): 253–270.

<sup>12</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

brojku od 232.327 nezaposlenih. U prosincu 2015. godine, broj je iznosio 285.906. Broj nezaposlenih osoba odraz je sezonskog zapošljavanja, ali i odseljavanja.<sup>13</sup>



Izvor: Baza podataka HZZ-a.

## 2.2. Suvremeni pristup društvenom poduzetništvu

Kreativna i promišljena metoda vođenja poslovanja koja ima za cilj i društveno dobro i dugoročnu održivost poslovanja, moderni pristup društvenom poduzetništvu primjer je ovih kvaliteta. Ova nova paradigma poduzetništva naglašava važnost korištenja poduzetničkih nastojanja za rješavanje društvenih i ekoloških pitanja. Primarni cilj suvremenog društvenog poduzetništva je društvena svrha. Cilj društvenih poduzetnika prilikom pokretanja svojih poslovnih pothvata je ostvariti pozitivan društveni učinak. Njihovi prioriteti uključuju rješavanje stvarnih društvenih pitanja i poboljšanje zajednica u kojima djeluju, a ne samo maksimiziranje profita.<sup>14</sup>

Ono što razlikuje suvremeni pristup društvenom poduzetništvu je naglasak na inovacijama i kreativnosti. Društveni poduzetnici koriste nove tehnologije, poslovne modele i strategije kako bi pronašli inovativna rješenja za društvene izazove. Oni prepoznaju prilike za promjenu i koriste poduzetnički duh kako bi transformirali društvo na bolje.<sup>15</sup>

Suvremeno društveno poduzetništvo također promovira suradnju i partnerstva. Društveni poduzetnici često surađuju s nevladinim organizacijama, vladom, akademskom zajednicom i drugim dionicima kako bi postigli zajedničke ciljeve. Ova sinergija omogućuje bolju razmjenu

<sup>13</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

<sup>14</sup> Ivaniš, M (2018), Društveno poduzetništvo : poluga društava blagostanja, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

<sup>15</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

znanja, resursa i iskustava te doprinosi većem utjecaju i uspješnosti društvenih poduzetničkih projekata.<sup>16</sup>

Još jedan važan aspekt suvremenog društvenog poduzetništva je transparentnost i odgovornost. Društveni poduzetnici pridržavaju se visokih standarda transparentnosti u poslovanju i izvještavanju. Oni redovito mjerljivo evaluiraju svoje društvene rezultate i odgovaraju dionicima za ostvarene rezultate i upravljanje resursima.

Suvremeni pristup društvenom poduzetništvu otvara nove mogućnosti za promjene u društvu. On potiče inovacije, društvenu odgovornost i održivost te postavlja temelje za izgradnju pravednijeg i održivijeg svijeta. Kroz poduzetnički pristup rješavanju društvenih problema, društveni poduzetnici pokazuju da je moguće ostvariti pozitivne promjene i unaprijediti kvalitetu života ljudi u njihovim zajednicama.<sup>17</sup>

Kao svjež pristup poslovanju, društveno poduzetništvo spaja elemente tradicionalnih poduzetničkih tehnika s vrijednostima povezanim s društvenom odgovornošću i zaštitom okoliša. Konkretno, socijalna kohezija, borba protiv siromaštva i povećanje zaposlenosti, razvoj novih proizvoda, konkurentnost, očuvanje resursa, vrednovanje baštine i biološke raznolikosti te poboljšanje kvalitete života kroz poslovanje za društvenu dobrobit mogu biti značajno potpomognuti socijalnim poduzetništvom.<sup>18</sup> Budući da društveno poduzetništvo uništava zastarjele i prerasle sustave vrijednosti, služi kao katalizator i gospodarskog i društvenog razvoja te potiče globalno društveno buđenje, ono može donijeti promjenu koja je potrebna modernom gospodarstvu. Uz sve probleme s kojima se planet Zemlja trenutno suočava, čovječanstvo se potpuno razvija i razvija na novoj razini. Mlađe generacije mogu biti inspirirane društvenim poduzetništvom da doprinesu cilju pretvaranja Zemlje u mjesto mira, zajedništva i harmonije.<sup>19</sup>

Kroz poslovne pothvate društveni poduzetnici rade na unapređenju društva i rješavanju društvenih pitanja. Pokreću posao s namjerom postizanja društvene koristi, a ne samo profita. Usredotočeni su na rješavanje pitanja poput siromaštva, nezaposlenosti, obrazovanja, zdravlja, okoliša i drugih na društvenoj fronti. Učinit će to kako bi svojim vrhunskim poslovnim naporima omogućili stvaranje društvene vrijednosti uz postizanje financijske održivosti. Često rade i za profitne i za neprofitne organizacije. Društveno poduzetništvo postaje sve popularnije

---

<sup>16</sup> Ivaniš, M (2018), Društveno poduzetništvo : poluga društava blagostanja, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

<sup>17</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

<sup>18</sup> Ivaniš, M (2018), Društveno poduzetništvo : poluga društava blagostanja, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

<sup>19</sup> Ivaniš, M (2018), Društveno poduzetništvo : poluga društava blagostanja, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

kao alternativa tradicionalnom poduzetništvu i klasičnom modelu neprofitnih organizacija. Pruža mogućnost rješavanja društvenih problema na održiv i učinkovit način. Misao o društvenom poduzetništvu postoji još od 19. stoljeća, a svoju popularnost i nagli razvoj je steklo sredinom 80-ih godina, iz razloga što se tradicionalna tržišna ekonomija nije mogla nositi s velikim rastućim problemima, kao što su dugotrajna nezaposlenost, loših životnih uvjeta i drugo. Postoji mnogo primjera društvenih poduzetnika koji su uspješno integrirali društvenu korist u svoje poslovne modele, a par organizacija koje valja izdvojiti su<sup>20</sup>:

- 1) TOMS Shoes – tvrtka koja se bavi proizvodnjom obuće i pomaže djeci u potrebi na način da za svaki kupljeni par cipela, TOMS Shoes donira još jedan par djeci u zemljama u razvoju.
- 2) Warby Parker – tvrtka koja prodaje naočale i pomaže ljudima u potrebi tako da za svaki kupljeni par naočala doniraju jedan par naočala osobama koja ih treba.
- 3) The Empowerment Plan - organizacija koja proizvodi specijalne jakne koje se pretvaraju u spavaće vreće za beskućnike.
- 4) TOM Organic – tvrtka koja proizvodi higijenske proizvode za žene i istovremeno podržava rad lokalnih zajednica.

To su samo neki od primjera tvrtki koje posluju ne samo zbog svoje financijske dobiti, nego imaju volju i želju pomoći drugima koji su u potrebi kako bi napravili barem malu promjenu u svijetu. Oni su uspjeli uskladiti društvenu korist s poslovanjem. Svaka ta organizacija ima jedinstveni pristup pri rješavanju društvenih problema kroz inovativne poslovne modele.

Kod društvenog poduzetništva je cilj ostvariti nešto novo, drugačije na političkoj razini, a na pravnoj razini koja podrazumijeva poslovanje uz uvažavanje pravnih normi te na etičkoj razini koja se odnosi na ponašanje i odlučivanje u skladu s etičkim načelima i principima društvene odgovornosti.

Neke od društvenih vrijednosti koje društveno poduzetništvo stvara su<sup>21</sup>:

- Smanjenje gladi i siromaštva
- Otvaranje novih radnih mjesta
- Samozapošljavanje
- Zaštita okoliša

---

<sup>20</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

<sup>21</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.



- Poticanje društvenih inovacija
- Gospodarski razvoj lokalnih zajednica
- Osnaživanje etičnog i društvenog odgovornog ponašanja
- Podizanje svijesti o društvenim problemima

Temeljni cilj poslovanja je služiti općem dobru cijele zajednice, a društveno poduzetništvo nastalo je iz potrebe za promjenom društvenih i etičkih standarda kako bi se stvorio sklad u cijelom društvu, gospodarstvu i okolišu. Na temelju vrijednosti pravednosti, demokracije, etike i društvene odgovornosti, društvena poduzeća natječu se na istim tržištima kao i profitna poduzeća i slijede zakone ponude i potražnje, ali umjesto da teže privatnom bogaćenju, cilj im je poticanje poduzetničkog okruženja koji će svima podići životni standard.<sup>22</sup>

Nositelji društvenog poduzetništva su pojedinci, skupine ili organizacije koje provode inovativne poduzetničke aktivnosti s ciljem rješavanja društvenih problema i stvaranja pozitivnih društvenih promjena. Oni su pokretači i vođe društvenih poduzeća i usmjeravaju svoje napore prema ostvarivanju društvenih, ekonomskih i ekoloških ciljeva.

Nositelji društvenog poduzetništva zaduženi su za vođenje svog društvenog poduzeća i donošenje taktičkih izbora koji će im pomoći da ostvare svoje ciljeve. Oni stvaraju viziju i misiju tvrtke, stvaraju partnerstva s relevantnim dionicima, uključuju se u susjedstvo i koriste poslovne modele koji omogućuju postizanje društvene i ekonomske održivosti. Često posjeduju stručnost u upravljanju, rastu poslovanja, financijama i društvenom utjecaju. Moraju biti kreativni, prilagodljivi i sposobni odgovoriti na promjenjive zahtjeve i poteškoće društvenog poduzetništva. Također, moraju imati motivaciju za stvaranje društvenih vrijednosti i sposobnost mobiliziranja resursa potrebnih za ostvarivanje svoje vizije.<sup>23</sup>

Nositelji društvenog poduzetništva često imaju i širi društveni utjecaj jer njihov rad može potaknuti promjene na različitim razinama – lokalnoj, regionalnoj ili nacionalnoj. Oni su primjeri inovativnosti i inspiracije te mogu potaknuti druge pojedince i organizacije da se angažiraju u rješavanju društvenih problema na poduzetnički način.

U mnogim zemljama postoje organizacije, mreže i udruge koje podržavaju nositelje društvenog poduzetništva pružajući im mentorstvo, obuku, financijsku podršku i mogućnosti umrežavanja. Ove institucije pružaju podršku nositeljima društvenog poduzetništva kako bi razvili svoje vještine i kapacitete te ostvarili svoje ciljeve društvenih promjena.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

<sup>23</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

<sup>24</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

### 2.3. Edukacijska, savjetodavna i mentorska podrška društvenim poduzećima

Edukacija društvenih poduzetnika od iznimne je važnosti jer pruža potrebna znanja i vještine koji su ključni za uspješno vođenje društvenog poduzeća i ostvarivanje društvenih ciljeva. Može se provoditi na različitim razinama i obuhvaćati sljedeće aspekte<sup>25</sup>:

- 1) Razumijevanje društvenog poduzetništva: edukacija treba pružiti temeljno razumijevanje koncepta društvenog poduzetništva, njegovih ciljeva, vrijednosti i principa. Poduzetnici trebaju biti svjesni društvenih problema i izazova te razumjeti kako mogu koristiti poslovne modele i inovativne pristupe za njihovo rješavanje.
- 2) Poslovno planiranje i upravljanje: edukacija treba uključivati razvoj poslovnog plana koji se fokusira na ostvarivanje društvenih ciljeva. Poduzetnici trebaju naučiti kako definirati misiju i viziju svog poduzeća, identificirati ciljne skupine i tržište, razviti strategije marketinga, upravljati financijama i uspostaviti učinkovite sustave upravljanja.
- 3) Financijsko upravljanje i izvorima financiranja: edukacija treba uključivati razumijevanje financijskog upravljanja, izrade proračuna i identificiranja izvora financiranja za društvena poduzeća. Poduzetnici trebaju biti upoznati s mogućnostima financiranja kao što su državne potpore, investicije društvenih investitora, dobrotvorne donacije i prihodovni modeli koji omogućuju postizanje financijske održivosti.
- 4) Partnerski odnosi: edukacija bi trebala poticati umrežavanje među društvenim poduzetnicima, kao i izgradnju partnerstava s drugim organizacijama, vladom, i privatnim sektorom. Poduzetnici trebaju razumjeti važnost suradnje i razmjene resursa kako bi maksimizirali svoj društveni utjecaj.
- 5) Socijalni utjecaj i mjerenje rezultata: edukacija treba uključivati mjerenje i praćenje društvenog utjecaja poduzeća. Poduzetnici trebaju naučiti kako identificirati relevantne

---

<sup>25</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

indikatore društvenog utjecaja, prikupljati podatke i izvještavati o postignutim rezultatima.

Savjetodavna podrška društvenim poduzetnicima igra ključnu ulogu u njihovom razvoju i uspjehu. Savjetnici pružaju stručnost, iskustvo i mentorstvo kako bi poduzetnici donosili odluke na temelju informiranosti, prevladavati izazove i ostvariti ciljeve. Načini na koje se pruža savjetodavna podrška društvenim poduzetnicima<sup>26</sup>:

- 1) Strateško planiranje: savjetnici pomažu u razvijanju strateških planova koji su usklađeni s njihovom misijom i vizijom. Pomažu pri identifikaciji ciljeva, definiranju strategija i postavljanju mjera uspjehom.
- 2) Razvoj poslovnih modela: savjetnici pomažu društvenim poduzetnicima u razvoju održivih poslovnih modela koji kombiniraju društvenu svrhu s financijskom održivošću. Mogu pružiti uvid u različite modele financiranja i prihodovne strategije.
- 3) Financijsko upravljanje: savjetnici pružaju podršku u financijskom upravljanju, pomažući društvenim poduzetnicima u izradi proračuna, praćenju financijskih pokazatelja, pripremi financijskih izvještaja i identificiranju izvora financiranja.
- 4) Partnerstvo: savjetnici pomažu u izgradnji mreža i uspostavljanju partnerstva s drugim organizacijama, investitorima, vladom i društvom. Pružaju kontakte i savjete o izgradnji uspješnih suradničkih odnosa.
- 5) Mjerenje društvenog utjecaja: savjetnici pomažu u definiranju ključnih pokazatelja društvenog utjecaja, prikupljanju podataka, analizi i izvještavanju o postignutim rezultatima. Pružaju smjernice o različitim metodologijama mjerenja utjecaja i njihovoj primjeni.
- 6) Mentorstvo i motivacija: savjetnici pružaju mentorsku podršku i motivaciju, dijele iskustva, pomoć u razvoju specifičnih vještina, pregovaranje, prodaja i upravljanje ljudskim resursima.

Mentorska podrška može biti pružena na više načina, ovisno o potrebama i ciljevima društvenih poduzetnika. Neki od tih načina su<sup>27</sup>:

---

<sup>26</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

<sup>27</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

- 1) Individualni sastanci: održavanje redovnih sastanaka s društvenim poduzetnicima kako bi se raspravilo o poslovanju, razvoju i izazovima s kojima se suočavaju. Pružiti savjete te pomoći u donošenju odluke i rješavanju problema.
- 2) Razvoj poslovnog plana: pomoć u izradi i razvoju poslovnog plana. Pomoći u definiranju vizije, ciljeva i strategije. Pružiti im povratne informacije i savjete kako bi se njihov plan bio što bolji i snažniji.
- 3) Edukacija i obuka: preporuka za obrazovne programe, radionice i seminare koji će poduzetniku pružiti dodatna znanja i vještine u području kojim se bavi.
- 4) Povezivanje s resursima: pomoć pri nalaženju resursa koji su bitni poduzetnicima poput financiranja, mentorstva ili tehničke podrške. Povezati ih s relevantnim organizacijama, investitorima, stručnjacima ili drugim poduzetnicima koji bi im mogli pružiti podršku.
- 5) Praćenje napretka: redovito pratiti napredak poduzetnika i pružiti povratne informacije o njegovim postignućima, izazovima i mogućnostima za napredovanje. Ohrabriti ih da si postave nove ciljeve te, također, pratiti napredak u tim ciljevima.
- 6) Mentorstvo preko virtualnih kanala: u slučaju da se fizički sastanak ne može održati, bitno je uz današnju tehnologiju svejedno ostati aktivan te pružiti podršku putem e-pošte, video poziva ili nekih drugih virtualnih kanala. Redovito komuniciranje, odgovaranje na pitanja, pružanje savjeta i podrška.
- 7) Inspiracija i motivacija: biti izvor motivacije i inspiracije za društvenog poduzetnika. Pružiti potporu, inspiraciju i motivaciju, prepričati vlastita iskustva i dati savjete kako se suočiti s tim preprekama.

Edukacija poduzetnika je od iznimne važnosti kako bi se vodilo uspješno poslovanje. Poduzetnici bi općenito kontinuirano trebali stjecati nova znanja i vještine kako bi mogli proširiti svoju stručnost na različitim područja kao što su na primjer financije, marketing, upravljanje i druga. Edukacija, također, omogućuje poduzetnicima da se brže i lakše prilagode brzim promjenama u poslovnim okruženjima, unaprijede svoju konkurentnost i nađu novu prilike za daljnji rast i razvoj. Kroz edukacije će pronaći i nove kontakte, stručnjake, partnere s kojima bi mogli surađivati u budućnosti. Investiranje u edukaciju poduzetnika stvara dobar temelj za uspjeh i dugoročnu održivost poslovanja.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.

### **3. ODRŽIVI RAST I RAZVOJ ZA DRUŠTVA BLAGOSTANJA**

Održivost se smatra sposobnošću održavanja ravnoteže između određenih procesa ili stanja u nekom sustavi, a najčešće se koristi u vezi s ljudskim i biološkim sustavima. Održivi rast i razvoj za društva blagostanja se odnosi na model razvoja koji integrira socijalnu pravdu i zaštitu okoliša. Nije samo usredotočenost na ekonomski rast, održivi razvoj potiče ravnotežu između gospodarskih ciljeva, zaštite okoliša te socijalne jednakosti. Društva blagostanja se temelje na pravdi, inkluziji i jednakim prilikama za sve građane. Održivi rast potiče stvaranje kvalitetnih radnih mjesta, zdravstvenoj skrbi, pristupa obrazovanju i socijalnoj zaštiti što pridonosi podizanju životnog standarda i smanjenju socijalnih nejednakosti. Održivi rast i razvoj za društva blagostanja stvaraju temelje za unaprjeđenje kvalitete života ljudi, zaštitu okoliša i ravnotežu između ekonomskih i gospodarskih ciljeva.<sup>29</sup>

#### **3.1. Globalni ciljevi održivog razvoja**

Globalni ciljevi održivog razvoja predstavljaju sveobuhvatan skup ciljeva koji su usmjereni na održivi razvoj svijeta do 2030 (Agenda 2030). Ti su ciljevi usvojeni od strane Ujedinjenih naroda kako bi se mogli suočiti s najvećim izazovima na našoj planeti. Predstavljaju zajednički okvir za postizanje održivog razvoja na globalnoj razini.

Globalni ciljevi obuhvaćaju široki spektar pitanja, uključujući eliminaciju siromaštva i gladi, osiguravanje kvalitetnog obrazovanja i jednih prilika, postizanje rodne ravnopravnosti, osiguranje pristupa čistoj vodi i sanitarnim uvjetima, borbu protiv klimatskih promjena, promicanje održivog korištenja prirodnih resursa, jačanje institucija i promicanje mira i pravde. Kroz te ciljeve, države, organizacije i privatni sektor surađuju kako bi postigli održivi razvoj. Prepoznaje se važnost suradnje kako bi došli do ostvarenja tih ciljeva. Također, ističe se potreba za usklađivanjem globalnih politika i strategija s ciljevima održivog razvoja. Ovi se ciljevi ne odnose samo na zemlje u razvoju, nego na sve države. Naglašavaju univerzalnost izazova s kojima se čovječanstvo suočava i potrebu za zajedničkim djelovanjem.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Adamović, M. (2011.) Žene i društvena moć, Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.

<sup>30</sup> Gudelj, I. (2019), Stručni prikaz: Ciljevi održivog razvoja - provedba na globalnoj razini i provedbeni status u Republici Hrvatskoj, Hrvatske vode, Vol. 27 No. 109. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/226674>

Slika 2: 17 ciljeva održivog razvoja – AGENDA UN 2030.



Izvor: <https://odgovorno.hr/novi-ambiciozni-globalni-ciljevi-za-odrzivi-razvoj-un-2015/>

Svakom od 17 globalnih ciljeva održivog razvoja (SDGs) pridružena su brojna podcilja i ciljevi koji se odnose na specifična područja i izazove. Evo detaljnijeg objašnjenja svakog cilja<sup>31</sup>:

1. Nema siromaštva: Cilj je okončati ekstremno siromaštvo, mjereno kao život ispod 1,90 dolara dnevno, te smanjiti siromaštvo u svim oblicima i dimenzijama, uključujući glad, nedostatak pristupa zdravstvenoj skrbi, obrazovanju i osnovnim uslugama.
2. Nulta glad: Cilj je postići sigurnu prehranu za sve ljude, poboljšati poljoprivrednu produktivnost, osigurati održivu prehranu i promicati održivu poljoprivredu.
3. Dobar zdravlje i blagostanje: Cilj je osigurati zdrav život i promovirati dobrobit za sve dobne skupine. To uključuje smanjenje smrtnosti djece i majki, suzbijanje zaraznih bolesti, promicanje mentalnog zdravlja i pružanje univerzalne zdravstvene skrbi.
4. Kvalitetno obrazovanje: Cilj je osigurati pristupačno, kvalitetno obrazovanje za sve, bez obzira na spol, dob, rasu ili druge karakteristike. To uključuje promicanje inkluzivnog obrazovanja, povećanje pismenosti i stjecanje vještina potrebnih za zapošljavanje.
5. Rodna ravnopravnost: Cilj je postići rodnu ravnopravnost i osnažiti sve žene i djevojke. To uključuje eliminaciju svih oblika diskriminacije, nasilja i iskorištavanja te osiguravanje jednakih prava i pristupa resursima.

<sup>31</sup> Gudelj, I. (2019), Stručni prikaz: Ciljevi održivog razvoja - provedba na globalnoj razini i provedbeni status u Republici Hrvatskoj, Hrvatske vode, Vol. 27 No. 109. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/226674>

6. Čista voda i sanitarna infrastruktura: Cilj je osigurati pristup čistoj vodi i sanitarnim uvjetima za sve. To uključuje zaštitu i obnovu vodnih ekosustava, poboljšanje vodnih resursa i promicanje higijene.
7. Održiva energija: Cilj je osigurati pristupačnu, pouzdanu, održivu i modernu energiju za sve. To uključuje poticanje korištenja obnovljivih izvora energije, energetske učinkovitost i održiv razvoj infrastrukture.
8. Dostojanstven rad i gospodarski rast: Cilj je promicanje inkluzivnog i održivog gospodarskog rasta, produktivne zaposlenosti i dostojanstvenog rada za sve. To uključuje stvaranje pristojnih poslova, zaštitu radnih prava i poticanje poduzetništva.
9. Industrija, inovacije i infrastruktura: Cilj je izgraditi otpornu infrastrukturu, promicati inkluzivnu i održivu industrializaciju te poticati inovacije. To uključuje razvoj infrastrukture, poboljšanje industrijske produktivnosti i promicanje tehnološkog napretka.
10. Smanjenje nejednakosti: Cilj je smanjiti nejednakosti unutar zemalja i među njima. To uključuje borbu protiv socijalne, ekonomske i političke nejednakosti te osiguravanje jednakih prava i pristupa resursima za sve.
11. Održivi gradovi i zajednice: Cilj je osigurati održive i inkluzivne gradove i zajednice. To uključuje poboljšanje urbanog planiranja, upravljanje prostorom, pristupačnost javnih prostora i održavanje kulturne baštine.
12. Održiva potrošnja i proizvodnja: Cilj je promicati održivu potrošnju i proizvodnju na globalnoj razini. To uključuje efikasno korištenje resursa, smanjenje otpada i promicanje održivih praksi u industriji i potrošnji.
13. Borba protiv klimatskih promjena: Cilj je poduzeti hitne mjere kako bi se borilo protiv klimatskih promjena i njihovih posljedica. To uključuje smanjenje emisija stakleničkih plinova, prilagodbu klimatskim promjenama i jačanje otpornosti na njih.
14. Očuvanje mora i morskih resursa: Cilj je očuvati i održivo koristiti oceanske i morske resurse. To uključuje zaštitu morske bioraznolikosti, održivo ribarstvo, sprječavanje zagađenja mora i jačanje upravljanja obalnim područjima.
15. Život na kopnu: Cilj je očuvanje i obnova kopnenih ekosustava, promicanje održivog korištenja šuma, zaustavljanje gubitka biološke raznolikosti te borba protiv dezertifikacije i degradacije tla.
16. Mir, pravda i snažne institucije: Cilj je promicati mir, pravednost i snažne institucije. To uključuje smanjenje nasilja, osiguravanje pristupa pravdi, izgradnju učinkovitih, odgovornih i inkluzivnih institucija te promicanje vladavine prava.

17. Partnerstvo za postizanje ciljeva: Cilj je ojačati globalno partnerstvo za održivi razvoj.

To uključuje suradnju između vlada, privatnog sektora, civilnog društva i međunarodnih organizacija kako bi se postigli svi prethodno navedeni ciljevi.

Ovi ciljevi predstavljaju sveobuhvatan okvir za postizanje održivog razvoja i suočavanje s globalnim izazovima koji utječu na ljude i planetu.

### **3.2. Ravnopravnost**

Središnja uloga rodne ravnopravnosti, osnaživanja žena i ostvarivanja ženskih prava u postizanju održivog razvoja sve više se prepoznaje posljednjih desetljeća. Ta prepoznatljivost očituje se u brojnim međunarodnim normama i sporazumima, uključujući načelo 20. Rio deklaracije o okolišu i razvoju usvojenoj 1992., u kojoj se ističe da je puna sudjelovanje žena ključna za postizanje održivog razvoja. U Pekinškoj deklaraciji i Platformi za djelovanje,<sup>2</sup> usvojenoj od strane država članica 1995., vlade su pozvane da uključe rodne pitanja i perspektive u politike i programe za održivi razvoj. Središnja uloga rodne ravnopravnosti također je istaknuta u dokumentu o rezultatima Konferencije Ujedinjenih naroda o održivom razvoju pod nazivom "Budućnost koju želimo", usvojenom 2012., koji uključuje priznanje važnosti rodne ravnopravnosti i osnaživanja žena u sve tri dimenzije održivog razvoja - ekonomskoj, socijalnoj i okolišnoj, te odlučnost da se promovira rodna ravnopravnost i puno sudjelovanje žena u politikama, programima i donošenju odluka o održivom razvoju na svim razinama.<sup>32</sup>

Odnos između ravnopravnosti spolova i održivog razvoja ključan je iz više razloga. Prije svega, to je moralni i etički zahtjev. Pravedan i održiv svijet temelji se na postizanju ravnopravnosti spolova i ostvarivanju ljudskih prava, dostojanstva i mogućnosti različitih skupina žena. Drugo, ključno je pozabaviti se nejednakim utjecajem šokova i stresova u ekonomskoj, društvenoj i ekološkoj sferi na žene i djevojčice, što ugrožava njihovu sposobnost da koriste svoja ljudska prava i igraju ključnu ulogu u održavanju obitelji i zajednica. Treća i najvažnija točka je da je za bolje usklađivanje ciljeva rodne ravnopravnosti i održivog razvoja ključno povećati sposobnosti i djelovanje žena.

Iako rodna ravnopravnost može imati katalitički učinak na postizanje ekonomske, društvene i ekološke održivosti, obrnuto nije uvijek istinito. Stoga se jednostavan "dobitak na oba polja" odnos između rodne ravnopravnosti i održivosti ne može uvijek pretpostaviti. Doista, neki obrasci gospodarskog rasta temelje se na održavanju rodne nejednakosti, poput održavanja

---

<sup>32</sup> Adamović, M. (2011.) Žene i društvena moć, Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.



razlika u plaćama između spolova i ukorjenjivanja rodno diskriminativnih normi, vrijednosti i institucija.

Osim toga, kako se vlade i donatorske agencije sve više fokusiraju na žene kao ključne aktere u prilagodbi zajednice na klimatske promjene, u njihovoj ulozi malih proizvođača hrane kao oslonca održive proizvodnje hrane i kroz ograničavanje njihovih reproduktivnih prava kao rješenje za probleme vezane uz populaciju i okoliš, postoji opasnost od ukorjenjivanja rodno utemeljenih stereotipa i nejednakosti.<sup>33</sup>

Stereotipi o tome kako bi se žene trebale ponašati u kući, zajednici i okruženju koriste se za opravdavanje politika koje žene vide kao "spasitelje" održivosti. Takvi odgovori često ne daju ženama prava, resurse i beneficije koje su im potrebne, već samo povećavaju njihov već značajan neplaćeni teret. O snazi rodne neravnoteže ovisi hoće li djelovanje i rad žena ostvariti njihova prava i sposobnosti. Iako je sudjelovanje žena u političkim intervencijama za održivost ključno, to ne mora nužno dovesti do veće rodne ravnopravnosti, osobito ako se strukturalni uzroci rodne nejednakosti ne riješe.

Niz konferencija Ujedinjenih naroda sazvanih tijekom 1990-ih godina unaprijedio je međunarodne norme i sporazume o održivom razvoju, rodnoj ravnopravnosti, osnaživanju žena te ljudskim pravima žena i djevojčica.

Konferencija Ujedinjenih naroda o okolišu i razvoju, održana 1992. godine, pružila je značajni forum za unapređenje globalnog okvira politika o održivom razvoju. Lanzirala je Program 21, obvezu održivog razvoja, te tri globalne okolišne konvencije - Okvirnu konvenciju Ujedinjenih naroda o promjeni klime, Konvenciju o biološkoj raznolikosti i Konvenciju Ujedinjenih naroda o suzbijanju pustinjsifikacije u zemljama koje prolaze kroz ozbiljne suše i/ili pustinjsifikaciju, posebno u Africi. Načelo 20 Deklaracije iz Rija o okolišu i razvoju navodi da je puno sudjelovanje žena ključno za postizanje održivog razvoja. Konvencija o biološkoj raznolikosti prepoznaje da integracija ženskih prava i rodne ravnopravnosti u očuvanje biološke raznolikosti i održivo korištenje nije samo intrinzično važna, već može poboljšati učinkovitost intervencija, programa i resursa.

Na Konferenciji o ljudskim pravima 1993. godine, održanoj u Beču, potvrđeno je, u Bečkoj deklaraciji i Programu djelovanja, da su "ljudska prava žena i djevojčica neotuđivi, integralni i nerazdvojni dio univerzalnih ljudskih prava".

Program djelovanja Međunarodne konferencije o stanovništvu i razvoju, usvojen 1994. godine, označio je početak novog poglavlja o međuovisnosti između stanovništva, ljudskih prava i

---

<sup>33</sup> Adamović, M. (2011.) *Žene i društvena moć*, Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.

održivog razvoja. Rezultat je postavio rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena kao globalne prioritete te istaknuo dobrobit pojedinaca kao ključni fokus globalne agende o stanovništvu i održivom razvoju. Program djelovanja ističe nekoliko ključnih područja za unapređenje rodne ravnopravnosti, uključujući univerzalni pristup planiranju obitelji i uslugama seksualnog i reproduktivnog zdravlja te reproduktivna prava; jednaku pristupnost obrazovanju za djevojčice; te jednaku podjelu odgovornosti za brigu i kućanske poslove između žena i muškaraca.

Rodna neravnopravnost u poduzetništvu predstavlja ozbiljan problem koji se suočava s mnogim izazovima. Evo nekoliko ključnih problema koji se odnose na rodnu neravnopravnost u poduzetništvu<sup>34</sup>:

1. Pristup resursima: Žene često imaju otežan pristup resursima potrebnim za pokretanje i razvoj vlastitog poslovanja. To uključuje nedostatak financijskih sredstava, pristupačnosti kreditima, zemljištu i drugim produktivnim resursima.
2. Socijalne norme i stereotipi: Rodni stereotipi i društvene norme često postavljaju prepreke za žene u poduzetništvu. Očekivanja da će žene biti primarno zadužene za brigu o obitelji i kućanskim poslovima mogu ograničiti njihove mogućnosti za ulazak u poduzetništvo i napredak u karijeri.
3. Mreže i podrška: Nedostatak mreža i podrške za žene poduzetnice može biti ozbiljan izazov. Nedostatak mentorskih programa, umrežavanja i pristupa stručnim resursima može otežati razvoj i uspjeh njihovih poslovnih poduhvata.
4. Financijske prepreke: Žene često nailaze na teškoće u pronalaženju financiranja za svoje poslovne projekte. Stereotipi o tome da su žene manje sposobne za vođenje poslovanja i nesigurnost ulagača mogu otežati pristup kapitalu i investicijama.
5. Balansiranje obiteljskih i poslovnih obveza: Mnoge žene se suočavaju s izazovom balansiranja obiteljskih i poslovnih obveza. Nedostatak fleksibilnosti na radnom mjestu i nedostatak obiteljske podrške mogu otežati ženama da se posvete svojim poduzetničkim ciljevima.

Rješavanje problema rodne neravnopravnosti u poduzetništvu zahtijeva sveobuhvatne mjere koje uključuju političke, društvene i institucionalne promjene. To uključuje promicanje rodne ravnoteže u pristupu resursima, osnaživanje žena kroz mentorske programe i edukaciju, podršku ženskim mrežama i stvaranje okruženja koje podržava ravnotežu između poslovnog i obiteljskog života.

---

<sup>34</sup> Adamović, M. (2011.) Žene i društvena moć, Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.

### 3.3. Žene i muškarci na tržištu rada u Hrvatskoj

Stanje žena i muškaraca na tržištu rada u Hrvatskoj može se analizirati kroz nekoliko ključnih pokazatelja. Prema dostupnim statistikama, postoje neke razlike u zaposlenosti, plaćama i sudjelovanju na tržištu rada između spolova<sup>35</sup>:

1. Zaposlenost: Ukupna stopa zaposlenosti u Hrvatskoj varira između muškaraca i žena. U nekim sektorima, poput građevinarstva ili industrije, muškarci često imaju veću zastupljenost, dok su žene češće zaposlene u sektorima kao što su trgovina, usluge ili javna uprava.
2. Plaće: Postoji razlika u plaćama između muškaraca i žena. Prema podacima Eurostata, u Hrvatskoj je prosječna bruto plaća žena niža od prosječne bruto plaće muškaraca. Ova razlika u plaćama, poznata kao "rodni jaz u plaćama", može se djelomično objasniti razlikama u zanimanjima, razinama obrazovanja i hijerarhijskim pozicijama na radnom mjestu.
3. Sudjelovanje na tržištu rada: Postotak žena koje su aktivne na tržištu rada može biti niži u odnosu na muškarce. Razlozi za ovo mogu uključivati tradicionalne rodne uloge, skrb o djeci i obitelji, nedovoljno prilagođene politike usklađivanja poslovnog i obiteljskog života te nedostatak radnih mjesta u sektorima koji su privlačni za žene.

Tablica 1. Podaci o zaposlenim muškarcima i ženama kroz dostupne godine. Izvor: DZS.

Godina	Žene (u tisućama)	Muškarci (u tisućama)	Ukupno (u tisućama)
2015	870	1,067	1,937
2016	876	1,081	1,957
2017	886	1,093	1,979
2018	896	1,104	2,000
2019	903	1,113	2,016

<sup>35</sup> Državni zavod za statistiku RH (2020.) Žene i muškarci u Hrvatskoj 2020. Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/menandwomen/men\\_and\\_women\\_2020.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2020.pdf)

Iz tablice se može primijetiti da je broj zaposlenih žena postupno rastao tijekom razdoblja od 2015. do 2019. godine. Međutim, broj zaposlenih muškaraca također je rastao, ali nešto sporijim tempom. Ukupno gledano, možemo vidjeti da je zaposlenost u porastu u tom petogodišnjem razdoblju. Ovi podaci upućuju na postupni napredak u smanjenju rodno uvjetovane nejednakosti na tržištu rada u Hrvatskoj. Međutim, važno je imati na umu da tablica pruža samo osnovni pregled, a detaljnija analiza može otkriti dublje obrasce i trendove u zaposlenosti žena i muškaraca u različitim sektorima i industrijama.<sup>36</sup>

### 3.3.1. Poduzetnička aktivnost žena u Hrvatskoj

Poduzetnička aktivnost žena u Hrvatskoj može se promatrati kroz različite pokazatelje. Evo nekoliko relevantnih statističkih podataka koji ilustriraju tu aktivnost<sup>37</sup>:

1. Broj poduzetnica: Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2019. godini u Hrvatskoj je registrirano 69.948 poduzetnica, što je činilo oko 35% ukupnog broja registriranih poduzetnika.
2. Udio poduzetnica u ukupnom broju poduzetnika: Udio žena u ukupnom broju poduzetnika u Hrvatskoj varira iz godine u godinu. Prema podacima za 2019. godinu, udio poduzetnica iznosio je oko 35%, dok je udio poduzetnika bio oko 65%.
3. Vrste poduzetničkih djelatnosti: Poduzetnice djeluju u različitim sektorima i industrijskim granama. Najčešće su zastupljene u trgovini, prerađivačkoj industriji, uslužnim djelatnostima, obrazovanju te zdravstvenom i socijalnom radu.
4. Utjecaj poduzetnica na gospodarstvo: Poduzetnice imaju značajan utjecaj na gospodarstvo Hrvatske. Njihove tvrtke stvaraju nova radna mjesta, doprinose rastu BDP-a i potiču inovacije. Također, poduzetnice mogu biti pokretači promjena u društvu, posebno kroz promicanje rodne ravnopravnosti i mentorstvo drugim ženama.

---

<sup>36</sup> Državni zavod za statistiku RH (2020.) Žene i muškarci u Hrvatskoj 2020. Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/menandwomen/men\\_and\\_women\\_2020.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2020.pdf)

<sup>37</sup> Državni zavod za statistiku RH (2020.) Žene i muškarci u Hrvatskoj 2020. Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/menandwomen/men\\_and\\_women\\_2020.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2020.pdf)

Tablica 2. Broj poduzetnica kroz dostupne godine

Godina	Udio poduzetnica u ukupnom broju poduzetnika	Broj poduzetnica
2010	28%	46,349
2011	28.7%	48,611
2012	29.2%	50,285
2013	29.7%	52,032
2014	30.5%	54,789
2015	31.4%	57,661
2016	32.4%	60,738
2017	33.2%	63,441
2018	34.1%	66,171
2019	34.9%	69,948

Izvor: DZS..

Tablica prikazuje godišnji rast poduzetničke aktivnosti žena u Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2019. godine. Udio poduzetnica u ukupnom broju poduzetnika postupno je rastao svake godine, pri čemu se povećao za oko 6 postotnih bodova tijekom tog desetogodišnjeg razdoblja. Broj poduzetnica također je kontinuirano rastao, s povećanjem od gotovo 24 tisuće poduzetnica u tom razdoblju. Ovi podaci ukazuju na postupni rast ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, što može biti pozitivan pokazatelj razvoja poduzetničkog sektora i poticanja ženskog ekonomskog osnaživanja.

### 3.3.2. Prepreke i izazovi žena u poduzetništvu

Žene u poduzetništvu suočavaju se s raznim preprekama i izazovima koji mogu otežati njihov put prema uspjehu. Evo nekih uobičajenih prepreka i izazova s kojima se žene suočavaju u poduzetništvu<sup>38</sup>:

<sup>38</sup> Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, 2014.

1. Društvena i kulturna percepcija: Tradicionalni rodni stereotipi i kulturna očekivanja mogu stvoriti prepreke za žene u poduzetništvu. Nedostatak podrške i predrasude o sposobnostima žena mogu otežati njihov pristup resursima i prilikama.
2. Financijski izazovi: Žene često susreću poteškoće u pristupu financiranju i kapitalu potrebnom za pokretanje i razvoj poslovanja. Financijske institucije i investitori mogu imati predrasude prema ženskim poduzetnicama, što otežava dobivanje potrebnih sredstava.
3. Neravnoteža između poslovnog i obiteljskog života: Žene često moraju balansirati između poslovnih obveza i obiteljskih odgovornosti. Nedostatak fleksibilnosti u radnom vremenu i pritisci koji proizlaze iz tradicionalnih rodni uloga mogu predstavljati izazov za uspješno upravljanje poslovanjem.
4. Mreže i mentorstvo: Nedostatak pristupa kvalitetnim mrežama i mentorstvu može biti prepreka za žene u poduzetništvu. Mreže i mentorstvo igraju važnu ulogu u pružanju podrške, savjeta i poslovnih prilika, stoga je važno osigurati ravnopravan pristup tim resursima.
5. Nedostatak uzora i inspiracije: Nedostatak vidljivosti uspješnih ženskih poduzetnica može utjecati na nedostatak inspiracije i motivacije kod mladih žena koje razmišljaju o poduzetništvu. Stvaranje uzora i promocija uspješnih priča ženskog poduzetništva može imati pozitivan utjecaj na motivaciju i samopouzdanje žena.

Važno je svjesno prepoznati ove prepreke i izazove te poduzeti korake za njihovo prevladavanje. Poticanje ravnopravnosti spolova, pružanje potpore, mentorstva i edukacije, te stvaranje povoljnog poslovnog okruženja za žene mogu pomoći u smanjenju prepreka i promicanju uspjeha ženskog poduzetništva.

### **3.4. Primjer ženskog poduzetništva u Hrvatskoj**

Jedan primjer uspješnog ženskog poduzetništva u Hrvatskoj je tvrtka "Infobip" koju je osnovala Silvija Tomašković. Infobip je globalna tehnološka tvrtka specijalizirana za komunikacijske i mobilne tehnologije. Pružaju usluge kao što su SMS, e-mail i mobilna aplikacijska programiranja sučelja (API-ji) za komunikaciju s korisnicima putem mobilnih uređaja.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>Infobip: <https://www.infobip.com/>

Silvija Tomašković je osnovala Infobip 2006. godine u Vodnjanu, malom gradu u Istri. Tvrtka je započela kao mala start-up tvrtka, a danas je postala globalni lider u svojoj industriji s više od 60 ureda diljem svijeta i više od 2.000 zaposlenika.<sup>40</sup>

Infobip je uspješan primjer ženskog poduzetništva jer je Silvija Tomašković uspjela izgraditi tvrtku koja je postala prepoznatljiva na međunarodnoj razini. Njezin vizionarski pristup, stručnost i vođenje tvrtke doveli su do brzog rasta i uspjeha Infobipa.<sup>41</sup>

Ovaj primjer pokazuje kako su žene u Hrvatskoj sposobne pokrenuti i voditi uspješne tehnološke tvrtke. Silvija Tomašković i Infobip predstavljaju inspiraciju drugim ženama koje žele započeti vlastiti posao u tehnološkom sektoru i dokazuju da su žene jednako sposobne kao i muškarci u području poduzetništva.

Infobip je specijaliziran za pružanje A2P (Application-to-Person) usluga, omogućavajući tvrtkama da komuniciraju s korisnicima putem različitih kanala kao što su SMS, e-pošta, chat aplikacije i društvene mreže. Njihova tehnološka platforma omogućuje automatiziranu i personaliziranu komunikaciju, što pomaže tvrtkama da ostvare bolju interakciju s klijentima i poboljšaju svoje poslovanje.

Infobip je postigao značajan uspjeh na globalnoj razini. Tvrtka ima prisutnost u više od 190 zemalja i surađuje s vodećim svjetskim brendovima u raznim sektorima kao što su financijske usluge, e-trgovina, putovanja, mediji i druge industrije. Njihova mreža integriranih operatera omogućuje brzu i pouzdanu isporuku poruka širom svijeta.

Infobip je također aktivan u podržavanju ženskog poduzetništva. Kroz programe mentorstva, obrazovanja i podrške, tvrtka potiče žene da se aktivno uključe u tehnološki sektor i razvijaju svoje vještine. Također sudjeluju u inicijativama koje promiču rodnu ravnopravnost i stvaraju poticajno okruženje za žene u poslovnom svijetu.

Njihov uspjeh u poduzetništvu i tehnološkom sektoru svjedoči o važnosti ženskog liderstva i inovacija. Infobip je postao prepoznatljiv brand, ističući se kao primjer uspješne hrvatske tvrtke s globalnom perspektivom.

---

<sup>40</sup> Infobip: <https://www.infobip.com/>

<sup>41</sup> Infobip: <https://www.infobip.com/>

## 4. CILJEVI

Potrebno je mijenjati zakonsko okruženje, koordinirati djelovanje nositelja razvoja i dionika te pratiti i kontrolirati sve planirane aktivnosti tijekom provedbe kako bi se podržao rast ženskog poduzetništva. U cilju jačanja poduzetničke aktivnosti žena, Republika Hrvatska donijela je Strategiju razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2014. do 2020. godine u kojoj su zacrtani ciljevi i strategije koje će se koristiti.

### 4.1. Ciljevi razvoja poduzetništva žena

Sljedeće odrednice čine temelj strategije za rast ženskog poduzetništva<sup>42</sup>:

1. Ciljevi javne politike: Sudjelovanje žena u poduzetništvu, povećanje udjela rastućih tvrtki u vlasništvu žena i regulatorni okvir koji uvažava potrebe malih poduzeća (koja dominiraju) sva gospodarstva) moraju biti temelj svih vladinih politika jer kombiniraju ljudska prava (uključenost), ekonomska očekivanja (samo rastuće tvrtke imaju značajan kapacitet za rješavanje pitanja nezaposlenosti i otvaranje radnih mjesta) i druge čimbenike.
2. Složenost uključivanja žena u poduzetničke aktivnosti zahtijeva dobru umreženost, ali i konzistentnost različitih državnih politika tijekom vremena (obrazovanje žena, dostupnost financijskih sredstava, samozapošljavanje, dostupnost vrtića, toplog obroka u školi, stambenih kapaciteta za starije osobe).
3. Vladini programi moraju se pridržavati ciljeva i strateških prioriteta utvrđenih Strategijom kako bi bili komplementarni i zajednički djelovali na postizanje postavljenih ciljeva. U protivnom, čak i ako su svi pojedinačni programi najvišeg kalibra, ako nisu pravovremeno povezani ili koordinirani, rezultati će biti ispod željenih.
4. Dugoročna perspektiva: Sudjelovanje žena u poduzetništvu ovisi o brojnim čimbenicima, od kojih je nekima potrebno puno više vremena da prerastu iz prepreka u snage koje pomažu da se razvije i poduzetnička klima žena (npr. promjene u sustavu vrijednosti, uklanjanje stereotipa).
5. Regionalna dimenzija: Varijacije u regionalnom razvoju Hrvatske rezultiraju varijacijama u mogućnostima žena da se uključe u poduzetničke aktivnosti. Nedostatak

---

<sup>42</sup> Hazl et. al. (2011) Položaj žena na hrvatskom tržištu rada: sažetak studije. URL: [http://www.zgd.hr/preuzimanja/polozej\\_zena\\_na\\_hrvatskom\\_trzistu\\_rada.pdf](http://www.zgd.hr/preuzimanja/polozej_zena_na_hrvatskom_trzistu_rada.pdf)



vrtića, cjelodnevnog pohađanja škole i smještaja za starije samo su neki od primjera regionalnih varijacija koje utječu na to kako se žene mogu baviti poduzetništvom.

Strategija ističe važnost suradnje svih vladajućih struktura, od federalne vlade do jedinica lokalne i regionalne samouprave. Naglašava vrijednost pristupačnosti obrazovanja, rušenja stereotipa i lakšeg usklađivanja odgovornosti prema obitelji s težnjom prema poduzetničkoj karijeri.

#### **4.2. Projekti poticanja poduzetništva žena**

Razlike i nejednakost između muških i ženskih poduzetničkih težnji pokazuju neuspjeh hrvatskih programa i politika usmjerenih na promicanje ženskog poduzetništva. Donesena je Strategija razvoja ženskog poduzetništva za razdoblje od 2014. do 2020. Još uvijek nisu poznati ishodi poduzetih koraka za postizanje navedenih strateških ciljeva. Statistika GEM istraživanja, izvješće FINA-e, podaci Državnog zavoda za statistiku i Hrvatskog zavoda za zapošljavanje posve jasno govore da još uvijek postoje predrasude o leaderskom potencijalu žena te da je poduzetnica manje od muškaraca.<sup>43</sup>

Ovi pokazatelji upućuju na to da se mogu poduzeti dodatni koraci za potporu rastu ženskog poduzetništva, te da je potrebno revidirati „staru“ Strategiju razvoja kako bi se zamijenila novom koja je usklađena sa stanjem na tržištu. Europska unija radi na promicanju rasta ženskog poduzetništva jer prepoznaje potrebu jačanja uloge žena u poduzetništvu i maksimalnog suzbijanja rodne neravnopravnosti.<sup>44</sup>

Nacionalne vlade provode politike i planove EU te svojim inicijativama promiču rast ženskog poduzetništva. Akcijski plan za razvoj poduzetništva 2020. koji je iz tog razloga donesen ima za cilj oživjeti poduzetnički duh u Europi. Ovaj dokument promiče poduzetništvo općenito i podupire inicijative usmjerene na žene. "Mlade žene pobjeđuju" jedna je od tih grupa i radi na zaštiti prava žena u svim područjima, uključujući sport, zemlje u razvoju, ekonomsku sigurnost, iskorjenjivanje siromaštva u zemljama trećeg svijeta, poduzetništvo i gospodarstvo u cjelini. I u Hrvatskoj postoje slični programi s istim ciljevima—poboljšanje položaja žena općenito i profesionalno te obrana njihovih prava.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Hazl et. al. (2011) Položaj žena na hrvatskom tržištu rada: sažetak studije. URL: [http://www.zgd.hr/preuzimanja/polozej\\_zena\\_na\\_hrvatskom\\_trzistu\\_rada.pdf](http://www.zgd.hr/preuzimanja/polozej_zena_na_hrvatskom_trzistu_rada.pdf)

<sup>44</sup> Miošić Lisjak, N., Čurlin, I., (2002): Žene i poduzetništvo, The Star Network of World Learning, Zagreb.

<sup>45</sup> Ibidem.

Jedna od međunarodnih financijskih institucija, Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD), radi na podršci državama članicama u financiranju njihovih operacija i projekata. Jedna od 67 članica, Republika Hrvatska postala je punopravna članica 15. travnja 1993. Program Žene u poslovanju, jedna od inicijativa EBRD-a, usmjerena je na mala i srednja poduzeća kojima upravljaju žene. U cilju jačanja konkurentnosti, EBRD nudi financiranje putem partnerskih banaka i poslovno savjetovanje.<sup>46</sup>

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG INVEST) i Poslovno-inovacijska agencija Republike Hrvatske (BICRO) spojile su se 2014. godine u Hrvatsku agenciju za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO). Cilj spajanja ovih dviju organizacija je strateški razviti poseban sustav koji će podržati poduzetnike u svim fazama razvoja njihovog poslovanja, od stvaranja ideja i komercijalizacije do tržišnog pozicioniranja. Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje poznat je kao CESI. Neprofitna organizacija pod nazivom CESI - Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje - osnovana je 1997. godine kao odgovor na probleme militarizma, nacionalizma i pogoršanja ekonomskog standarda u poslijeratnom razdoblju, kao i kršenja ljudskih prava, posebno prava žena i manjina. Aktivistice i članice ženskih i mirovnih inicijativa s dugogodišnjim iskustvom u pomaganju ženama koje su proživjele traumu rata osnovale su CESI. CESI je u 2019. imao 38 volontera, 27 suradnika i 6 zaposlenika.<sup>47</sup>

Dodatno, aktivnosti su provedene u 15 projekata s 1.486 izravnih korisnika. Projekt Jednake mogućnosti u svijetu rada i zapošljavanja CESI provodi tijekom 2019. i 2020. godine. Žene odlučuju riskirati. Cilj projekta je pomoći ženama u Krapinsko-zagorskoj županiji i Gradu Zagrebu da se više uključe na tržište rada. Korisnice programa su dugotrajno nezaposlene žene i one kojima je potrebna pravna podrška za ostvarivanje socijalnih i radnih prava. Provedba obrazovanja za razvoj vještina, savjetovanje za izradu poslovnog plana OPG-a, mentorstvo i savjetovanje u procesu zapošljavanja i/ili samozapošljavanja, pravna pomoć u području radnih i socijalnih prava te izrada preporuke za zapošljavanje žena u regiji Grad Zagreb i Krapinsko-zagorska županija samo su neke od aktivnosti projekta.

Centar za poduzetnice (ranije Ženski poduzetnički centar) značajna je nevladina i nepolitička organizacija sa širokim spektrom sadržaja, projekata i aktivnosti za promicanje poduzetništva, posebice među ženama, ne samo u Hrvatskoj nego i u jugoistočnoj Europi. Osnivači tvrtki stvorili su virtualno središte ženskog poduzetništva. Za to je namijenjena digitalna platforma.

---

<sup>46</sup> Galić B. (2011a) „Žene i rad u suvremenom društvu – značaj “orodnjenog” rada“, Sociologija i prostor, sv. 49 (1) 25–48.

<sup>47</sup> Ibidem.

S više od 2300 članica danas diljem jugoistočne Europe, Centar za poduzetnice fokusiran je na razmjenu znanja, tehnologije i inovacija u svim aspektima rada.

Nebrojeno puta je naglašena važnost umrežavanja između poduzetnica i onih koje žele pokrenuti vlastiti posao kao jedan od načina povećanja broja poduzetnica. Dobro su im poznate i prednosti koje "networking" nudi poduzetnicama. "Women in Adria" jedna je od najznačajnijih mreža poslovnih žena u Hrvatskoj. Pokrenut je 2012. godine upravo s namjerom okupljanja poduzetnica i omogućavanja razmjene iskustava. Fokus portala je na motivacijskim pričama pojedinih uspješnih žena u biznisu. One često planiraju mrežne događaje na kojima se vlasnice tvrtki iz različitih industrija okupljaju, dijele svoja iskustva, nude podršku i često sklapaju poslovne saveze. Jedan od njihovih ciljeva je aktivno uključivanje javnosti kroz medije predstavljanjem problema i nacrtima rješenja kako bi se utjecalo na institucije i zakonodavstvo.<sup>48</sup>

### **4.3. Značaj poduzetništva žena**

Poduzetništvo žena ima iznimnu važnost za društvo i gospodarstvo te igra ključnu ulogu u ostvarenju održivog razvoja. Njegova značajnost proizlazi iz niza faktora koji donose pozitivne promjene na različitim razinama.

Prvo, poduzetništvo žena pridonosi ekonomskom rastu i razvoju. Kroz pokretanje vlastitih poslova i poduzeća, žene stvaraju nova radna mjesta, potiču inovacije te pridonose povećanju produktivnosti i konkurentnosti gospodarstva. Njihove tvrtke doprinose bruto domaćem proizvodu (BDP) i poreznim prihodima, što ima pozitivan učinak na gospodarstvo države.

Drugo, poduzetništvo žena ima snažan utjecaj na smanjenje siromaštva i nejednakosti. Žene poduzetnice često osnažuju sebe i svoje obitelji kroz ekonomsku neovisnost. Kroz generiranje prihoda, one mogu pružiti bolje životne uvjete svojim obiteljima te pridonijeti općem smanjenju siromaštva u zajednici. Također, poduzetnice često pružaju mogućnosti zapošljavanja drugim ženama, što promiče ekonomsku inkluziju i smanjenje rodne nejednakosti.

Treće, poduzetništvo žena ima pozitivan utjecaj na društvenu promjenu i emancipaciju žena. Kroz aktivno sudjelovanje u poduzetništvu, žene stječu samopouzdanje, razvijaju vještine vođenja i donošenja odluka te preuzimaju aktivnu ulogu u društvenim i političkim procesima.

---

<sup>48</sup> Galić B. (2011a) „Žene i rad u suvremenom društvu – značaj “orodnjenog” rada“, Sociologija i prostor, sv. 49 (1) 25–48.

One postaju uzori i inspiracija drugim ženama, potičući ih da ostvare svoje potencijale i prebrode prepreke koje su im postavljene.<sup>49</sup>

Nadalje, poduzetništvo žena može imati pozitivan utjecaj na održivi razvoj. Žene poduzetnice često imaju veću svijest o očuvanju okoliša i društvenoj odgovornosti. Stvaranjem inovativnih i održivih poslovnih modela, one mogu doprinijeti ekološkoj održivosti te rješavanju društvenih izazova kao što su siromaštvo, nejednakost i klimatske promjene.

Globalnu i raznoliku analizu ženskog poduzetništva otežava nedostatak sveobuhvatnih podataka o ulasku u poduzeće i vlasništvu koji su segmentirani prema spolu. Sposobnost dijagnosticiranja rodni razlika u poduzetništvu ograničena je nedostatkom dovoljno standardiziranih podataka koji su usporedivi među zemljama.

Više od 400 poduzetničkih stručnjaka iz više od 100 istraživačkih i akademskih institucija sada sudjeluje u Global Entrepreneurship Monitor (GEM), koji je osnovan 1999. "Svaki pokušaj novog poslovanja ili stvaranja novih pothvata, kao što je samozapošljavanje, nova poslovna organizacija ili proširenje postojećeg poslovanja od strane pojedinca, tima pojedinaca ili već uspostavljenog poduzeća", prema GEM-u, smatra se poduzetništvom. Ova definicija poduzetništva ne isključuje nijednu pravnu osobu zasnovanu na spolu. Izvješća o ženskom poduzetništvu, koja daju analizu poduzetnica koje namjeravaju pokrenuti i voditi posao, svake dvije godine od 2004. objavljuje Global Entrepreneurship Research Association.<sup>50</sup>

Činjenica da je više žena nezaposleno nego muškaraca, kao i stalni nesrazmjer između poduzetničke aktivnosti dvaju spolova, prepreke su koje otežavaju jačanje ženskog poduzetništva. Dodatno, strukturne prepreke koje su primarno povezane s izborom žena u obrazovanju, stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji, tradicionalni pogledi na ulogu žena u društvu te nedostatak podrške ženama koje rade dva posla smanjuju vjerojatnost da će žene pokrenuti poduzeća u tehnološki intenzivnim industrijama. odnosno uz obitelj i posao.

S obzirom na to da malo i srednje poduzetništvo čini većinu poduzetnika, zakonodavna bi vlast trebala na ovaj način pristupiti temeljnom problemu otklanjanja diskriminacije poduzetnika. Zbog svojih poslovnih aktivnosti, te bi žene primarno ovisile o socijalnoj potpori da se gore navedeni problemi ne riješe. Država bi se trebala pozabaviti i drugim pitanjem u području provedbe državnih strategija, odnosno onih strategija koje će uspješno riješiti sva pitanja rodne neravnopravnosti.

---

<sup>49</sup> Galić B. (2011a) „Žene i rad u suvremenom društvu – značaj “orodnjenog” rada“, Sociologija i prostor, sv. 49 (1) 25–48.

<sup>50</sup> Galić B. (2011a) „Žene i rad u suvremenom društvu – značaj “orodnjenog” rada“, Sociologija i prostor, sv. 49 (1) 25–48.

Stoga, strategije trebaju uzeti u obzir različite društvene perspektive u vezi s gore spomenutom rodnom nejednakosti, promovirati zapošljavanje i samozapošljavanje žena, te istovremeno razviti potrebne programe za rješavanje izazova s kojima se suočavaju žene poduzetnice, uz osiguravanje pravednijeg načina zapošljavanja žena u poduzećima ili poslovnim organizacijama. Bez sumnje, rezultat ovih problema je nedostatak poslovnog iskustva i, istodobno, malo prilika za osiguravanje početnih sredstava za pokretanje poslovanja.

Navodi se da je jedno od temeljnih ljudskih prava pravo na ravnopravnost spolova kao i pravo na rad u odnosu na zakonske okvire koji uređuju rad i prava žena u Republici Hrvatskoj, Europskoj uniji i ostatku svijeta. . U svjetlu navedenog, Europska unija donijela je niz zakona te konvencija, strategija i politika koje se izravno odnose na socijalnu politiku i bave se ravnopravnošću spolova. Tako je Vijeće Europe donijelo Strategiju za ravnopravnost spolova za razdoblje 2014.–2017.

Prema navedenoj definiciji rodne ravnopravnosti, ona se prije svega odnosi na segment ravnopravnosti muškaraca i žena u svim sferama djelovanja, odnosno segment ravnopravne zastupljenosti na svim izvršnim pozicijama u gospodarstvu i vlasti, kao i potpuno jednaka prava i obveze za sve. Studije su pokazale da su nacije s ekonomijama koje su znatno jače i bolje rangirane na globalnoj razini od drugih – odnosno nacije u kojima još uvijek u većoj mjeri postoje negativni tradicionalni rodni stereotipi – žene u kojima su ravnopravno zastupljene u društvu i, posljedično, u radnom odnosu.

## 5. ZAKLJUČAK

Rodna ravnopravnost ima ključnu ulogu u izgradnji društava blagostanja. Kroz promicanje jednakih mogućnosti, prava i sudjelovanja žena i muškaraca u svim područjima društva, možemo ostvariti pravednije, održivije i prosperitetnije zajednice. Rodna neravnopravnost ima negativne posljedice na pojedince, obitelji, zajednice i cijelo društvo, stoga je važno aktivno raditi na njezinom prevladavanju.

Kroz poticanje ženskog poduzetništva, stvaramo prostor za ekonomsku emancipaciju žena, jačanje njihove uloge u gospodarstvu te ravnomjerniju raspodjelu moći i resursa. Poduzetništvo žena donosi brojne prednosti, uključujući stvaranje radnih mjesta, ekonomski rast, društvenu koheziju i inovacije. Suvremeni pristup društvenom poduzetništvu dodatno naglašava važnost rodne ravnopravnosti u poslovnom svijetu, potičući inkluzivno i održivo gospodarstvo.

Da bi se postigla rodna ravnopravnost, potrebno je ulagati u obrazovanje, osnaživanje žena, uklanjanje prepreka i stereotipa te promicanje politika i mjera koje osiguravaju jednake mogućnosti za sve. Također, važno je osigurati pristup kapitalu, mentorstvu i poslovnim mrežama ženama poduzetnicama kako bi im se omogućilo uspješno vođenje poslovnih poduhvata.

Stvaranje društava blagostanja zahtijeva uključivanje i angažman svih dionika društva, uključujući vladu, poslovni sektor, civilno društvo i akademsku zajednicu. Samo kroz zajedničke napore možemo stvoriti okruženje u kojem će rodna ravnopravnost biti temeljni princip i sredstvo za ostvarivanje pravednog, inkluzivnog i održivog društva.

Nadalje, važno je kontinuirano praćenje i evaluacija napretka u postizanju rodne ravnopravnosti te prilagodba politika i mjera kako bi se odgovorilo na izazove i promoviralo daljnje napredovanje. Samo kroz kontinuirani rad i posvećenost možemo ostvariti rodno ravnopravno društva u kojima svaka osoba ima pravo i priliku ostvariti svoj puni potencijal.

## POPIS LITERATURE

1. Adamović, M. (2011.) Žene i društvena moć, Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
2. Blau, F. D., Kahn L.M., Winkler ,A. E. (2002.): The Economics of Women, Men and Work, Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
3. Državni zavod za statistiku RH (2020.) Žene i muškarci u Hrvatskoj 2020. Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/menandwomen/men\\_and\\_women\\_2020.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2020.pdf)
4. Galić B. (2011) „Žene i rad u suvremenom društvu – značaj “orodnjenog” rada“, Sociologija i prostor, sv. 49 (1) 25–48.
5. Galić, B., Nikodem, K. (2009.) „Percepcija rodnih jednakosti i šansi pri zapošljavanju u hrvatskom društvu. Pogled nezaposlenih žena“, Revija za socijalnu politiku, sv. 16 (3): 253–270.
6. Gudelj, I. (2019), Stručni prikaz: Ciljevi održivog razvoja - provedba na globalnoj razini i provedbeni status u Republici Hrvatskoj, Hrvatske vode, Vol. 27 No. 109. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/226674>
7. Hazl et. al. (2011) Položaj žena na hrvatskom tržištu rada: sažetak studije. URL: [http://www.zgdl.hr/preuzimanja/polozaj\\_zena\\_na\\_hrvatskom\\_trzistu\\_rada.pdf](http://www.zgdl.hr/preuzimanja/polozaj_zena_na_hrvatskom_trzistu_rada.pdf)
8. Šolaja, K. (2017) Feminizam i žena današnjice. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever.
9. Ivaniš, M (2018), Društveno poduzetništvo : poluga društava blagostanja, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
10. Miošić Lisjak, N., Ćurlin, I., (2002): Žene i poduzetništvo, The Star Network of World Learning, Zagreb.
11. Pavlek, M. H. (2015). Položaj žena menadžera. Tehnički glasnik, Vol. 9, No.2.
12. Ružić, V., Perušić, M. (2014). Položaj žena u menadžmentu-novi trendovi u fenomenu staklenog stropa“. Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 5, No. 1.
13. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, 2014.
14. Infobip: <https://www.infobip.com/>