

POSTOJEĆE STANJE I OSNAŽIVANJE PODUZETNIŠTVA ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Koren, Lorena

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:191:884517>

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

LORENA KOREN

POSTOJEĆE STANJE I OSNAŽIVANJE PODUZETNIŠTVA
ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

The Current State and Empowerment of Woman
Entrepreneurship in the Republic of Croatia

ZAVRŠNI RAD

OPATIJA, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
OPATIJA

POSTOJEĆE STANJE I OSNAŽIVANJE PODUZETNIŠTVA
ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

The Current State and Empowerment of Woman
Entrepreneurship in the Republic of Croatia

Kolegij: Društveno poduzetništvo u
uslužnim djelatnostima

Mentor: Dr. sc. Marija Ivaniš,
izvanredna profesorica

Student: Lorena Koren

Matični broj: Ps 24535/18

Smjer: Menadžment u turizmu

OPATIJA , 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

Lorena Koren
(ime i prezime studenta)

Ps 24535/18
(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, 1.5.2023.

Student - autor:

(potpis)

SAŽETAK

Tema poduzetništva žena u Hrvatskoj pokriva različite aspekte vezane uz izazove i prilike s kojima se susreću poduzetnice u pokretanju i razvoju svog poslovanja. Neki od izazova uključuju pristup financiranju i financiranje, društvene i kulturne predrasude te nedostatak poslovnih mreža i resursa. S druge strane, u Hrvatskoj postoje brojne mogućnosti za poduzetnice, poput povoljne porezne politike, bespovratnih sredstava i subvencija te potpore državnih i nevladinih organizacija. Za rješavanje izazova s kojima se susreću žene poduzetnice postoje različite inicijative i programi usmjereni na pružanje financijske i nefinancijske potpore. Neki od njih uključuju programe mentorstva, događaje umrežavanja, programe obuke i obrazovanja te pristup financiranju. Pravni okvir u Hrvatskoj pruža zaštitu i podršku ženama poduzetnicama, uključujući anti diskriminacijske zakone i politike koje promiču ravnopravnost spolova. Međutim, još uvijek ima prostora za napredak u pogledu provedbe i provedbe ovih politika.

Ključne riječi: poduzetništvo žena, porezna politika, financiranje, subvencija.

SADRŽAJ

SAŽETAK

1. UVOD	1
1.1. Problem, predmet i objekt istraživanja	1
1.2. Svrha, ciljevi i znanstvene metode istraživanja	1
1.3. Ocjena dosadašnjih istraživanja	2
1.4. Znanstvene i pomoćne hipoteze	2
2. PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI U HRVATSKOJ	4
2.1. Poduzetništvo – pojmovna i teorijska razmatranja	4
2.2. Razvrstavanje poduzetnika u RH prema zakonodavnom okviru	6
2.3. Karakteristike poduzetnika	8
2.4. Globalni poduzetnički monitoring (GEM)	9
2.2. Indikatori poduzetničkih (ne)aktivnosti u RH prema GEM-u	12
3. PODUZETNIŠTVO ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ	14
3.1. Tradicionalni i moderni pristup vodstvu	14
3.2. Broj poduzetnica u RH po djelatnostima	16
3.3. Temeljne karakteristike poduzetništva žena u RH	19
3.4. Prepreke ženskom poduzetništvu u RH	21
3.5. Zakonski okviri u kontekstu rada i prava žena u Hrvatskoj	22
4. POSTOJEĆE STANJE PODUZETNIŠTVA ŽENA U RH	24
5. OSNAŽIVANJE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ	28
5.1. Izvori financiranja poduzetništva žena u poduzetništvu	29
5.2. Potpore i podrška ženama u poduzetništvu	31
6. ZAKLJUČAK	35
POPIS LITERATURE	37

1. UVOD

Uloga žena u poduzetništvu posljednjih godina dobiva sve više pozornosti i priznanja u cijelom svijetu. U Republici Hrvatskoj žensko poduzetništvo je trend rasta, no još je dug put do postizanja ravnopravnosti spolova u poslovnom svijetu. Ovaj završni rad ima za cilj istražiti postojeće stanje ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, kao i načine njegovog jačanja.

Poduzetništvo žena je važan segment ekonomije koji doprinosi gospodarskom rastu i razvoju društva. U Hrvatskoj, kao i u drugim zemljama, žene se suočavaju s brojnim izazovima pri osnivanju i razvoju vlastitog poslovanja. Prema podacima, žene čine manji udio vlasnika tvrtki u usporedbi s muškarcima, a često se suočavaju s nedostatkom financijskih sredstava, nedovoljnom podrškom i poteškoćama u pristupu tržištu. U cilju poticanja i podrške ženskom poduzetništvu, u Hrvatskoj postoji niz programa i inicijativa koje imaju za cilj osnaživanje žena u poduzetništvu. Ovi programi uključuju financijsku podršku, mentorstvo, obrazovanje, umrežavanje i promociju. Kako bi se osigurao daljnji rast i razvoj poduzetništva žena, potrebno je kontinuirano raditi na unaprjeđenju postojećih programa i stvaranju novih prilika za podršku ženama u poduzetništvu.

1.1. Problem, predmet i objekt istraživanja

Problem kojim se ovo istraživanje bavi je trenutno stanje ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, uključujući izazove s kojima se susreću poduzetnice, njihov poslovni učinak te utjecaj državnih politika na njihov uspjeh. Predmet istraživanja su poduzetnice koje posluju u Hrvatsko i načini jačanja poduzetništva žena. Objekti istraživanja su sljedeći: poduzetništvo žena, porezna politika, financiranje, subvencija.

1.2. Svrha, ciljevi i znanstvene metode istraživanja

Svrha ovog istraživanja je dati dubinsku analizu trenutnog stanja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj te identificirati načine za njegovo jačanje. Ciljevi ovog istraživanja su ispitati izazove s kojima se susreću poduzetnice, istražiti državne politike koje utječu na žensko poduzetništvo te predložiti preporuke za poboljšanje poduzetničkog ekosustava za žene u Hrvatskoj. Kako bi se postigli ovi ciljevi, istraživanje će koristiti znanstvene metode, uključujući pregled literature i statističku analizu postojećih podataka.

1.3. Ocjena dosadašnjih istraživanja

Dosadašnja istraživanja o ženskom poduzetništvu u Hrvatskoj bila su ograničena, a većina studija bila je usmjerena na uzak raspon tema. Neke su studije istraživale izazove s kojima se susreću žene poduzetnice, dok su se druge usredotočile na vladine politike koje podupiru žensko poduzetništvo. Međutim, nedostaju cjelovita istraživanja koja bi detaljno analizirala postojeće stanje ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Primjerice, istraživanje koje je provela Hrvatska gospodarska komora 2018. ispitalo je stanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj i identificiralo izazove s kojima se susreću poduzetnice, poput ograničenog pristupa financiranju, nedostatka mogućnosti umrežavanja te usklađivanja poslovnih i obiteljskih obaveza.¹ Studija je također predložila nekoliko preporuka za poboljšanje poduzetničkog okruženja za žene, uključujući stvaranje više mreža podrške, povećanje pristupa financiranju i pružanje više mogućnosti za obuku i mentorstvo.

Druga studija koju je provela Europska komisija 2019. istraživala je rodni jaz u pristupu financiranju za žene poduzetnice u Hrvatskoj i drugim zemljama EU-a.² Studija je pokazala da se žene poduzetnice u Hrvatskoj suočavaju sa značajnim preprekama u pristupu financiranju, kao što je nedostatak kolaterala i kreditne povijesti, te je preporučila intervencije politike za rješavanje tih problema. Općenito, iako postoji ograničeno istraživanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, prethodne studije pružile su dragocjene uvide u izazove s kojima se susreću žene poduzetnice i politike koje mogu podržati njihov rast. Ovo novo istraživanje ima za cilj nadogradnju prethodnog rada i pružanje sveobuhvatnije analize stanja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj i načina za njegovo jačanje.

1.4. Znanstvene i pomoćne hipoteze

Znanstvena hipoteza ovog istraživanja je da je postojeće stanje ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj suboptimalno, te da postoji potreba za politikama i programima podrške ženama poduzetnicama.

Tri su pomoćne hipoteze ovog istraživanja :

¹ Ledić, M. Razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike, Zagreb, 2019., str. 13.

² Kovačić, N., Pavić, I. Utjecaj spola na upravljanje rizicima u poduzetništvu. Ekonomski fakultet, Osijek, 2019., str. 23.

P.H.1.: Žene poduzetnice u Hrvatskoj suočavaju se s jedinstvenim izazovima koji zahtijevaju specifične intervencije politike.

P.H.2.: Trenutno političko okruženje u Hrvatskoj ne podržava na odgovarajući način žensko poduzetništvo.

P.H.3.: Uspjeh poduzetnica u Hrvatskoj povezan je s njihovim pristupom financijskim sredstvima, mrežama i mentorstvu.

Kroz analizu ovih hipoteza i ciljeva istraživanja, ovaj rad ima za cilj dati uvide i preporuke za poboljšanje stanja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

2. PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI U HRVATSKOJ

Poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj posljednjih su godina u stalnom porastu, iako zemlja još uvijek zaostaje za svojim europskim kolegama u pogledu stopa poduzetništva i startup aktivnosti. Prema podacima Global Entrepreneurship Monitora, stopa poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj u 2019. iznosila je 7,9%, što je nešto niže od europskog prosjeka koji iznosi 10,6%. Međutim, u izvješću se također navodi da je Hrvatska posljednjih godina zabilježila značajan porast poduzetničke aktivnosti u ranoj fazi, posebno u područjima tehnologije i inovacija.³

Što se tiče aktivnosti startup - a, Hrvatska je posljednjih godina doživjela veliki porast, a broj startup - a je između 2014. i 2019. porastao za 84%, prema podacima Startup Genomea. U izvješću se također navodi da je hrvatski startup ekosustav relativno mlad, ali ima značajan potencijal za rast, posebno u područjima kao što su razvoj softvera, biotehnologija i obnovljivi izvori energije.⁴ Nekoliko je čimbenika pridonijelo rastu poduzetništva u Hrvatskoj, uključujući poboljšanja poslovnog okruženja, povećani pristup financiranju i vladine inicijative za potporu startup - ima i malim poduzećima. Međutim, i dalje postoje značajni izazovi s kojima se suočavaju poduzetnici u zemlji, poput ograničenog pristupa financiranju, regulatornih prepreka i nedostatka kvalificirane radne snage.⁵ Stoga se u ovom poglavlju razmatraju sljedeće tematske cjeline: 1) Poduzetništvo – pojmovna i teorijska razmatranja; 2) Razvrstavanje poduzetnika u RH prema zakonodavnom okviru; 3) Karakteristike poduzetnika; 4) Globalni poduzetnički monitoring (GEM) i 5) Indikatori poduzetničkih (ne)aktivnosti u RH prema GEM-u.

2.1. Poduzetništvo – pojmovna i teorijska razmatranja

Poduzetništvo je proces stvaranja, razvoja i upravljanja novim pothvatom ili poslom s ciljem stvaranja dobiti ili stvaranja društvene vrijednosti. Poduzetnički proces uključuje prepoznavanje potrebe ili prilike na tržištu i preuzimanje proračunatog rizika za stvaranje i pokretanje novog pothvata. Uspješni poduzetnici često posjeduju kvalitete kao što su kreativnost, inovativnost, snalažljivost, ustrajnost i sposobnost prepoznavanja i upravljanja rizikom.⁶

³ Gem Global Report, Izvješće o poduzetništvu Hrvatske Globalnog monitora poduzetništva za 2019.: <https://www.gemconsortium.org/report/50796>

⁴ Startup Genome, Izvješće o ekosustavu startupa u Hrvatskoj Startup Genomea za 2020.: <https://startupgenome.com/report/croatia-ecosystem-report-2020>

⁵ Ledić, M. Razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, op. cit., str. 31.

⁶ Shane, S. Opća teorija poduzetništva: veza pojedinca i prilike. Edward Elgar Publishing, 2003., str. 20.

Postoje različite vrste poduzetništva, uključujući malo poduzetništvo, društveno poduzetništvo i poduzetništvo visokog rasta. Malo poduzetništvo uključuje pokretanje i vođenje malog poduzeća, često s ciljem stvaranja stalnog prihoda. Društveno poduzetništvo ima za cilj stvoriti društvenu ili ekološku vrijednost koristeći se poslovnim načelima i praksama. Poduzetništvo visokog rasta uključuje stvaranje i povećanje poslovanja koje ima potencijal za generiranje značajne dobiti i otvaranje radnih mjesta.⁷

Poduzetnički proces uključuje različite faze, uključujući prepoznavanje prilika, procjenu i planiranje, stjecanje resursa, implementaciju i rast. Identifikacija mogućnosti uključuje prepoznavanje potrebe ili prilike na tržištu. Evaluacija i planiranje uključuju analizu potencijala prilike i razvoj strategije za njezino ostvarivanje. Stjecanje resursa uključuje dobivanje potrebnih resursa, kao što su financiranje, osoblje i oprema. Implementacija uključuje pokretanje i upravljanje novim pothvatom, dok rast uključuje širenje poslovanja i povećanje njegove profitabilnosti.⁸

Uspješni poduzetnici često posjeduju određene karakteristike koje im omogućuju da prepoznaju prilike, preuzmu rizike i postignu uspjeh. Neke od tih karakteristika uključuju⁹:

- Kreativnost i inovativnost: uspješni poduzetnici često su sposobni prepoznati nova i inovativna rješenja za probleme ili prilike na tržištu.
- Otpornost: poduzetništvo je često popraćeno zastojsima i neuspjesima. Uspješni poduzetnici sposobni su ustrajati kroz te izazove i nastaviti raditi prema svojim ciljevima.
- Snalažljivost: od poduzetnika se često traži da rade s ograničenim resursima, a uspješni poduzetnici mogu maksimalno iskoristiti ono što imaju na raspolaganju.
- Prilagodljivost: tržišta i industrije neprestano se razvijaju, a uspješni poduzetnici mogu prilagoditi svoje strategije i ponude kako bi zadovoljili promjenjive zahtjeve.
- Strast i poticaj: poduzetništvo zahtijeva mnogo napornog rada i predanosti. Uspješne poduzetnike često pokreće strast prema poslu i želja da naprave razliku.

Poduzetništvo je važno iz raznih razloga, kako na individualnoj tako i na društvenoj razini. Neke od ključnih prednosti poduzetništva uključuju¹⁰:

⁷ Gartner, W. B., "Tko je poduzetnik?" je pogrešno pitanje, op. cit., str. 13.

⁸ Shane, S., *Opća teorija poduzetništva: veza pojedinca i prilike*, op. cit., str. 19.

⁹ Drucker, P., *Inovacije i poduzetništvo: praksa i principi*, HarperCollins, 1985., str. 17.

¹⁰ Gartner, W. B., "Tko je poduzetnik?" je pogrešno pitanje, op. cit., str. 15.

- Otvaranje radnih mjesta: poduzetnici su često odgovorni za otvaranje novih radnih mjesta i poticanje gospodarskog rasta.
- Inovacije i napredak: poduzetnici su često predvodnici inovacija, razvijajući nove proizvode, usluge i tehnologije koje mogu potaknuti napredak u raznim područjima.
- Fleksibilnost i prilagodljivost: poduzetništvo može pojedincima omogućiti veću fleksibilnost i kontrolu nad njihovim poslom i karijerom.
- Društveni utjecaj: društveno poduzetništvo može biti posebno utjecajno, budući da ima za cilj rješavanje društvenih problema i stvaranje pozitivnih promjena.

Iako poduzetništvo može ponuditi mnoge prednosti, ono također dolazi sa značajnim izazovima i rizicima. Neki od tih izazova uključuju¹¹:

- Financijski rizik: pokretanje novog pothvata često zahtijeva značajna financijska ulaganja, a nema jamstva za uspjeh.
- Neizvjesnost i nepredvidivost: tržište i industrija mogu biti nepredvidivi, a često postoji značajna neizvjesnost oko uspjeha novog pothvata.
- Ravnoteža između poslovnog i privatnog života: pokretanje i vođenje novog posla može zahtijevati mnogo vremena i energije, što može utjecati na ravnotežu između poslovnog i privatnog života pojedinca.
- Pravni i regulatorni izazovi: pokretanje i vođenje novog poduzeća može biti komplicirano raznim zakonskim i regulatornim zahtjevima.

Sveukupno, poduzetništvo može biti isplativ i ispunjavajući put za one koji posjeduju potrebne vještine i karakteristike te koji su spremni preuzeti povezane izazove i rizike.

2.2. Razvrstavanje poduzetnika u RH prema zakonodavnom okviru

U Republici Hrvatskoj, poduzetnici se razvrstavaju prema Zakonu o poduzetnicima. Prema tom zakonu, poduzetnici se dijele u tri kategorije¹²:

1. Fizičke osobe koje obavljaju samostalnu djelatnost - ova kategorija podrazumijeva fizičke osobe koje samostalno obavljaju neku djelatnost, kao što su obrtnici, slobodna zanimanja i druge osobe koje su registrirane kao obveznici poreza na dohodak.

¹¹ Gartner, W. B., "Tko je poduzetnik?" je pogrešno pitanje, op. cit., str. 20.

¹² Ledić, M. (2019). Razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, op. cit., str. 30.

2. Pravne osobe - ova kategorija poduzetnika obuhvaća društva s ograničenom odgovornošću, dionička društva, zadruge i ostale pravne osobe koje obavljaju gospodarsku djelatnost.
3. Samostalni poljoprivredni proizvođači - ova kategorija poduzetnika obuhvaća fizičke osobe koje se bave poljoprivrednom proizvodnjom te koje su upisane u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava.

Uz gore navedene kategorije poduzetnika, u Republici Hrvatskoj postoje i posebne kategorije poduzetnika koje se razlikuju po određenim karakteristikama i za koje vrijede posebni zakoni i propisi. Neke od tih posebnih kategorija su¹³:

1. Start-up poduzetnici - radi se o novim poduzetnicima koji se bave inovativnim tehnologijama, proizvodima ili uslugama, a koji su se registrirali u sklopu programa potpore razvoju start-up poduzetništva. Za njih vrijede posebni zakoni i propisi, kao što je Zakon o poticanju investicija.
2. Socijalni poduzetnici - ova kategorija poduzetnika obuhvaća društveno odgovorne poduzetnike koji posluju s ciljem ostvarivanja društvene koristi, a ne samo profita. Za socijalne poduzetnike postoje posebni programi potpore i zakonski okviri koji omogućuju olakšice u poslovanju.
3. Koncesionari - ova kategorija poduzetnika obuhvaća osobe koje obavljaju određenu djelatnost na temelju koncesije koju su dobili od države ili jedinice lokalne samouprave, kao što su koncesije za gradnju i upravljanje autocestama, luka, zračnih luka i sl.
4. Franchising poduzetnici - radi se o poduzetnicima koji posluju pod licencom neke veće tvrtke, koristeći njezinu robnu marku i poslovni model. Franchise ugovor regulira odnos između glavnog davatelja franšize i poduzetnika koji koristi njegovu franšizu.
5. Obrtnici i slobodna zanimanja - ova kategorija poduzetnika obuhvaća fizičke osobe koje samostalno obavljaju neku djelatnost, kao što su trgovci, obrtnici, umjetnici, novinari i druge osobe koje su registrirane kao obveznici poreza na dohodak. Obrtnici i slobodna zanimanja imaju posebne uvjete poslovanja, te su dužni ispunjavati određene obveze i plaćati posebne doprinose.

U Republici Hrvatskoj, poduzetnici su dužni registrirati svoju djelatnost pri nadležnom tijelu, što je prema vrsti djelatnosti može biti jedinica lokalne samouprave, trgovački sud ili Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta. Nakon registracije, poduzetnici dobivaju OIB

¹³ Miličević, K., *Oснаživanje žena u ruralnom poduzetništvu*, Poljoprivredni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2018.

(Osobni identifikacijski broj) te se moraju registrirati za plaćanje poreza i doprinosa. Uz to, u Republici Hrvatskoj postoje različiti programi i potpore za poticanje razvoja poduzetništva, poput potpora za start-upove, potpora za razvoj malog i srednjeg poduzetništva, te potpora za izvoz i međunarodno poslovanje.¹⁴ Ovi programi i potpore omogućuju poduzetnicima da lakše pokrenu i razvijaju svoj posao. Važno je napomenuti da poduzetništvo u Republici Hrvatskoj često nailazi na određene probleme i prepreke, kao što su visoka porezna opterećenja, neujednačeni zakonski okviri i administrativna opterećenja. Stoga je nužno da vlada i druge institucije rade na poboljšanju uvjeta za poduzetništvo, kako bi se olakšao rast i razvoj poslovanja, te se potaknulo stvaranje novih radnih mjesta.¹⁵

2.3. Karakteristike poduzetnika

Poduzetnik je osoba koja preuzima rizik i pokreće posao ili projekt s ciljem ostvarivanja profita. Upravo zbog toga, poduzetnici obično posjeduju određene karakteristike koje ih razlikuju od drugih ljudi. Neke od ključnih karakteristika poduzetnika su¹⁶:

1. Inovativnost - poduzetnici su često inovativni i kreativni, te su spremni razmišljati izvan ustaljenih okvira kako bi došli do novih ideja i rješenja.
2. Odlučnost - poduzetnici su odlučni u svojim ciljevima, te su spremni preuzeti rizik i suočiti se s neizvjesnošću kako bi ostvarili svoju viziju.
3. Strast - poduzetnici obično rade u području koje ih strastveno zanima, te su spremni posvetiti se svom poslu kako bi postigli uspjeh.
4. Samostalnost - poduzetnici su obično samostalni i neovisni, te vole raditi prema vlastitim pravilima i planovima.
5. Upornost - poduzetnici se često suočavaju s izazovima i preprekama, te su spremni uporno raditi i boriti se za svoj uspjeh.
6. Komunikacijske i pregovaračke vještine - poduzetnici moraju imati dobre komunikacijske i pregovaračke vještine kako bi uspješno surađivali s klijentima, partnerima i dobavljačima.

¹⁴ Miličević, K., *Osnaživanje žena u ruralnom poduzetništvu*, op. cit. str. 21.

¹⁵ Čičak, I., *Žene u poduzetništvu: između staklenog stropa i vlastitog uspjeha*, Sveučilište u Zagrebu, 2016.

¹⁶ Razboršek, T., *Žene u poduzetništvu: iskustva i izazovi u Hrvatskoj i Sloveniji*, Friedrich Ebert Stiftung, 2020.

7. Financijska pismenost - poduzetnici moraju biti financijski pismeni kako bi uspješno upravljali svojim poslovanjem, te znali kako upravljati novcem, proračunati troškove i planirati prihode.

Ove karakteristike su ključne za uspjeh poduzetnika, no važno je napomenuti da ne postoje univerzalni obrasci za uspjeh u poduzetništvu. Svaki poduzetnik ima svoj jedinstveni set vještina, talenata i iskustava koji mu pomažu u ostvarivanju poslovnih ciljeva.

2.4. Globalni poduzetnički monitoring (GEM)

Global Entrepreneurship Monitoring (GEM) istraživački je program koji proučava poduzetničku aktivnost i njezine temeljne uvjete diljem svijeta. GEM je neprofitna organizacija koja je osnovana 1999. godine kao partnerstvo između Babson Collegea (SAD) i London Business School (UK). Od tada je GEM postao najveća svjetska tekuća studija poduzetništva i inovacija, koja pokriva više od 100 gospodarstava diljem svijeta. Primarni cilj GEM-a je identificirati i analizirati čimbenike koji potiču ili ometaju poduzetništvo u različitim regijama i zemljama. GEM proizvodi razna izvješća i publikacije na temelju svojih istraživanja, uključujući godišnje GEM Global Report, koje daje detaljnu analizu stanja poduzetništva u svijetu.¹⁷

Istraživački program GEM temelji se na skupu zajedničkih istraživačkih protokola i mjera koje omogućuju usporedbu razine i prirode poduzetničke aktivnosti među zemljama. GEM istraživanje uključuje anketiranje poduzetnika, stručnjaka i opće populacije u svakoj zemlji sudionici, kao i analizu sekundarnih izvora podataka, poput državne statistike i poslovnih registara.¹⁸

Neke od ključnih tema obuhvaćenih GEM istraživanjem uključuju¹⁹:

1. Poduzetnička aktivnost: GEM mjeri razinu poduzetničke aktivnosti u svakoj zemlji sudionici, uključujući stopu osnivanja novih poduzeća, postotak poduzetnika u ranoj fazi i postotak etabliranih vlasnika poduzeća.
2. Poduzetnički stavovi: GEM mjeri stavove i percepcije poduzetnika, stručnjaka i opće populacije prema poduzetništvu, kao što su percipirane mogućnosti i prepreke

¹⁷ Razboršek, T., *Žene u poduzetništvu: iskustva i izazovi u Hrvatskoj i Sloveniji.*, op.cit., str. 9.

¹⁸ Čičak, I., *Žene u poduzetništvu: između staklenog stropa i vlastitog uspjeha.*, op. cit., str. 10.

¹⁹ Tomičić-Pupek, K., *Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj*, Sveučilište u Rijeci, Pravni fakultet, 2018.

poduzetništvu, razina tolerancije na rizik te kulturne i društvene norme vezane uz poduzetništvo.

3. Poduzetničke težnje: GEM mjeri težnje i namjere pojedinaca prema pokretanju novog posla ili proširenju postojećeg, kao i razloge iza tih težnji.
4. Poduzetnički ekosustav: GEM analizira različite čimbenike koji pridonose poticajnom ili neprijateljskom okruženju za poduzetništvo, kao što su pristup financiranju, vladine politike i propisi, poduzetničko obrazovanje i obuka te dostupnost usluga podrške.

Metodologija Globalnog praćenja poduzetništva (GEM) temelji se na skupu standardiziranih istraživačkih protokola i mjera koje se koriste u svim zemljama sudionicama kako bi se osigurala usporedivost podataka među zemljama.

GEM istraživačka metodologija sastoji se od sljedećih komponenti²⁰:

1. Nacionalna ekspertna anketa: GEM istraživači provode anketu među nacionalnim stručnjacima za poduzetništvo, kao što su akademici, kreatori politike i poslovni čelnici, kako bi procijenili kvalitetu nacionalnog poduzetničkog okruženja i identificirali ključne izazove i prilike za poduzetništvo u zemlji.
2. Nacionalno istraživanje odrasle populacije: istraživači GEM-a provode anketu reprezentativnog uzorka odrasle populacije u svakoj zemlji sudionici kako bi procijenili razinu poduzetničke aktivnosti, stavove i percepcije prema poduzetništvu te namjere i težnje da postanu poduzetnici.
3. Uvjeti nacionalnog poduzetničkog okvira: istraživači GEM-a prikupljaju sekundarne podatke iz različitih izvora, kao što su vladine statistike i izvješća, kako bi procijenili kvalitetu nacionalnog poduzetničkog ekosustava, uključujući razinu pristupa financiranju, vladine politike i propise, poduzetničko obrazovanje i obuku te dostupnost usluga podrške.
4. Pregled panela stručnjaka: istraživači GEM-a prezentiraju preliminarne nalaze anketa i analize podataka panelu lokalnih stručnjaka za poduzetništvo radi pregleda i povratnih informacija. To pomaže osigurati točnost i valjanost nalaza i identificirati sve specifične kontekstualne čimbenike koji mogu utjecati na tumačenje podataka.
5. Globalna analiza podataka: istraživači GEM-a prikupljaju i analiziraju podatke prikupljene iz svih zemalja sudionica kako bi identificirali globalne trendove i obrasce

²⁰ Razboršek, T., *Žene u poduzetništvu: iskustva i izazovi u Hrvatskoj i Sloveniji.*, op. cit., str. 14.

u poduzetništvu i usporedili razinu i prirodu poduzetničke aktivnosti u različitim zemljama i regijama.

6. Godišnje izvješće: GEM izrađuje godišnje izvješće koje sažima nalaze istraživanja i daje detaljnu analizu stanja poduzetništva u svijetu. Izvješće uključuje ključne pokazatelje poduzetničke aktivnosti, kao što je stopa ukupne poduzetničke aktivnosti u ranoj fazi, te daje uvid u čimbenike koji potiču ili ometaju poduzetništvo u različitim regijama i zemljama.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) izrađuje godišnja izvješća koja daju detaljnu analizu stanja poduzetništva u svijetu. Ovi izvještaji imaju za cilj pružiti uvid u čimbenike koji potiču ili ometaju poduzetništvo u različitim regijama i zemljama te identificirati prilike za kreatore politike, obrazovne radnike i same poduzetnike da podrže i promiču poduzetničku aktivnost. Izvješća obično uključuju ključne pokazatelje poduzetničke aktivnosti, kao što je stopa ukupne poduzetničke aktivnosti u ranoj fazi (TEA), koja mjeri postotak odrasle populacije koja je aktivno uključena u pokretanje ili vođenje novog posla. Ostali ključni pokazatelji mogu uključivati razinu poduzetničkih težnji, stavove prema poduzetništvu i kvalitetu poduzetničkog ekosustava, poput dostupnosti financija, obrazovanja i usluga podrške.²¹

Izvješća također analiziraju čimbenike koji utječu na poduzetničku aktivnost, kao što su kulturološki stavovi prema poduzetništvu, vladine politike i propisi, dostupnost financija i usluga podrške te razina obrazovanja i vještina među stanovništvom. Uspoređujući ove čimbenike u različitim zemljama i regijama, GEM izvješća imaju za cilj identificirati najbolje prakse i politike koje se mogu koristiti za podršku i promicanje poduzetničke aktivnosti. GEM izvješća pružaju vrijedan izvor informacija kreatorima politika, edukatorima i samim poduzetnicima kako bi bolje razumjeli stanje poduzetništva u svijetu i identificirali prilike za promicanje i podržavanje poduzetničke aktivnosti.²²

²¹ Čičak, I. *Žene u poduzetništvu: između staklenog stropa i vlastitog uspjeha.*, op. cit., str. 22.

²² Dedaj, A., *Potporna ženama u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj.* Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 2018., str. 27.

2.2. Indikatori poduzetničkih (ne)aktivnosti u RH prema GEM-u

Prema Nacionalnom izvješću Global Entrepreneurship Monitor (GEM) za Hrvatsku 2019./2020., koje je najnovije izvješće dostupno za Hrvatsku, sljedeći su ključni pokazatelji poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj²³:

- Ukupna stopa poduzetničke aktivnosti u ranoj fazi (TEA): ovo je postotak odrasle populacije (u dobi od 18 do 64 godine) koja je aktivno uključena u pokretanje ili vođenje novog posla. U Hrvatskoj je stopa TEA iznosila 5,5% u 2019./2020., što je nešto ispod prosjeka Europe i Sjeverne Amerike.
- Stopa poslovnog vlasništva (EBO): ovo je postotak odrasle populacije (u dobi od 18 do 64 godine) koja posjeduje i upravlja već uspostavljenom tvrtkom (tj. tvrtkom koja posluje dulje od 42 mjeseca). U Hrvatskoj je EBO stopa iznosila 6,7% u 2019./2020., što je slično prosjeku Europe i Sjeverne Amerike.
- Poduzetničke namjere: odnosi se na postotak odrasle populacije (18-64 godine) koja namjerava pokrenuti posao u sljedeće tri godine. U Hrvatskoj je stopa poduzetničkih namjera u 2019./2020. iznosila 7,1%, što je nešto ispod prosjeka Europe i Sjeverne Amerike.
- Stopa straha od neuspjeha: odnosi se na postotak odrasle populacije (u dobi od 18 do 64 godine) koja navodi da bi ih strah od neuspjeha spriječio u pokretanju posla. U Hrvatskoj je stopa straha od neuspjeha bila 42,5% u 2019./2020., što je više od prosjeka Europe i Sjeverne Amerike.
- Percipirane mogućnosti: odnosi se na postotak odrasle populacije (u dobi od 18 do 64 godine) koja smatra da postoje dobre prilike za pokretanje posla u njihovom području. U Hrvatskoj je stopa percipiranih prilika bila 35,3% u 2019./2020., što je malo ispod prosjeka Europe i Sjeverne Amerike.

Ovi pokazatelji daju uvid u stanje poduzetništva u Hrvatskoj i mogu se koristiti za informiranje o politikama i programima usmjerenim na promicanje i potporu poduzetničkih aktivnosti u zemlji.

Stopa TEA u Hrvatskoj iznosila je 5,5%, što je nešto ispod prosjeka Europe i Sjeverne Amerike. Međutim, u izvješću se napominje da je posljednjih godina došlo do značajnog porasta poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj, djelomice potaknute rastućom sviješću o poduzetništvu

²³ Čičak, I., Žene u poduzetništvu: između staklenog stropa i vlastitog uspjeha., op. cit., str. 24.

kao održivoj karijeri te pojavom novih programa i mreža za potporu poduzetnicima. Stopa EBO u Hrvatskoj iznosila je 6,7%, što je slično prosjeku Europe i Sjeverne Amerike. U izvješću se napominje da su mnogi hrvatski poduzetnici motivirani željom za neovisnošću i mogućnošću stvaranja nečeg novog i inovativnog, a ne samo financijskom dobiti.²⁴

Stopa poduzetničkih namjera u Hrvatskoj iznosila je 7,1%, što je nešto ispod prosjeka Europe i Sjeverne Amerike. U izvješću se navodi da se mnogi potencijalni poduzetnici u Hrvatskoj suočavaju sa značajnim izazovima, poput ograničenog pristupa financiranju i nedostatka poduzetničkog obrazovanja i obuke. Stopa straha od neuspjeha u Hrvatskoj iznosila je 42,5%, što je više od prosjeka Europe i Sjeverne Amerike. U izvješću se napominje da bi to djelomično moglo biti posljedica kulturološke stigme vezane uz poslovni neuspjeh u Hrvatskoj, kao i nedostatka svijesti o prednostima neuspjeha kao iskustva učenja. Stopa percipiranih mogućnosti u Hrvatskoj iznosila je 35,3%, što je malo ispod prosjeka Europe i Sjeverne Amerike. U izvješću se navodi da postoje značajne regionalne razlike u percipiranim prilikama, pri čemu je vjerojatnije da će poduzetnici u urbanim područjima uočiti dobre poslovne prilike nego oni u ruralnim područjima.²⁵

GEM izvješće daje sveobuhvatan pregled stanja poduzetništva u Hrvatskoj te ističe neke od ključnih izazova i prilika s kojima se zemlja suočava na tom području. Uvidi iz izvješća mogu se koristiti za informiranje o politikama i programima usmjerenim na promicanje i potporu poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj, te za pomoć samim poduzetnicima da bolje razumiju poslovno okruženje u kojem posluju.

²⁴ Dedaj, A. Potpora ženama u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj., op. cit., str. 35.

²⁵ Janković, S., Janković, L., "Položaj i uloga žena u hrvatskom poduzetništvu," *Ekonomski vjesnik* 32, br. 1., 2019. str. 165.

3. PODUZETNIŠTVO ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj sve je veće područje interesa i važnosti. Prema izvješću Global Entrepreneurship Monitor (GEM) za Hrvatsku, žene predstavljaju značajan udio poduzetnika u zemlji, s ukupnom stopom poduzetničke aktivnosti u ranoj fazi (TEA) za žene od 3,7% u 2020. Postoji nekoliko čimbenika koji mogu biti doprinos rastu ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Jedan je sve veći broj programa i inicijativa usmjerenih na potporu poduzetnicama, kao što su programi mentorstva i umrežavanja, programi pristupa financiranju te programi obuke i obrazovanja.²⁶

Međutim, još uvijek postoje značajni izazovi s kojima se žene poduzetnice u Hrvatskoj suočavaju. To uključuje ograničen pristup financijama i kapitalu, kulturološke stavove i stereotipe koji ženama mogu otežati poslovni uspjeh te nedostatak uzora i mentora. Kako bi odgovorili na te izazove i promicali veću ravnopravnost spolova u poduzetništvu, hrvatska vlada i drugi dionici rade na razvoju i provedbi politika i programa koji su posebno osmišljeni za potporu ženama poduzetnicama. Ove inicijative uključuju omogućavanje pristupa financiranju i kreditima, širenje programa obuke i obrazovanja te promicanje mogućnosti umrežavanja i mentorstva.²⁷

3.1. Tradicionalni i moderni pristup vodstvu

Tradicionalni pristup vodstvu naglašava autoritet i kontrolu vođe, koji se smatra glavnim izvorom donošenja odluka i usmjeravanja u organizaciji. U ovom pristupu, vođa se obično promatra kao figura koja ima svu moć i donosi sve odluke za organizaciju, dok se od zaposlenika očekuje da slijede upute i izvršavaju svoje dužnosti bez pitanja. Tradicionalni pristup vodstvu često karakterizira hijerarhijska i centralizirana struktura, u kojoj vođa ima svu moć i ovlast donošenja odluka. Ovaj se pristup temelji na pretpostavci da je vođa najpupćeniji i iskusniji član organizacije te je stoga najprikladniji za donošenje odluka i izdavanje naredbi.

²⁶ Svijetlošćak, D., Družić, I., Pavić, I., Poduzetništvo u Hrvatskoj – potencijal za razvoj turizma. Ekonomski fakultet, Split, 2019.

²⁷ Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. GODIŠNJI PLAN RADA MINISTARSTVA GOSPODARSTVA I ODRŽIVOG RAZVOJA ZA 2023. GODINU, 2022. Dostupno na: <https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/GLAVNO%20TAJNI%20A0TVO/Strategija,%20planovi%20i%20ostali%20dokumenti/Godi%20A1nji%20plan%20rada%20Ministarstva%20gospodarstva%20i%20odr%20C5%BEivog%20razvoja%20za%202023.%20godinu.pdf> Pristupljeno: 30. ožujka 2023.

Lideri koji slijede tradicionalni pristup imaju tendenciju da se oslanjaju na formalne procedure i politike za usmjeravanje svojih postupaka i često koriste komunikaciju odozgo prema dolje za širenje informacija i uputa zaposlenicima. Oni također imaju tendenciju vidjeti svoju ulogu prvenstveno kao ulogu kontrole i usmjeravanja, a ne suradnje i osnaživanja.²⁸

U organizacijama koje slijede tradicionalni pristup vodstvu, od zaposlenika se obično očekuje da slijede pravila i procedure bez preispitivanja i oni možda nemaju puno autonomije ili doprinosa u donošenju odluka. To može dovesti do nedostatka kreativnosti, inovativnosti i angažmana među zaposlenicima, jer oni mogu osjećati da njihove ideje i doprinosi nisu cijenjeni ili prepoznati. Druga karakteristika tradicionalnog pristupa vodstvu je usmjerenost na kratkoročne ciljeve i ishode, često nauštrb dugoročnije vizije i strateškog planiranja. Lideri koji slijede ovaj pristup mogu biti više zabrinuti za postizanje neposrednih rezultata i ispunjavanje ciljeva uspješnosti nego za razvoj dugoročne vizije i izgradnju snažne organizacijske kulture.²⁹

Iako tradicionalni pristup vodstvu ima svoje prednosti u određenim situacijama, kao što su visoko strukturirane i regulirane industrije, on također može dovesti do nedostatka inovacija, angažmana zaposlenika i prilagodljivosti u današnjem poslovnom okruženju koje se brzo mijenja. Kao takve, mnoge organizacije usvajaju modernije pristupe vodstvu koji daju prioritet suradnji, osnaživanju i zajedničkom donošenju odluka.³⁰

Suvremeni pristup vodstvu usmjeren je na suradnju, osnaživanje i zajedničko donošenje odluka. Ovaj pristup prepoznaje da vodstvo nije samo držanje moći i kontrole, već i stvaranje poticajnog i uključivog okruženja u kojem svi članovi organizacije mogu napredovati. Lideri koji slijede moderan pristup imaju tendenciju davati prioritet komunikaciji, transparentnosti i povratnim informacijama, stvarajući kulturu povjerenja i otvorenog dijaloga unutar organizacije. Oni sebe vide kao pomagače i trenere, a ne diktatore, i rade na osnaživanju svojih zaposlenika da preuzmu aktivnu ulogu u donošenju odluka i rješavanju problema. Suvremeni pristup vođenju također naglašava razvoj potencijala zaposlenika i stvaranje kulture kontinuiranog učenja i rasta. Lideri koji slijede ovaj pristup ulažu u razvoj svojih zaposlenika, pružaju im priliku za učenje i prihvaćanje novih izazova te ih potiču na kreativnost, inovativnost i proaktivnost u radu.³¹

²⁸ Dedaj, A. (2018). Potpora ženama u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj., op. cit., str. 31.

²⁹ Svijetloščak, D., Družić, I., Pavić, I. Poduzetništvo u Hrvatskoj – potencijal za razvoj turizma., op. cit., str. 11.

³⁰ Janković, S., Janković, L., "Položaj i uloga žena u hrvatskom poduzetništvu," op. cit., str. 171.

³¹ Matić, B. Poduzetništvo i rodna ravnopravnost: analiza potreba za osnaživanjem žena poduzetnica u Republici Hrvatskoj. Institut za razvoj i međunarodne odnose, Zagreb, 2017. str. 7.

U organizacijama koje slijede moderan pristup vodstvu, zaposlenici se potiču da dijele svoje ideje i doprinose donošenju odluka, što potiče osjećaj vlasništva i odgovornosti. To može dovesti do većeg angažmana, kreativnosti i inovativnosti, jer zaposlenici osjećaju da se njihov doprinos cijeni i priznaje. Još jedna karakteristika suvremenog pristupa vodstvu je usmjerenost na dugoročnu viziju i strateško planiranje. Lideri koji slijede ovaj pristup rade na stvaranju zajedničke vizije za organizaciju i zatim osnažuju svoje zaposlenike da rade prema toj viziji. To stvara osjećaj svrhe i usmjerenja za organizaciju, što može pomoći u usklađivanju napora i energije zaposlenika prema postizanju zajedničkih ciljeva.³²

Suvremeni pristup vodstvu postaje sve važniji u današnjem poslovnom okruženju koje se brzo mijenja, gdje su inovativnost, prilagodljivost i angažman presudni za uspjeh. Davanjem prioriteta suradnji, osnaživanju i kontinuiranom učenju i rastu, čelnici mogu stvoriti kulturu povjerenja, inovativnosti i visoke učinkovitosti koja može pomoći organizacijama da napreduju u složenom i dinamičnom svijetu.

3.2. Broj poduzetnica u RH po djelatnostima

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2020. godini u Hrvatskoj je bilo ukupno 165.263 aktivnih poduzetnika, od čega 50.388 žena, što predstavlja oko 30% ukupnog broja poduzetnika. Općenito, poduzetnice u Hrvatskoj najčešće su uključene u sljedeće sektore: trgovina, turizam i ugostiteljstvo, zdravstvo i socijalni rad, obrazovanje i kreativne industrije.

Prema izvješću koje je objavila Hrvatska agencija za malo i srednje poduzetništvo, inovacije i investicije, žensko poduzetništvo u Hrvatskoj općenito karakteriziraju mala i mikro poduzeća. Naime, oko 92% poduzeća koja vode žene u Hrvatskoj ima manje od 10 zaposlenih, a oko 74% njih ima godišnje prihode manje od milijun kuna. Gledano po sektorima, kao što sam već spomenula, poduzetnice u Hrvatskoj najčešće se bave trgovinom, turizmom i ugostiteljstvom, zdravstvom i socijalnim radom, obrazovanjem i kreativnim industrijama. Međutim, također postoji sve veći broj žena koje pokreću posao u sektorima u kojima tradicionalno dominiraju muškarci, kao što su tehnologija, građevinarstvo i proizvodnja.³³

Postotak žena među aktivnim poduzetnicima u Hrvatskoj posljednjih je godina u stalnom porastu. U 2019. godini žene su činile 28,6% svih aktivnih poduzetnika, da bi se taj udio u 2020. godini povećao na 29,3%. Najveći broj poduzetnica u Hrvatskoj nalazi se u Gradu Zagrebu,

³² Svijetlošćak, D., Družić, I., Pavić, I. Poduzetništvo u Hrvatskoj – potencijal za razvoj turizma., op. cit., str. 14.

³³ Vlada Republike Hrvatske, Ured za ravnopravnost spolova, "Izviješće o radu Ureda za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske u 2020. godini", 2021.

glavnom gradu Hrvatske. U 2020. godini u Zagrebu je bilo registrirano 17.659 poduzetnica . Što se tiče dobi poduzetnica u Hrvatskoj, većina ih je u dobi od 35 do 54 godine. U 2020. godini oko 58% svih poduzetnica spadalo je u tu dob. Prema istraživanju Hrvatske gospodarske komore, glavni razlozi zbog kojih žene u Hrvatskoj pokreću vlastiti posao su želja za samostalnošću i samo ispunjenjem, ali i nedostatak mogućnosti zaposlenja. Unatoč rastu ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, poduzeća u vlasništvu žena i dalje se suočavaju s izazovima kada je riječ o pristupu financiranju. U 2019. samo 12% svih kredita odobrenih malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj otišlo je na poduzeća koja vode žene.³⁴

Hrvatska vlada je 2020. pokrenula program pod nazivom „Žene u poduzetništvu“ koji pruža financijsku potporu, mentorstvo i mogućnosti umrežavanja za žene koje pokreću ili vode vlastiti posao. Osim toga, postoji nekoliko inicijativa privatnog sektora usmjerenih na pružanje potpore poduzetnicama u Hrvatskoj, poput Ženskog poslovnog centra, koji pruža obuku, obuku i mogućnosti umrežavanja za žene. Međutim, unatoč ovim pozitivnim pomacima, još uvijek postoje izazovi s kojima se žene suočavaju u poduzetničkom ekosustavu u Hrvatskoj, uključujući ograničen pristup financiranju i nedostatak ženskih uzora u poslovanju. Hrvatska vlada i razne organizacije rade na rješavanju ovih izazova i stvaranju poticajnijeg okruženja za žene u poslovanju.

Tablica 1: Broj aktivnih poduzetnica u Hrvatskoj po godinama (2016-2022)

Godina	Broj aktivnih poduzetnica
2016.	44.522
2017.	46.624
2018.	48.888
2019.	50.011
2020.	50.388
2021.	50.598
2022.	50.701

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Broj i struktura poslovnih subjekata, 2022. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/31459>

Ova tablica prikazuje broj aktivnih ženskih poduzetnica u Hrvatskoj u razdoblju od 2016. do 2022. godine. U 2016. godini bilo je 44.522 aktivnih ženskih poduzetnica, a taj broj se povećao

³⁴ Vlada Republike Hrvatske, Ured za ravnopravnost spolova, "Izveštaje o radu Ureda za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske u 2020. godini", 2021.

na 50.701 do 2022. godine. Može se primijetiti da se broj ženskih poduzetnica povećava iz godine u godinu.

Tablica 2: Djelatnosti u kojima djeluju ženski poduzetnici u Hrvatskoj

Djelatnost	Postotak ženskih poduzetnika
Trgovina na veliko i malo	21,7%
Turizam i ugostiteljstvo	19,1%
Zdravstvo i socijalna skrb	11,2%
Obrazovanje	9,1%
Kreativne industrije	6,3%
Ostale djelatnosti	32,6%

Izvor: Centar za politiku i razvoj malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, 2021. Dostupno na: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf>

Ova tablica prikazuje postotak ženskih poduzetnika u određenim djelatnostima u Hrvatskoj. Najveći broj ženskih poduzetnika djeluje u trgovini na veliko i malo (21,7%) i turizmu i ugostiteljstvu (19,1%). Zdravstvo i socijalna skrb te obrazovanje također su zastupljeni sa 11,2% odnosno 9,1%. Kreativne industrije imaju manji postotak zastupljenosti (6,3%), dok se u ostalim djelatnostima nalazi 32,6% ženskih poduzetnika. Najveći postotak ženskih poduzetnika djeluje u djelatnosti trgovine na veliko i malo, što je u skladu s trendom u većini zemalja, gdje trgovina predstavlja jednu od najčešćih djelatnosti u kojima djeluju poduzetnici općenito. Druga najčešća djelatnost u kojoj djeluju ženski poduzetnici u Hrvatskoj je turizam i ugostiteljstvo. To je razumljivo s obzirom na to da je turizam važna gospodarska djelatnost u Hrvatskoj, posebno na obalnom području. Zanimljivo je da su zdravstvo i socijalna skrb te obrazovanje također važne djelatnosti u kojima djeluju ženski poduzetnici u Hrvatskoj. Ovo može ukazivati na to da su žene prepoznale mogućnosti za pokretanje vlastitog posla u ovim sektorima koji su tradicionalno bili zastupljeniji među ženama. Kreativne industrije, iako imaju manji postotak zastupljenosti, ipak su značajne za žensko poduzetništvo u Hrvatskoj. To ukazuje na to da su neke žene prepoznale mogućnosti za pokretanje vlastitog posla u ovim sektorima koji su često kreativni i inovativni.

Tablica 3: Razina obrazovanja ženskih poduzetnica u Hrvatskoj

Razina obrazovanja	Postotak ženskih poduzetnika
Srednja škola	56,7%
Viša stručna sprema	24,1%
Fakultet	18,3%
Magisterij/doktorat	0,9%

Izvor: Državni zavod za statistiku, Žene i muškarci u Hrvatskoj, 2022. Dostupno na: https://podaci.dzs.hr/media/04pff1do/women_and_man_2022.pdf

Ova tablica prikazuje postotak ženskih poduzetnika u Hrvatskoj prema razini obrazovanja. Najveći postotak ženskih poduzetnika ima srednju školu kao najvišu razinu obrazovanja (56,7%), dok 24,1% ima višu stručnu sprema. 18,3% ženskih poduzetnika ima fakultetsko obrazovanje, dok je samo 0,9% žena s magisterijem ili doktoratom. Srednja škola je najčešća razina obrazovanja među ženskim poduzetnicama u Hrvatskoj. To može ukazivati na to da su žene nakon završetka srednje škole krenule u poduzetništvo umjesto nastavka školovanja. Viša stručna sprema ima drugu najveću zastupljenost među ženskim poduzetnicama. Ovo može ukazivati na to da su žene prepoznale vrijednost stručnog znanja u svojim djelatnostima i odlučile se za daljnje obrazovanje nakon srednje škole. Fakultetsko obrazovanje ima manju zastupljenost među ženskim poduzetnicama u Hrvatskoj, ali je ipak značajan dio njih (18,3%). To može ukazivati na to da su se neke žene nakon fakulteta odlučile za poduzetništvo umjesto traženja zaposlenja u svojim strukama. Samo 0,9% žena ima magisterij ili doktorat kao najvišu razinu obrazovanja. Ovo može ukazivati na to da visoko obrazovane žene možda još uvijek nisu prepoznale vrijednost poduzetništva kao karijernog puta ili da su odabrale druge karijerne puteve nakon završetka fakulteta i dodatnog školovanja.

3.3. Temeljne karakteristike poduzetništva žena u RH

Ovo su neke od glavnih karakteristika poduzetništva žena u RH³⁵:

- Veliki broj žena pokreće posao iz potrebe: prema istraživanju koje je provela Hrvatska gospodarska komora, čak 72% ženskih poduzetnica u Hrvatskoj pokrenulo je svoj posao iz potrebe, dok su samo 28% pokrenule posao iz želje za stvaranjem vlastitog biznisa.

³⁵ Matić, B., Poduzetništvo i rodna ravnopravnost: analiza potreba za osnaživanjem žena poduzetnica u Republici Hrvatskoj., op. cit., str. 41.

- Poduzetnice su usmjerene na manje tvrtke: ženski poduzetnici u Hrvatskoj često su usmjereni na manje tvrtke s manje od 10 zaposlenih. Ovo može ukazivati na to da su žene opreznije u svojim poslovnim odlukama i da biraju manje rizik u poslovanju.
- Djeluju u širokom rasponu djelatnosti: ženski poduzetnici u Hrvatskoj djeluju u širokom rasponu djelatnosti, uključujući trgovinu, turizam i ugostiteljstvo, zdravstvo i socijalnu skrb, obrazovanje, tehnologiju i kreativne industrije.
- Manje su financijski podržane: iako postoji financijska podrška za poduzetništvo u Hrvatskoj, ženski poduzetnici često se suočavaju s manjkom financijskih sredstava za pokretanje i rast poslovanja. To može biti posljedica manjeg sudjelovanja žena u financijskom sektoru, kao i stereotipa i predrasuda prema ženama u poduzetništvu.
- Koriste društvene mreže za marketing: ženski poduzetnici u Hrvatskoj često koriste društvene mreže kao način za promociju i marketing svojih poslovnih aktivnosti. Ovo može biti posljedica visoke razine korištenja društvenih medija u Hrvatskoj, kao i činjenice da su društvene mreže nisko troškovni način za promociju poslovanja.

Poduzetništvo žena u Hrvatskoj predstavlja izazovnu, ali i iznimno važnu temu za razvoj gospodarstva. Iako se poduzetništvo smatra ključnim motorom gospodarskog rasta, ženski poduzetnici se često suočavaju s predrasudama i stereotipima, što može utjecati na njihovu sposobnost da uspješno vode posao. Jedan od stereotipa koji se često povezuje s ženama u poduzetništvu u Hrvatskoj jest ideja da su žene manje sposobne za vođenje poslovanja ili da su previše emocionalne za uspješno upravljanje tvrtkom. Ova vrsta predrasuda može negativno utjecati na percepciju ženskih poduzetnika i otežati im dobivanje kredita i financijske podrške za pokretanje i rast poslovanja.³⁶

Žene u Hrvatskoj često su manje vidljive u poslovnim krugovima, što može utjecati na njihovu sposobnost za stvaranje poslovnih veza i pronalaženje novih poslovnih prilika. Osim toga, žene u Hrvatskoj često pokreću posao iz potrebe, a ne iz želje za stvaranjem vlastitog biznisa, što može utjecati na njihovu motivaciju i sposobnost da se dugoročno uspješno bave poduzetništvom. Unatoč izazovima s kojima se suočavaju, ženski poduzetnici u Hrvatskoj djeluju u širokom rasponu djelatnosti i često su usmjereni na manje tvrtke s manje od 10 zaposlenih.³⁷ Ženski poduzetnici često koriste društvene mreže kao način za promociju i

³⁶ Matić, B., Poduzetništvo i rodna ravnopravnost: analiza potreba za osnaživanjem žena poduzetnica u Republici Hrvatskoj, op. cit., str. 39.

³⁷ Pavić-Rogošić, V., Musa, A., Žene u poduzetništvu: pravni i ekonomski aspekti. Sveučilište u Splitu, Pravni fakultet, 2018., str. 44.

marketing svojih poslovnih aktivnosti, ali često se suočavaju s manjkom financijske podrške za pokretanje i rast poslovanja. Jedna od karakteristika koja je uočena kod ženskih poduzetnika u Hrvatskoj jest činjenica da su često više usredotočene na društvenu odgovornost i doprinos zajednici. To se može vidjeti u primjerima tvrtki koje posluju s ciljem smanjenja ekološkog otiska ili pomažu u socijalnoj integraciji marginaliziranih skupina.³⁸

3.4. Prepreke ženskom poduzetništvu u RH

Postoje mnoge prepreke koje ženski poduzetnici mogu doživjeti u Republici Hrvatskoj. Neke od tih prepreka uključuju³⁹:

1. Predrasude i stereotipi: Ženski poduzetnici se često suočavaju s predrasudama i stereotipima, što može utjecati na njihovu sposobnost da uspješno vode posao. To može uključivati ideju da su žene manje sposobne za vođenje poslovanja ili da su previše emocionalne za uspješno upravljanje tvrtkom.
2. Nedostatak financijske podrške: Žene često imaju manji pristup financijskim resursima i manje su vjerojatno da će dobiti kredit ili drugu financijsku podršku za pokretanje i rast poslovanja.
3. Manjak mentorstva: Ženski poduzetnici u Hrvatskoj često imaju manje prilika za mentorstvo i savjetovanje, što može otežati njihov razvoj i uspjeh u poslovanju.
4. Poteškoće u pronalaženju poslovnih prilika: Žene u Hrvatskoj često su manje vidljive u poslovnim krugovima, što može utjecati na njihovu sposobnost za stvaranje poslovnih veza i pronalaženje novih poslovnih prilika.
5. Nedostatak ravnoteže između poslovnog i obiteljskog života: Ženski poduzetnici često se suočavaju s izazovom usklađivanja poslovnog i obiteljskog života, što može otežati njihovu sposobnost da uspješno upravljaju poslovanjem.
6. Biološki i kulturološki čimbenici: Trudnoća, roditeljstvo i skrb o obitelji mogu biti dodatni izazovi za žene u poduzetništvu. Također, neke kulturološke norme mogu ograničiti žensko sudjelovanje u biznisu.

³⁸ Vrkljan, T. Žene u poduzetništvu: izazovi i prilike. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, 2018., str. 37.

³⁹ Tomičić-Pupek, K. Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Rijeci, Pravni fakultet., 2018., str. 40.

Sve ove prepreke mogu otežati razvoj i uspjeh ženskih poduzetnika u Hrvatskoj. Stoga je važno ulagati u stvaranje pozitivnog okruženja za razvoj i podršku ženskim poduzetnicama kako bi se osiguralo da imaju jednake prilike za uspjeh u poslovanju.

3.5. Zakonski okviri u kontekstu rada i prava žena u Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj, postoje mnogi zakonski okviri koji se tiču rada i prava žena. Neke od važnih zakonskih mjera u ovom kontekstu uključuju⁴⁰:

1. Zakon o radu: Ovaj zakon propisuje minimalna prava i obveze poslodavaca i radnika, uključujući i zaštitu od diskriminacije na osnovu spola. Također propisuje minimalni iznos plaće, uvjete rada, i radni odnos.
2. Zakon o ravnopravnosti spolova: Ovaj zakon ima za cilj promicanje ravnopravnosti spolova u svim područjima društvenog života, uključujući radno mjesto. Zakon propisuje obvezu poslodavca da osigura ravnopravnost spolova u svim aspektima radnog mjesta, uključujući plaću, uvjete rada i napredovanje u karijeri.
3. Zakon o rodnoj ravnopravnosti: Ovaj zakon također ima za cilj promicanje ravnopravnosti spolova i sprječavanje diskriminacije na temelju spola. Zakon također zahtijeva da se provode analize rodne ravnopravnosti i da se donose mjere za poboljšanje stanja u području rodne ravnopravnosti.
4. Zakon o radnom vremenu, obveznim odmorima radnika i dopustima: Ovaj zakon regulira radno vrijeme, odmori i dopuste za radnike. Zakon također sadrži odredbe o pravima radnika na trudnoći, porođajnom dopustu i roditeljskom dopustu.
5. Zakon o obveznom zdravstvenom osiguranju: Ovaj zakon propisuje obvezno zdravstveno osiguranje za sve građane Republike Hrvatske, uključujući i žene. Zakon također propisuje obvezu osiguravajućih društava da osiguraju besplatnu zdravstvenu zaštitu za trudnice i novorođenčad.
6. Zakon o mirovinskom osiguranju: Ovaj zakon propisuje prava na mirovinu za sve građane Republike Hrvatske, uključujući i žene. Zakon također sadrži odredbe o pravima na mirovinu za majke i roditeljski dopust.

⁴⁰ Tomičić-Pupek, K. Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Rijeci, Pravni fakultet., op. cit., str. 35.

Ovi zakoni su važni zaštite prava žena na radnom mjestu i uklanjanje diskriminacije na osnovu spola. Međutim, potrebno je i dalje raditi na promicanju ravnopravnosti spolova i stvaranju boljih uvjeta za žene na radnom mjestu.

Zakonski okviri u kontekstu rada i prava žena u Hrvatskoj, kao što sam već spomenula, imaju za cilj zaštitu prava žena na radnom mjestu i sprječavanje diskriminacije na temelju spola. Međutim, kako bi se ovi zakoni učinkovito primijenili, potrebno je osigurati njihovu primjenu i provedbu u praksi. Zakon o radu regulira prava i obveze poslodavaca i radnika u Republici Hrvatskoj, uključujući i zaštitu od diskriminacije na osnovu spola. Ovaj zakon također propisuje minimalni iznos plaće, uvjete rada i radni odnos. Međutim, prema istraživanjima, žene u Hrvatskoj često zarađuju manje od muškaraca za isti posao, što ukazuje na to da je i dalje prisutna diskriminacija na temelju spola. Ovo je područje u kojem bi se trebalo poboljšati provedbu zakona kako bi se osigurala ravnopravnost u plaćama.⁴¹

Zakon o ravnopravnosti spolova ima za cilj promicanje ravnopravnosti spolova u svim područjima društvenog života, uključujući radno mjesto. Ovaj zakon propisuje obvezu poslodavca da osigura ravnopravnost spolova u svim aspektima radnog mjesta, uključujući plaću, uvjete rada i napredovanje u karijeri. Međutim, iako je ovaj zakon donesen još 2008. godine, provedba i primjena su i dalje nedovoljne, a diskriminacija na temelju spola i dalje je prisutna u mnogim područjima. Zakon o rodnoj ravnopravnosti također ima za cilj promicanje ravnopravnosti spolova i sprječavanje diskriminacije na temelju spola. Ovaj zakon zahtijeva da se provode analize rodne ravnopravnosti i da se donose mjere za poboljšanje stanja u području rodne ravnopravnosti. Međutim, provedba ovog zakona također je izazovna, a daljnji naponi su potrebni kako bi se osigurala njegova učinkovita primjena.⁴²

Zakon o radnom vremenu, obveznim odmorima radnika i dopustima regulira radno vrijeme, odmore i dopuste za radnike. Ovaj zakon također sadrži odredbe o pravima radnika na trudnoći, porodiljnom dopustu i roditeljskom dopustu. Roditelji također imaju pravo na roditeljski dopust, koji traje do treće godine djetetova života, a može se produljiti do pete godine djetetova života ako dijete ima teškoće u razvoju. U tom periodu, roditelji imaju pravo na novčanu naknadu od države. Ovaj zakon također propisuje uvjete za rad nedjeljom i praznicima, odmor

⁴¹ Vrkljan, T. (2018). Žene u poduzetništvu: izazovi i prilike. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet., 2018. str. 11.

⁴² Vrkljan, T. Žene u poduzetništvu: izazovi i prilike., op. cit., str. 5.

tijekom radnog dana te dodatni odmor za noćni rad. Međutim, unatoč postojanju ovih zakonskih odredbi, postoje izazovi u provedbi i praćenju njihove primjene u praksi.⁴³

4. POSTOJEĆE STANJE PODUZETNIŠTVA ŽENA U RH

Od 2002. godine, Republika Hrvatska sudjeluje u međunarodnom Projektu GEM koji omogućava dugoročno praćenje promjena u poduzetničkoj aktivnosti žena i međunarodnu usporedbu koristeći standardizirani istraživački pristup. Korištenjem TEA pokazatelja, otkrivena je znatno veća razlika u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena u Republici Hrvatskoj u odnosu na zemlje GEM-a. U 2013. godini, u Republici Hrvatskoj bilo je 2,24 puta više muškaraca koji su aktivno sudjelovali u poduzetništvu nego žena, dok je u EU to bilo 1,86 puta više muškaraca.⁴⁴

Druga perspektiva koja razlikuje poduzetničku aktivnost muškaraca i žena je motivacija za pokretanje poslovnog pothvata, bilo zbog prepoznate prilike ili nužnosti. Od početka uključenja Republike Hrvatske u GEM istraživanja 2002. godine, muškarci su u svim godinama češće ulazili u poduzetničku aktivnost zbog prepoznate prilike nego žene. U 2013. godini, muškarci su 1,83 puta češće pokretali poslovne pothvate zbog prilike nego zbog nužnosti, dok je kod žena taj omjer bio samo 1,23. Iako nužnost (kao što je nezaposlenost) potiče i muškarce i žene na pokretanje poslovnih pothvata, kod žena je ta motivacija izraženija, te je njihov omjer motivacija bliži 1. Važno je da se broj ljudi koji pokreću poslovni pothvat zbog prepoznate prilike povećava, a ne zbog nužnosti, što je u interesu gospodarstva i društva u cjelini.⁴⁵

Iako u ostalim zemljama EU postoji razlika u pokretanju poslovnog pothvata zbog uočene prilike ili nužnosti između muškaraca i žena, taj koeficijent je za Republiku Hrvatsku još niži, što ukazuje na veliki gubitak poslovnih prilika. Činjenica da žene češće pokreću poslovni pothvat zbog nužnosti, kao što je ostati bez posla, nego zbog uočene prilike, otvara problem pripremljenosti žena za takvu aktivnost. To je potvrđeno statističkim podacima koji pokazuju da samozaposlene žene imaju veću stopu rizika od siromaštva nego muškarci.⁴⁶ GEM istraživanje pokazuje da žene imaju nižu percepciju o poslovnim prilikama, višu razinu straha od neuspjeha i nižu razinu samopouzdanja u svoje kompetencije za pokretanje poslovnog

⁴³ Dedaj, A. Potpora ženama u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku., op. cit., str. 22.

⁴⁴ Dedaj, A. Potpora ženama u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj., op. cit., str. 18.

⁴⁵ Pavić-Rogošić, V., Musa, A. Žene u poduzetništvu: pravni i ekonomski aspekti., op. cit., str. 51.

⁴⁶ Dedaj, A. Potpora ženama u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj., op. cit., str. 24.

pothvata. To ukazuje na to da čimbenici i prepreke okoline imaju drugačiji utjecaj na žene nego na muškarce, kao što su teškoće u dobivanju financijskih sredstava, nedostatak mreža i podrške u organizaciji obiteljskog života (kao što su vrtići ili smještaj za starije osobe).⁴⁷

Razlike u poduzetničkoj aktivnosti muškaraca i žena su se smanjile po regijama. U Dalmaciji, Zagrebu, Istri, Primorju i Gorskom Kotaru, Slavoniji i Baranji te sjevernoj Hrvatskoj, koeficijent TEA (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) za muškarce i žene je relativno blizu, s vrijednostima od 1,76 do 2,37. Međutim, u Lici i Banovini koeficijent iznosi 12,8, što znači da je muškaraca koji pokreću poslovne pothvate gotovo 13 puta više od žena. GEM istraživanje je pružilo važne informacije o stavovima prema ženskom poduzetništvu, koja se temelje na nekoliko ključnih pitanja. To uključuje pitanja o dostupnosti društvene skrbi za žene koji žele raditi nakon osnivanja obitelji, o tome koliko je društveno prihvatljivo da žene pokreću vlastiti posao te je li ženama osigurana jednaka prilika za pokretanje novih poslova kao i muškarcima. Osim toga, ispitanici su ocjenjivali podršku koju društvo pruža ženskom poduzetništvu na skali od 1 do 5, pri čemu ocjena 5 znači da postoji snažna potpora za žene poduzetnice.⁴⁸ Prema GEM istraživanju, Republika Hrvatska se nalazi na začelju po pitanju podrške ženskom poduzetništvu, s ocjenama koje su se kretale od 2,8 u 2002. godini do 2,95 u 2013. godini. Ove ocjene su daleko niže od razvijenih zemalja kao što su Finska, Island i Norveška, koje su očekivano na prvom mjestu.

Postoji velika razlika u rodnoj strukturi zaposlenih ovisno o djelatnosti, pri čemu se neke djelatnosti smatraju "muškim" (poput građevinarstva, rudarstva i opskrbe vodom) s udjelom žena manjim od 20%, dok se neke smatraju "ženskim" (poput zdravstvene zaštite i obrazovanja) s udjelom žena većim od 75%. Ove razlike često su povezane s stereotipima o tome što su "muški" a što "ženski" poslovi, što utječe na obrazovne izbore dječaka i djevojčica te na strukturu radne snage u kasnijoj dobi. Stoga je važno identificirati te trendove i poticati jednake mogućnosti za pristup određenim profesijama. Udio ženske populacije u obrazovanju raste s osnovne do visoke razine obrazovanja, od oko 50% učenica u osnovnoj školi do gotovo 60% žena među diplomiranim studentima visokog obrazovanja.⁴⁹

⁴⁷ Tomičić-Pupek, K. Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj., op. cit., str. 53.

⁴⁸ Pavić-Rogošić, V., & Musa, A. Žene u poduzetništvu: pravni i ekonomski aspekti., op. cit., str. 8.

⁴⁹ Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. Strategija razvoja malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2021. – 2027., Zagreb, 2020.

Razlike u strukturi zaposlenih po rodности značajno variraju ovisno o djelatnosti, što se odražava i na tercijarnoj obrazovnoj razini. Na razini visokoškolskog obrazovanja, žene čine samo 15,5% diplomiranih studenata računarstva i 16,1% inženjerstva, dok u području poslovanja i administracije čine 67,9%, a u profesiji odgajatelja/učitelja i uslugama socijalne skrbi čak 94,4% i 94,8%. Na razini magisterija, žene čine 23,3% magistara znanosti u tehničkim znanostima, 63,1% u društvenim znanostima, 73,2% u biomedicini i zdravstvu te 84,2% u prirodnim znanostima. Na razini doktorata znanosti, žene čine 23,1% doktora znanosti u tehničkim znanostima, 50,8% u društvenim znanostima, 60,4% u biomedicini i zdravstvu te 71,9% u prirodnim znanostima.⁵⁰

Razlike u nezaposlenosti među županijama u Hrvatskoj variraju od 46,44% u Varaždinskoj županiji do 56,54% u Karlovačkoj županiji, no ta varijacija je manja u usporedbi s rasponom razvijenosti županija. To sugerira da razlozi za nezaposlenost žena mogu biti povezani s čimbenicima koji nisu samo posljedica stanja na tržištu rada, već i zbog dostupnosti usluga koje podržavaju obiteljski život, poput vrtića, cjelodnevnog školovanja, i smještaja za starije osobe. Podaci prikupljeni tijekom 60-godišnjeg pregleda strukture nezaposlenosti po dobi i spolu pokazuju da najveći postotak nezaposlenih žena pripada dobnoj skupini od 25 do 40 godina, što odgovara godinama rađanja i osnivanja obitelji. Također, rast postotka nezaposlenih žena je najizraženiji u starijim dobnoj skupinama, posebno u dobnom rasponu od 40 do 50 godina, što ukazuje da su te žene najviše izložene riziku siromaštva.⁵¹

Iako je stopa zaposlenosti žena u Hrvatskoj povećana s 52% u 1998. godini na 62,4% u 2012. godini, ta stopa je još uvijek značajno niža u odnosu na cilj EU-a od 75% zaposlenosti za muškarce i žene do 2020. godine. S druge strane, stopa zaposlenosti muškaraca je već gotovo dostigla ciljanu razinu (74,6% u 2012. godini). Analiza zaposlenosti žena na puno radno vrijeme pokazuje još lošije stanje, s stopom zaposlenosti od 53,5%. Od 2011. godine zabilježen je porast udjela žena na upravljačkim pozicijama, no neka trgovačka društva još uvijek ne vode sustavnu evidenciju o rodnoj uravnoteženosti.⁵² Podaci o porastu zastupljenosti žena sugeriraju da se strategija povećanja obrazovanih žena na tržištu rada, poznata kao "strategija rastuće plime", susreće s ograničenjima. Unatoč porastu broja visokoobrazovanih žena na tržištu rada, žene i dalje čine značajno manji dio osoba na upravljačkim pozicijama u odnosu na muškarce. Iako

⁵⁰ Vlada Republike Hrvatske, Ured za ravnopravnost spolova, "Izvešće o radu Ureda za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske u 2020. godini", 2021.

⁵¹ Pavić-Rogošić, V., & Musa, A. Žene u poduzetništvu: pravni i ekonomski aspekti., op. cit., str. 6.

⁵² Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. Strategija razvoja malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2021. – 2027., Zagreb, 2020.

mnoge žene s potencijalom za upravljačke pozicije postoje, ulazak žena u upravljačka tijela nije proporcionalan broju visokoobrazovanih žena. Ova istraživanja ukazuju na postojanje "staklenog stropa" i sugeriraju rodno uvjetovane nepovoljne trendove na tržištu rada.⁵³

⁵³ Vlada Republike Hrvatske, Ured za ravnopravnost spolova, "Izvešće o radu Ureda za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske u 2020. godini", 2021.

5. OSNAŽIVANJE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ

Žensko poduzetništvo u Hrvatskoj sve više dobiva na važnosti u posljednjih nekoliko godina. Mnoge žene odlučuju se za pokretanje vlastitog posla kao načina osiguranja egzistencije te kao mogućnosti za ostvarenje svojih poslovnih ideja. Upravo zbog toga, važno je osnaživanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj kako bi se potaknuo rast i razvoj poslovnog sektora te kako bi se osigurala održivost gospodarskog rasta.

Postoje brojni izazovi s kojima se suočavaju žene poduzetnice u Hrvatskoj, a među najčešćim su nedostatak financijskih sredstava i pristupačnih izvora financiranja, nedostatak mentorstva i podrške u poslovnom okruženju te nedostatak pristupačnih obrazovnih i edukacijskih programa za razvoj poslovnih vještina. Stoga su važne mjere koje bi se trebale poduzeti kako bi se unaprijedilo žensko poduzetništvo u Hrvatskoj. Jedna od ključnih mjera je osiguravanje pristupačnih financijskih izvora za žene poduzetnice, kao što su krediti i bespovratne potpore. Također je važno osigurati mentorstvo i podršku u poslovnom okruženju, kroz programe poput inkubatora, poslovnih udruženja i sličnih organizacija. Osim toga, potrebno je pružiti pristupačne obrazovne i edukacijske programe za razvoj poslovnih vještina, posebno za žene koje nemaju prethodnog iskustva u poduzetništvu.⁵⁴

S druge strane, žensko poduzetništvo u Hrvatskoj također treba poticati kroz društvenu svijest i promicanje uloge žena u poduzetništvu. Potrebno je prepoznati i naglasiti uspješne primjere žena poduzetnica u Hrvatskoj te promicati njihovu ulogu i doprinos u poslovnom sektoru. Također je važno promicati rodnu ravnopravnost u poslovnom okruženju te osigurati pravednu zastupljenost žena na rukovodećim pozicijama. U konačnici, osnaživanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj je ključno za održivi razvoj gospodarstva te za ostvarenje rodne ravnopravnosti u poslovnom sektoru. Važno je ulagati u ovaj sektor te osigurati pristupačne izvore financiranja.⁵⁵

Uz podršku vlade i raznih organizacija, postoje i drugi načini osnaživanja poduzetništva u Hrvatskoj. Jedan od njih je suradnja i umrežavanje s drugim poduzetnicima, što omogućuje razmjenu znanja, iskustava i resursa. Postoje mnoge organizacije koje pružaju priliku za

⁵⁴ Tomičić-Pupek, K. Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj., op. cit., str. 38.

⁵⁵ Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. Strategija razvoja malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2021. – 2027., Zagreb, 2020.

umrežavanje i razmjenu, poput poduzetničkih inkubatora, poslovnih klubova i udruženja. Drugi način osnaživanja poduzetništva je edukacija i stručno usavršavanje. Postoji mnogo programa, radionica i seminara koji se bave različitim aspektima poduzetništva, poput upravljanja financijama, marketinga, prodaje, ljudskih resursa, tehnologije i inovacija. Mnogi od tih programa su dostupni i za žene poduzetnice, te se mogu pronaći putem raznih organizacija, ustanova i online platformi. Osim toga, osnaživanje poduzetništva u Hrvatskoj također uključuje i podršku startup-ovima i inovativnim poduzetnicima. Mnogi akceleratori i inkubatori nude financijsku podršku i savjetovanje za pokretanje novih projekata, posebno u području tehnologije i inovacija. Tu su i razni natječaji za inovativne projekte, koji mogu pružiti priliku za osiguranje sredstava i promociju projekata.⁵⁶

5.1. Izvori financiranja poduzetništva žena u poduzetništvu

Poduzetnice mogu koristiti različite izvore financiranja za svoje poslovanje, uključujući⁵⁷:

1. Bankovni krediti: jedan od najčešćih načina financiranja poduzetništva, ali poduzetnice se često suočavaju s poteškoćama u dobivanju kredita zbog diskriminacije prema spolu.
2. Mikrokrediti: manji krediti koji se obično nude ljudima s niskim prihodima i ograničenim financijskim mogućnostima. Mnoge organizacije, poput zadruga i nevladinih organizacija, nude mikrokredite poduzetnicama.
3. Venture kapital: oblik financiranja koji se obično koristi za financiranje rizičnog početnog kapitala i start-up tvrtki s visokim potencijalom rasta. Žene poduzetnice često se susreću s problemima u privlačenju ovog oblika financiranja, jer je tržište kapitala pretežno muško.
4. Anđeoski investitori: pojedinci koji ulažu svoj novac u početne faze tvrtke u zamjenu za udio u vlasništvu. Ženske poduzetnice također se suočavaju s izazovima u privlačenju anđeoskih investitora zbog stereotipa i predrasuda o ženama u poduzetništvu.
5. Crowdfunding: oblik financiranja u kojem se novac prikuplja od velikog broja ljudi putem internetske platforme. Crowdfunding je postao sve popularniji kao alternativni izvor financiranja za poduzetnice.

⁵⁶ Pavić-Rogošić, V., & Musa, A., Žene u poduzetništvu: pravni i ekonomski aspekti., op. cit., str. 16.

⁵⁷ Tomičić-Pupek, K. Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj., op. cit., str. 18.

6. Poslovni anđeli: mreže i organizacije koje nude mentorstvo, obuku i umrežavanje za poduzetnice, uz mogućnost dobivanja financijske potpore i savjeta za razvoj poslovanja.
7. Državne potpore i subvencije: države nude razne oblike financijske potpore i subvencije poduzeticama, uključujući subvencije za zapošljavanje, subvencije za razvoj proizvoda i usluga, te potpore za povećanje konkurentnosti i izvoza.

U Hrvatskoj postoje programi financiranja namijenjeni isključivo poduzeticama koje žele pokrenuti ili proširiti svoj posao. Ti programi financiranja nude različite oblike financijske podrške, uključujući bespovratna sredstva, kredite, jamstva i mentorstvo. Jedan od programa koji nudi financiranje za poduzetnice u Hrvatskoj je Europski socijalni fond (ESF). ESF je pokrenuo nekoliko programa, uključujući "Poduzetnički impuls" i "Zaželi - program zapošljavanja žena". Oba programa imaju za cilj poboljšati uvjete za razvoj poduzetništva žena, omogućiti im pristup novim znanjima i tehnologijama te povećati njihovu konkurentnost na tržištu.⁵⁸

"Pokreni nešto svoje" je još jedan program koji poduzeticama nudi podršku za razvoj njihovog poslovanja. Program se financira kroz sredstva Europske unije i namijenjen je ženama koje žele započeti ili proširiti svoj posao. Financijska podrška uključuje kredite, jamstva i bespovratna sredstva. Osim toga, Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) nudi financijsku podršku poduzeticama u Hrvatskoj. Programi poput "ESIF Mikrokrediti" i "ESIF Garancije za banke" omogućuju poduzeticama pristup financiranju, čime im se omogućuje pokretanje ili širenje posla. Uz ove programe, postoje i mnoge druge organizacije i institucije koje nude podršku za žensko poduzetništvo u Hrvatskoj. Primjerice, udruge poput "Budi Uzor" i "Žene u poslovanju" nude mentorstvo, savjetovanje i obuku za žene koje žele pokrenuti vlastiti posao. Sve ove inicijative imaju za cilj smanjiti rodne nejednakosti u poduzetništvu i stvoriti poticajno okruženje za razvoj ženskog poduzetništva. Pružajući financijsku podršku, mentorstvo i obuku, poduzetnice u Hrvatskoj dobivaju priliku da se razviju i rastu u svojim poslovanjima, stvarajući time pozitivan utjecaj na gospodarski razvoj zemlje.⁵⁹

Osim navedenih programa, u Hrvatskoj postoje i drugi oblici financiranja za žensko poduzetništvo. To uključuje kreditne linije i garancijske sheme koje nude banke i druge

⁵⁸ Vlada Republike Hrvatske, Ured za ravnopravnost spolova, "Izvešće o radu Ureda za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske u 2020. godini", 2021.

⁵⁹ Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije, Godišnje izvješće HAMAG-BICRO-a za 2020. godinu., Zagreb, 2021.

financijske institucije. Također, postoje i razni natječaji i potpore koje nude lokalne i regionalne vlasti te različite nevladine organizacije. Kreditne linije su oblik financiranja koji omogućuje poduzetnicima da podignu kredit za financiranje poslovanja. Banke nude ovu vrstu kreditiranja i obično postavljaju različite uvjete za kreditiranje, kao što su kamatne stope, rok otplate i iznos kredita. Kreditne linije se obično nude poduzetnicima s dobrim poslovnim planovima i dobrim kreditnim rejtingom.⁶⁰

Garancijske sheme su drugi oblik financiranja koji omogućuje poduzetnicima da dobiju kredit uz manje rizika za kreditora. Garancijske sheme nude se od strane nekoliko institucija, uključujući Hrvatsku agenciju za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) i Razvojnu banku Vijeća Europe (CEB). Ove institucije izdaju jamstva za kredite poduzetnicima, čime se smanjuje rizik za kreditore i omogućava poduzetnicima da dobiju kredit po povoljnijim uvjetima. Lokalne i regionalne vlasti također nude različite potpore i natječaje za poduzetnike, uključujući i one koji su fokusirani na žensko poduzetništvo. To uključuje subvencije za zapošljavanje, subvencije za pokretanje novog posla, potpore za razvoj poslovanja i druge oblike financijske pomoći. Ove potpore i natječaji obično ovise o regiji i gradovima, pa se preporučuje provjeriti s lokalnim vlastima za više informacija.⁶¹

Na kraju, postoje i nevladine organizacije koje nude različite oblike pomoći za žensko poduzetništvo, uključujući mentorske programe, obuke, savjetovanje i druge vrste pomoći. Primjeri takvih organizacija u Hrvatskoj su Women in Adria, Women's Entrepreneurship Day i druge.

5.2. Potpore i podrška ženama u poduzetništvu

U Hrvatskoj postoji niz potpora i podrške za žene u poduzetništvu. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta raspisuje natječaje za dodjelu bespovratnih sredstava za poduzetnice, a tu su i nevladine organizacije koje pružaju podršku u obliku savjetovanja i edukacija. Jedna od potpora je i bespovratna financijska podrška putem natječaja "Poduzetnice i obrtnice" Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta. Cilj je ovog programa potaknuti razvoj poduzetništva među ženama kroz jačanje konkurentnosti i povećanje broja žena poduzetnica i

⁶⁰ Tomičić-Pupek, K., *Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj.*, op. cit., str. 28.

⁶¹ Vlada Republike Hrvatske, Ured za ravnopravnost spolova, "Izješće o radu Ureda za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske u 2020. godini", 2021.

obrtnica. Ovaj natječaj se raspisuje svake godine, a podržava razne projekte kao što su nabavka opreme, proizvodnja novih proizvoda, usavršavanje postojećih vještina itd.⁶²

Također, postoje razne udruge i nevladine organizacije koje pružaju podršku ženama u poduzetništvu. Primjerice, Hrvatska udruga poslovnih žena (HUUP) je organizacija koja ima za cilj povezati i podržati žene u poduzetništvu. HUUP organizira edukacije, radionice, seminare, ali i razne događaje za umrežavanje i povezivanje poduzetnica. Također, nude pristup informacijama o natječajima i potporama, te nude i mentorstvo za žene koje žele pokrenuti vlastiti posao. Još jedna organizacija koja nudi podršku za žene u poduzetništvu je Zagrebački inkubator poduzetništva. Ova organizacija pruža podršku kroz mentorstvo, edukaciju i savjetovanje, a nude i mogućnost korištenja njihovih poslovnih prostora za poduzetnice u početnoj fazi razvoja svojih projekata.⁶³

Osim ovih organizacija, postoje i drugi izvori potpora i podrške za žene u poduzetništvu. Primjerice, Europska unija ima niz programa za poticanje poduzetništva, među kojima su i programi namijenjeni posebno za žene. Također, postoje i razni investicijski fondovi i poslovne banke koje nude kreditiranje i druge financijske usluge za žene poduzetnice. Ukratko, u Hrvatskoj postoje razni izvori potpora i podrške za žene u poduzetništvu. Pored već spomenutih programa podrške za žensko poduzetništvo u Hrvatskoj, postoje i drugi oblici potpora i inicijativa koje se mogu koristiti za razvoj poslovanja žena. Jedan od primjera je program "Poduzetnica", koji nudi mentorsku podršku, edukaciju i networking događanja za žene poduzetnice. Ovaj program organizira Hrvatska gospodarska komora, a financira ga Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta. Cilj programa je povećati konkurentnost ženskih poduzetnika kroz razvoj njihovih poslovnih ideja i proizvoda.⁶⁴

Također, postoje i inicijative koje promiču žensko poduzetništvo, poput "Women in Adria", online platforme koja nudi informacije, vijesti i savjete za žene poduzetnice. Ova platforma također organizira događanja i konferencije namijenjene poticanju i podržavanju ženskog poduzetništva. Druga inicijativa je "Women in Tech Croatia", koja se bavi promicanjem žena u tehnološkom sektoru. Ova organizacija nudi mentorstvo, edukaciju i umrežavanje za žene koje žele razviti svoju karijeru u području tehnologije.⁶⁵

⁶² Tomičić-Pupek, K., Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj., op. cit., str. 11.

⁶³ Čičak, I., Žene u poduzetništvu: između staklenog stropa i vlastitog uspjeha., op. cit., str. 30.

⁶⁴ Tomičić-Pupek, K., Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj., op. cit., str. 50.

⁶⁵ Čičak, I. Žene u poduzetništvu: između staklenog stropa i vlastitog uspjeha., op. cit., str. 20.

Konačno, važno je spomenuti i različite natječaje za financiranje poslovnih ideja, koji su otvoreni za sve poduzetnike, uključujući i žene. Primjer takvog natječaja je "Ideje za bolje sutra", koji organizira Hrvatska poštanska banka, a namijenjen je financiranju inovativnih poslovnih ideja. Sve ove inicijative i programi pokazuju da postoji sve veća svijest o važnosti poticanja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj te da postoje brojne mogućnosti za žene koje žele pokrenuti ili razviti svoj posao.

Neki dodatni programi potpore i podrške poduzetnicama su⁶⁶:

1. Program "Poduzetnice uspješnije" - program podrške poduzetnicama koje su pokrenule svoje poslovanje, ali se suočavaju s izazovima u poslovanju. Program obuhvaća savjetovanje, edukaciju, mentorstvo i financiranje.
2. Program "Potpora razvoju malog gospodarstva" - program koji poduzetnicima omogućuje bespovratna sredstva za razvoj poslovanja. Poduzetnice se također mogu prijaviti za ovaj program.
3. Program "EU Jamstvo za mlade" - program koji omogućava mladim poduzetnicima da dobiju jamstvo za kredit koji će im omogućiti pokretanje posla ili razvoj postojećeg poslovanja. Poduzetnice se također mogu prijaviti za ovaj program.
4. Program "Mikrofinanciranje" - program koji pruža mogućnost dobivanja manjih kredita za pokretanje ili razvoj poslovanja. Program je namijenjen prije svega poduzetnicima koji nemaju pristup klasičnim izvorima financiranja, a poduzetnice su jedna od ciljanih skupina.
5. Programi financiranja putem EU fondova - Europska unija ima niz programa koji su namijenjeni financiranju različitih vrsta poslovnih projekata. Postoje programi koji su posebno namijenjeni ženama u poduzetništvu, kao što je program "Poduzetne žene", koji financira projekte pokrenute ili vlasništvu žena.
6. Programi lokalnih vlasti - neke lokalne vlasti u Hrvatskoj imaju programe podrške za poduzetnike, uključujući i žene u poduzetništvu. Ti programi mogu uključivati bespovratna sredstva, savjetovanje i edukaciju.
7. Inkubatori poduzetništva: mnogi gradovi u Hrvatskoj imaju inkubatore poduzetništva, što su prostori ili objekti namijenjeni poticanju i podršci poduzetnicima u ranoj fazi

⁶⁶ Tomičić-Pupek, K. Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj., op. cit., str. 52.

razvoja poslovanja. Inkubatori obično nude podršku kroz mentorstvo, obuku, pristup investitorima i resursima, a ponekad i financiranje.

8. Potpore za izvoz: Hrvatska vlada nudi potpore za izvoz koji mogu pomoći poduzetnicima da se prošire na međunarodna tržišta. Ove potpore uključuju financijsku pomoć za sudjelovanje na sajmovima, promotivne aktivnosti i poslovne putove.
9. Povezivanje s drugim poduzetnicima: Udruge i organizacije posvećene poduzetništvu u Hrvatskoj nude priliku za povezivanje s drugim poduzetnicima, što može pružiti mogućnost za suradnju i razmjenu znanja.
10. Suradnja s akademskom zajednicom: Suradnja s fakultetima i sveučilištima u Hrvatskoj može pružiti poduzetnicima pristup novim tehnologijama, znanjima i resursima koji bi mogli biti korisni za razvoj njihovih poslovanja. Također, suradnja s akademskom zajednicom može omogućiti poduzetnicima pristup talentiranim studentima koji bi mogli biti budući zaposlenici njihovih tvrtki.

6. ZAKLJUČAK

U zaključku, mogu se izdvojiti neke ključne točke u vezi osnaživanja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Prvo, žene su značajan dio poduzetništva u Hrvatskoj, ali i dalje se suočavaju s raznim izazovima i preprekama. Potrebno je pružiti veću podršku za razvoj njihovih poduzeća, posebice u ranim fazama. Drugo, postoje brojni programi i inicijative koji se bave poticanjem i podrškom ženskom poduzetništvu, od državnih potpora do poslovnih akceleratora i inkubatora. Međutim, potrebno je kontinuirano raditi na poboljšanju tih programa kako bi se osiguralo da žene imaju pristup resursima i informacijama koje su im potrebne za uspjeh. Treće, važno je naglasiti da osnaživanje ženskog poduzetništva ima pozitivan utjecaj ne samo na same poduzetnice, već i na cjelokupno gospodarstvo. Povećanje broja žena u poduzetništvu može doprinijeti stvaranju novih radnih mjesta, rastu inovacija i kreativnosti te smanjenju rodne nejednakosti u društvu.

Ukratko, Hrvatska ima brojne izazove u osnaživanju ženskog poduzetništva, ali i niz prilika i potencijala. Važno je kontinuirano raditi na poboljšanju podrške i potpora za žene u poduzetništvu kako bi se osigurao njihov uspjeh i doprinos gospodarskom razvoju. Postoje brojni programi financiranja i podrške koji su dostupni ženama poduzetnicama, uključujući kreditne linije, subvencije, mentoring, obrazovanje i savjetovanje. Međutim, potrebno je još napora kako bi se osiguralo da ove mogućnosti budu poznate i dostupne svim ženama poduzetnicama u Hrvatskoj, posebno onima koje su manje vidljive ili koje dolaze iz manje razvijenih regija.

Stoga, osim nastavka postojećih programa podrške, ključno je i stvaranje novih inicijativa koje bi se fokusirale na specifične potrebe i izazove s kojima se suočavaju žene poduzetnice, kao što su povećanje pristupa tržištu, digitalizacija, pristupačnost financiranja i drugi. Također, važno je provesti daljnja istraživanja o statusu žena u poduzetništvu i njihovim potrebama kako bi se osiguralo kontinuirano poboljšanje okvira podrške za žensko poduzetništvo u Hrvatskoj.

Na temu osnaživanja poduzetništva u Hrvatskoj može se raspravljati iz raznih perspektiva, ali je jasno da su žene u poslovnom svijetu još uvijek nedovoljno zastupljene i često se suočavaju s raznim preprekama. Stoga su programi podrške i poticaja za poduzetnice od iznimne važnosti u povećanju njihove zastupljenosti u gospodarstvu. Sustav potpora i programa za žene poduzetnice u Hrvatskoj je razvijen, no još uvijek postoje izazovi i prepreke koje treba prevladati kako bi se osigurala veća ravnopravnost i jednakost. Među preprekama su nedostatak

financijskih sredstava, nedostatak mentorske i stručne podrške, te poteškoće u pristupu tržištima.

U tom smislu, neophodno je nastaviti raditi na razvoju programa i inicijativa usmjerenih na osnaživanje žena u poduzetništvu. Potrebno je osigurati financijska sredstva za daljnji razvoj programa podrške, stvoriti nove prilike za edukaciju, mentorstvo i umrežavanje te razviti programe koji će pomoći ženama u širenju poslovanja, pristupu novim tržištima i osvajanju novih klijenata. Također, važno je usmjeriti pažnju na društvenu percepciju ženskog poduzetništva i aktivnosti koje se poduzimaju kako bi se otklonili stereotipi i predrasude o ulozi žena u poslovnom svijetu. Potrebno je educirati društvo i poticati promjene u ponašanju i stavovima prema ženskom poduzetništvu.

POPIS LITERATURE

1. Centar za politiku i razvoj malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, 2021. Dostupno na: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf> (Pristupljeno: 25. ožujka 2023.)
2. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Broj i struktura poslovnih subjekata, 2022. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/31459> (Pristupljeno: 25. ožujka 2023.)
3. Državni zavod za statistiku, Žene i muškarci u Hrvatskoj, 2022. Dostupno na: https://podaci.dzs.hr/media/04pff1do/women_and_man_2022.pdf (Pristupljeno: 25. ožujka 2023.)
4. Ledić, M. (2019). Razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike.
5. Ivaniš, M. (2018). Društveno poduzetništvo: poluga društva blagostanja. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci.
6. Kovačić, N., Pavić, I. (2019). Utjecaj spola na upravljanje rizicima u poduzetništvu. Ekonomski fakultet u Osijeku.
7. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. GODIŠNJI PLAN RADA MINISTARSTVA GOSPODARSTVA I ODRŽIVOG RAZVOJA ZA 2023. GODINU, 2022.
8. Miličević, K. (2018). Osnaživanje žena u ruralnom poduzetništvu. Poljoprivredni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
9. Pušić, L. (2019). Poticanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Rijeci, Pravni fakultet.
10. Razboršek, T. (2020). Žene u poduzetništvu: iskustva i izazovi u Hrvatskoj i Sloveniji. Friedrich Ebert Stiftung.
11. Svijetlošćak, D., Družić, I., Pavić, I. (2019). Poduzetništvo u Hrvatskoj – potencijal za razvoj turizma. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.

12. Tomičić-Pupek, K. (2018). Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Rijeci, Pravni fakultet.
13. Ledić, M. (2019). Razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike.
14. Kovačić, N., Pavić, I. (2019). Utjecaj spola na upravljanje rizicima u poduzetništvu. Ekonomski fakultet u Osijeku.
15. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. (2020). Strategija razvoja malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2021. – 2027.
16. Miličević, K. (2018). Osnaživanje žena u ruralnom poduzetništvu. Poljoprivredni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
17. Pušić, L. (2019). Poticanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Rijeci, Pravni fakultet.
18. Razboršek, T. (2020). Žene u poduzetništvu: iskustva i izazovi u Hrvatskoj i Sloveniji. Friedrich Ebert Stiftung.
19. Svijetlošćak, D., Družić, I., Pavić, I. (2019). Poduzetništvo u Hrvatskoj – potencijal za razvoj turizma. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
20. Tomičić-Pupek, K. (2018). Mogućnosti financiranja poduzetništva u Hrvatskoj. Sveučilište u Rijeci, Pravni fakultet.
21. Popis oblika potpore i pomoći HAMAG-BICRO-a za poduzetnice.
22. Godišnje izvješće HAMAG-BICRO-a za 2020. godinu.
23. Zakon o poticanju poduzetništva, Narodne novine br. 58/19.
24. Plan razvoja poduzetništva RH 2021.-2023. Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva.
25. Vlada Republike Hrvatske, Ured za ravnopravnost spolova, "Izvješće o radu Ureda za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske u 2020. godini", 2021.
26. Izvješće o poduzetništvu Hrvatske Globalnog monitora poduzetništva za 2019.: <https://www.gemconsortium.org/report/50796> (Pristupljeno: 27. ožujka 2023.)

27. Izvješće o ekosustavu startupa u Hrvatskoj Startup Genomea za 2020.: <https://startupgenome.com/report/croatia-ecosystem-report-2020> (Pristupljeno: 27. ožujka 2023.)
28. Shane, S. (2003). Opća teorija poduzetništva: veza pojedinca i prilike. Edward Elgar Publishing.
29. Gartner, W. B. (1988). "Tko je poduzetnik?" je pogrešno pitanje. American journal of small business, 12(4), 11-32.
30. Shane, S. (2003). Opća teorija poduzetništva: veza pojedinca i prilike. Edward Elgar Publishing.
31. Drucker, P. (1985). Inovacije i poduzetništvo: praksa i principi. HarperCollins.