

# Žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

---

**Livaja, Veronika**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:722040>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-14**



*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**  
**Sveučilišni prijediplomski studij**

**VERONIKA LIVAJA**

**Žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj**

**Women's entrepreneurship in the Republic of Croatia**

Završni rad

Opatija, 2024.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Sveučilišni prijediplomski studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**Žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj**  
**Women's entrepreneurship in the Republic of Croatia**

Završni rad

|          |  |               |                        |
|----------|--|---------------|------------------------|
| Kolegij: | <b>Poduzetnički menadžment i inovacije</b> | Student:      | <b>VERONIKA LIVAJA</b> |
| Mentor:  | Izv. prof. dr. sc. <b>Elena Rudan</b>      | Matični broj: | <b>24776/19</b>        |

Opatija, ožujak 2024.



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

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

**VERONIKA LIVAJA**

(ime i prezime studenta)

**24776/19**

(matični broj studenta)

**ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ**

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

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 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/>.

U Opatiji, \_\_\_\_\_ 1.5.2024. \_\_\_\_\_

*Veronika Livaja*

Potpis studenta

## **Sažetak**

U završnom radu detaljno je analizirana i istražena problematika ženskog poduzetništva, kako u svijetu tako i unutar Republike Hrvatske. Prikazane su različite karakteristike koje opisuju žene u poduzetništvu kao i s kojim se preprekama i izazovima žene susreću na svom poduzetničkom putu. Osim toga, u radu su definirane razlike između muškaraca i žena u poduzetništvu, ističući kvalitete s kojima žene raspolažu u poslovnom svijetu. Nadalje, navedeni su primjeri poticanja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Nakon analize ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, dani su primjeri uspješnih žena poduzetnica koje su svojim radom, trudom i upornošću uspjele u poduzetničkom ostvarenju.

Ključne riječi: poduzetništvo; žensko poduzetništvo; Hrvatska.

## **Abstract**

In the thesis, the issue of women's entrepreneurship is thoroughly explained and analyzed, both globally and within the Republic of Croatia. Various characteristics that describe women in entrepreneurship as well as the obstacles and challenges women face on their entrepreneurial journey are presented. Moreover, the work defines the differences between men and women in entrepreneurship, highlighting the qualities women possess in the business world. Furthermore, examples of encouraging women's entrepreneurship in Croatia are provided. After analyzing women's entrepreneurship in Croatia, examples of successful women entrepreneurs who have succeeded in their entrepreneurial endeavors through hard work, effort, and persistence are given.

Key words: entrepreneurship; women's entrepreneurship; Croatia.

## SADRŽAJ

|   |    |
|---|----|
| Uvod.....   | 1  |
| 1. Teorijske determinante poduzetništva .....                 | 2  |
| 1.1. Povijesni razvoj poduzetništva .....                     | 2  |
| 1.2. Vrste i obilježja poduzetništva.....                     | 4  |
| 2. Žene u poduzetništvu .....                                 | 6  |
| 2.1. Povijest i razvoj ženskog poduzetništva .....            | 7  |
| 2.2. Karakteristike ženskog poduzetništva .....               | 8  |
| 2.3. Prepreke i izazovi u razvoju ženskog poduzetništva ..... | 9  |
| 2.4. Usporedba muškaraca i žena u poduzetništvu .....         | 13 |
| 2.5. Žensko poduzetništvo u svijetu.....                      | 16 |
| 3. Žensko poduzetništvo u Hrvatskoj .....                     | 19 |
| 3.1. Analiza ženskog poduzetništva.....                       | 21 |
| 3.2. Poticanje razvoja ženskog poduzetništva .....            | 23 |
| 3.3. Primjeri poduzetnica u Hrvatskoj .....                   | 27 |
| Zaključak .....   | 29 |
| Bibliografija.....  | 30 |
| Popis ilustracija.....  | 33 |

## Uvod

Unatoč tome što žene čine većinu svjetske populacije, kada je riječ o poduzetništvu u nerazvijenim, ali i razvijenim zemljama, žene čine manjinu. Razlog tome su brojni faktori poput duboko ukorijenjenih stereotipa koji ženama dodjeljuje isključivo tradicionalne uloge majki i domaćica. Upravo zbog toga, čak i u razvijenim društvima, žene se susreću s brojnim preprekama i izazovima te ih se svakodnevno diskriminira kako u poslovnom svijetu tako i izvan njega.

Danas, žensko poduzetništvo predstavlja jedno od glavnih pokretača globalnog gospodarskog razvoja, unoseći raznolikost u poslovnom svijetu, ali potičući i brojne inovacije koje su današnjem društvu izrazito potrebne. Svojom sposobnošću, empatijom, upravljačkim vještinama i inovativnosti doprinose gospodarstvu i društvu u cjelini. No, čak i uz veću ravnopravnost i važniju ulogu u svjetskom gospodarstvu, žene se još uvijek u manjoj mjeri upuštaju u poduzetničke aktivnosti nego što je to slučaj kod muškaraca. Kako bi se potaknuo uspjeh i napredak žena u poduzetništvu, potrebno je implementirati različite državne politike, inicijative i programe koji bi ženama umanjile prepreke i olakšali upuštanje u poduzetničke aktivnosti.

Ovaj završni rad sastoji se od tri poglavlja. Nakon uvoda, u prvom poglavlju objašnjene su teorijske determinante poduzetništva. U drugom se poglavlju govori o ženama u poduzetništvu u kojem je detaljnije objašnjen povijesni razvoj ženskog poduzetništva, karakteristike, prepreke i izazovi s kojima se poduzetnice susreću, usporedba muškaraca i žena te općenito o ženskom poduzetništvu u svijetu. Naposljetku, u trećem poglavlju je objašnjeno žensko poduzetništvo u Hrvatskoj. U tom je poglavlju opisana analiza i poticanje ženskog poduzetništva te koji su to primjeri žena poduzetnica u Hrvatskoj. Na kraju rada nalazi se poglavlje Zaključak u kojem su sažeti svi glavni problemi i rješenja obrađene teme o ženskom poduzetništvu u Republici Hrvatskoj. U radu se koristila stručna i znanstvena literatura iz područja poduzetništva i menadžmenta.



# 1. Teorijske determinante poduzetništva

Poduzetništvo se proteže kroz povijest čovječanstva, a u jedno se smatra kao važan dio njegova razvoja. Stoga možemo tvrditi da ono postoji onoliko dugo koliko postoji i ljudska zajednica. Prema Vujiću poduzetništvo predstavlja plod djelovanja mnogih pametnih, kreativnih i poduzetnih pojedinaca ili skupina.<sup>1</sup> Njihova je namjera bila mijenjati svijet, stvarajući novo u uvjetima neizvjesnosti i rizika. Ekonomska teorija naglašava kako poduzetništvo predstavlja kamen temeljac gospodarskog sustava i razvoja jer je zadaća poslovnih subjekata u suvremenom gospodarstvu prepoznati i istražiti nove prilike te ih naposljetku iskoristiti.

Suvremeno poduzetništvo teži stvoriti okolinu u kojoj se razvija i jača poduzetnički duh, gdje je u prvom planu individualna inicijativa, kreativno mišljenje i inovacijski pristup. Poduzetnička klima poput ove usmjerena je na preispitivanje postojećeg stanja i stvaranje novih i inovativnih rješenja koje će pridonijeti stvaranju pravednijeg, humanijeg i otvorenijeg društva. Treba istaknut važnost stvaralačkog duha koji pridonosi ne samo ekonomskom napretku, već i društvenom, socijalnom i kulturološkom napretku.<sup>2</sup> Podržavanjem poduzetničkog duha ne samo da se potiče ekonomski rast i razvoj, već se potiče raznolikost i inkluzivnost. Na taj način se daje prilika svakom pojedincu bez obzira na spol, dob ili društveni status.

## 1.1. Povijesni razvoj poduzetništva

Poduzetništvo kao pojam i praksa seže u daleku prošlost čovječanstva čak tisućama godina prije nego je uopće bilo i definirano. Prvi koraci u razvoju poduzetništva obuhvaćaju stadij prije pojave ekonomije kao zasebne znanstvene discipline, što se referira na period do 18. stoljeća. Gledajući sa antropološkog stajališta prve naznake poduzetničke aktivnosti pojavljuju se u obliku trgovine hranom ili neobnovljivim resursima između plemena i klanova, kako bi se osigurali uvjeti dovoljni za preživljavanje. Upravo se zbog toga pretpostavlja da je uloga poduzetnika postojala još od samih početaka pojave trgovine i

---

<sup>1</sup> Vujić, *Poduzetništvo i menadžment u uslužnim djelatnostima*, 13.

<sup>2</sup> Škrtić i Mikić, *Poduzetništvo*, 2.

razmjene. Ovakvi rani oblici poduzetništva predstavljali su temelje za razvoj ekonomskih aktivnosti prerastajući u kompleksne oblike tržišnih odnosa i poslovnih praksi.

Rane ekonomske teorije povezuju ekonomsku aktivnost s ljudskim djelovanjem te sudionike na tržištu klasificiraju kao vođe i njihove sljedbenike. Osnovne osobine poduzetnika bile su vođenje i preuzimanje rizika s određenom dozom neizvjesnosti, a uloga poduzetnika najčešće je pripadala plemstvu, vojskovođama i naposljetku trgovcima. Primjerice, plemstvo je najčešće financiralo razne poduzetničke pothvate, dok su trgovci provodili te poduzetničke pothvate u vidu otkrivanja novih plovnih ruta i teritorija. Njihova suradnja bila je zaštićena ugovorom od kojih su obje strane profitirale s kamatnim stopama i preko 20%.<sup>3</sup>

Tijekom srednjeg vijeka, poduzetništvo poprima nova obilježja te se najčešće manifestiralo kroz gradnju velebnih zdanja poput obrambenih kula, dvoraca, crkvi i slično. Pojedinaac u takvim projektima nije preuzimao velike rizike, već je samo upravljao njima pomoću raspoloživih resursa.<sup>4</sup>

Za vrijeme 17. stoljeća rizik je nanovo zaživio u poduzetničkim aktivnostima u kojima je poduzetnik sklapao ugovore s vladom u cilju dobavljanja određenih proizvoda ili pružanja usluga. Rizik je bio moguć zbog dogovaranja fiksne cijene te je u tom slučaju dobit ili gubitak pripadala poduzetniku.<sup>5</sup>

Tijekom industrijske revolucije koja je zahvatila 18. i 19. stoljeće nastale su radikalne promjene u svijetu poduzetništva. Bitna je razlika nastala između pojedinca koja je posjedovala kapital i onog pojedinca kojemu je kapital bio potreban. Ta razlika je rezultirala industrijalizacijom i pojavom strojeva koji su omogućili masovnu proizvodnju te proširenje tržišta.<sup>6</sup>

Krajem 19. i tijekom 20. stoljeća nije postojalo razlike između poduzetnika i menadžera kakve danas poznajemo. Razvojem tehnologije i globalizacije poduzetništvo je postalo široko rasprostranjeno, a poduzetnik je definiran kao pojedinac koji organizira i upravlja poduzećem ostvarujući vlastitu dobit.<sup>7</sup> U tom se periodu poduzetništvo dramatično razvilo s pojavom novih industrijskih grana kao što su automobilska i tehnološka industrija.

---

<sup>3</sup> Hisrich, Peters, Sheperd, *Poduzetništvo*, 6.

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Ibid., 7.

## 1.2. Vrste i obilježja poduzetništva

U modernom se dobu poduzetništvo dijeli na tri vrste, a to su tradicionalno, korporativno poduzetništvo ili intrapoduzetništvo.<sup>8</sup>

Tradicionalno poduzetništvo obuhvaća poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima koja su se pojavila prije više od nekoliko tisuća godina u prvim civilizacijama poput Arapa, Babilonaca, Egipćana, Grka, Feničana i Rimljana. Danas se mala i srednja poduzeća definiraju kao neovisne ekonomske jedinice koja potiču na stvaranje brojnih i različitih radnih mjesta te promiču osobnu odgovornost kao i osobni razvitak pojedine osobe, čineći to više nego velika poduzeća. Također mala i srednja poduzeća sprječavaju monopolizaciju, potiču bogatstvo i različitost ponude osiguravajući tako autonomiju potrošača prilikom odabira proizvoda ili usluga te imaju mogućnost brže prilagodbe promjenama.<sup>9</sup>

Korporativno poduzetništvo ili intrapoduzetništvo predstavlja provođenje poduzetničkog mentaliteta unutar neke korporacije s ciljem unapređenja poslovanja. Korporativno poduzetništvo još se može definirati kao niz djelovanja usmjerenih na razvitak inovativnih sustava i proizvoda u sklopu organizacije stvarajući tako poduzetničku atmosferu. Karakteristično je za njih da poduzeća pokušavaju pronaći nove načine održavanja, zadržavanja, ali i korištenje samih inovacija kako bi ostvarili što veći profit.<sup>10</sup>

Socijalno je poduzetništvo definirao William Drayton kao vrstu poduzetništva koje se temelji na etičkom integritetu s ciljem ostvarivanja maksimalne društvene vrijednosti, a ne privatne dobiti. Ono nastoji integrirati ekonomske i socijalne vrijednosti u poslovanju. Socijalno poduzetništvo obuhvaća upotrebu poduzetničkih načela poput: inovativnosti, razumnog preuzimanja rizika, samouvjerenosti, upornog rada, jasnog postavljanja ciljeva i odgovornosti u društvenom sektoru kako bi se unaprijedila kvaliteta života.<sup>11</sup> Socijalno poduzetništvo dakle, koristi poduzetničke metode kako bi se poboljšala kvaliteta života s ciljem jačanja društvene odgovornosti. Društvena odgovornost se očituje kroz podršku pojedincu i zajednici tijekom poslovnih aktivnosti, najčešće odricanjem od dijela dobiti i

---

<sup>8</sup> Škrtić, Mikić, op. cit. 6.

<sup>9</sup> Ibid., 6.

<sup>10</sup> Ibid., 16.

<sup>11</sup> Ibid., 23.

promoviranjem općeg dobra. Upravo se na taj način kreiraju nove društvene vrijednosti te se ostvarena dobit reinvestira u misiju organizacije.

## 2. Žene u poduzetništvu

Žene su kroz čitavu povijest nerijetko preuzimale razne poduzetničke uloge, usprkos ne priznavanju njihovog doprinosa u istim. Koncem 20. stoljeća zaživio je termin „žene poduzetnice“, pa je tako i svijest o prisutnosti i značaju žena u poslovnom svijetu dobila na važnosti. Termin „žene poduzetnice“ predstavlja žene koje stvaraju, vode i kontroliraju poslove. Iako u Republici Hrvatskoj još uvijek ne postoji službena definicija ženskog poduzetništva, ista je najranije definirana u Sjedinjenim Američkim Državama. Prema definiciji, „žensko poduzeće“ predstavlja gospodarski subjekt u kojem najmanje 51% vlasništva pripada ženi te ona aktivno upravlja i kontrolira njegovo poslovanje.<sup>12</sup>

Žensko je poduzetništvo zaživjelo krajem dvadesetog stoljeća, naročito u tranzicijskim i zemljama srednje te istočne Europe.<sup>13</sup> Prelazak s planskog na tržišno gospodarstvo rezultiralo je ekonomskom krizom i porastom stope nezaposlenosti, s ženama kao najčešćim žrtvama ovog trenda. Mnoge od njih, suočene s gubitkom posla, okrenule su se samozapošljavanju kao načinu za ponovni povratak na tržište rada, koristeći svoje sposobnosti, kreativnost, vještine i naposljetku poduzetnički duh.

Kako je tekao daljnji razvitak demokratskih društava, tako su i žene u razvijenim zemljama počele pristupati poduzetničkom svijetu, mijenjajući tradicionalne uloge i zanimanja poput trgovine, proizvodnja hrane, kozmetike i mode. Pojavom obrazovnih centara za žene u raznim područjima poput financija, upravljanja i razvoja strategija i marketinga, omogućeno im je ravnopravno natjecanje sa muškarcima na tržištu. Premda su žene kroz povijest bile marginalizirane, kako u poslovnom svijetu tako i izvan njega, njihova vještina da pridonosu ekonomiji i društvu vremenom postaje sve primjetnija. Istraživanje Svjetske banke potvrđuje činjenicu da su žene i dalje manje prisutne u poduzetništvu u odnosu na muškarce. No, njihov se značaj u segmentu malih i srednjih poduzeća ipak povećao.<sup>14</sup>

Bez obzira na pojavu znakovitih koraka i pomaka, žene se kako u poslovnom svijetu, tako i izvan njega nastavljaju suočavati s brojnim izazovima u pogledu potpune prihvaćenosti i jednakosti.

---

<sup>12</sup> Buble, Kružić, *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, 143.

<sup>13</sup> Gosarić, *Povijesni razvoj poduzetništva na primjeru ženskog poduzetništva*, 42.

<sup>14</sup> World Bank Group, *Women Entrepreneurs Finance Initiative 2019 Annual Report (English)*, 5.

## 2.1. Povijest i razvoj ženskog poduzetništva

Tijekom čitave povijesti, prisutnost žena u poduzetništvu bila je izrazito značajna, premda je njihova uloga najčešće bila zanemarena i nepriznata. Glavni pristup proučavanja ženskog poduzetništva kroz povijest je teza o odijeljenim sferama, privatnoj i javnoj te ženskoj i muškoj. Premda je ta teza uveliko prihvaćena, sve je više kritičara propitkuje. Teza o odijeljenim sferama proizlazi iz društvenih uvjeta u kojima je rod dominantno shvaćen kao binarna suprotnost između spolova, gdje se na muškarce gleda kao snažne, pametne i racionalne pojedince koji su sposobni provoditi političke i ekonomske aktivnosti to jest dio su muške i javne sfere. S druge strane, žene su percipirane kao intuitivne, senzibilne, altruistične i emotivne te su pripadale privatnoj to jest ženskoj sferi. U takvoj su podijeli žene poduzetnice bile iznimke jer se njihova uloga svodila na podršku mužu.<sup>15</sup>

Unatoč raznolikim pristupima doprinos žena se najviše mogao primijetiti u trenucima obnavljanja društvenih i državnih struktura kao na primjer razdoblja nakon brojnih ratova i sl., kada su se mnogi muškarci vraćali sa ratnih frontova s ozbiljnim fizičkim i psihičkim posljedicama, kao takvi nesposobni za fizički rad i zbrinjavanje obitelji.

U razdoblju koje je nastupilo nakon završetka Drugog svjetskog rata, uloga žene u financijskoj obnovi postala je ključna. Žene ne samo da su vodile brigu o svojim obiteljima, već su bile prisiljene zarađivati vlastiti novac, uključujući i sredstva potrebna za otplatu ratnih reparacija. Ovaj je period također predstavljao i početak promjena u društvenim ulogama, jer su ipak žene, više nego prije, bile primorane ulaziti na tržište rada i preuzimati poslove koje su do tada bili isključivo namijenjeni muškarcima. Sposobnost žena da se prilagode novonastalim situacijama, pritom zadržavajući vlastitu snagu i otpornost, bila je ključna za stabilizaciju i ekonomski rast u poslijeratnim godinama.

Osim svog doprinosa u ekonomskoj obnovi, žene su također preuzimale vodeće uloge u stvaranju i razvoju novih poduzetničkih pothvata, koristeći svoje specifične vještine i resurse. Ovaj trend ne samo da je pridonio ekonomskom oporavku, već je i otvorio put ka razvoju ženskog poduzetništva, a ujedno i promjenu u do tad tradicionalnim rodnim ulogama u društvu.

---

<sup>15</sup> Vuković, „Počeci poduzetništva žena u znanstvenim i književnim djelima hrvatskih autora“, 136.

Prva organizacija ženskog poduzetništva osnovana je 1945. godine u Francuskoj pod vodstvom Yvonne Foinant. Postavši udovicom nakon rata, Yvonne je željela svoje osobno iskustvo podijeliti i sa drugim ženama koje su se pronašle u sličnoj situaciji te im tako pružiti potrebnu podršku. Ovo udruženje, poznato pod imenom FCEM (Femmes Chef d'Enterprises), proširilo se izvan granica Francuske te se razvilo u globalnu mrežu ženskog poduzetništva. Danas, FCEM predstavlja jednu od najznačajnijih svjetskih organizacija za žene poduzetnice, okupljajući članice iz 120 zemalja širom svijeta. Cilj FCEM-a je poticanje razvoja ženskog poduzetništva, promicanje ženskog liderstva i zauzimanje za poboljšanje poslovnih uvjeta za žene.<sup>16</sup>

Kroz čitavu povijest, ženama je tradicionalno bila dodijeljena uloga majke i supruge, dok su muškarci vodili glavnu riječ i ulogu u financijskom zbrinjavanju obitelji. Ženama je danas, upravo zbog tog povijesnog gledišta, mnogo zahtjevnije ući u poduzetnički svijet jer se moraju suočiti s brojnim preprekama vezano uz rodnu neravnopravnost kao i manjak podrške svojih najbližih. Demokratizacijom društva to jest ostvarivanjem jednakih prava za muškarce i žene, porastao je i broj žena poduzetnica. Smatra se da su u Sjedinjenim Američkim Državama žene pokrenule dvostruko više poslovanja od muškaraca te da dulje ostaju u poslovanju.<sup>17</sup> Razlog tome su svakako brojne prednosti i vrline koje žene poduzetnice posjeduju poput sposobnosti nošenja s društvenim i gospodarskim preprekama te ustrajnosti, tolerantnosti i fleksibilnosti.

## **2.2. Karakteristike ženskog poduzetništva**

Kao što je već ranije spomenuto, jedna od prvih definicija ženskog poduzeća potječe iz Sjedinjenih Američkih Država, prema kojoj je žensko poduzeće gospodarski subjekt čiji je vlasnik žena s udjelom većim od 50%.<sup>18</sup> Premda su žene u tradicionalnim društvima bile ograničene na kućanske poslove, danas u modernim društvima sudjeluju u brojnim ekonomskim aktivnostima i van svoje kuće. Poduzeća koja vode žene također imaju priliku za ostvarenje uspjeha. Brojne žene imaju potrebne vještine i kreativnost za pokretanje novih poduzetničkih pothvata, no susreću se s izazovima kao što su nedostatak jednakog pristupa

---

<sup>16</sup> Femmes Chef d'Enterprises, <https://www.fcemcongress.com/about-fcem/> (pristupljeno 14. ožujka 2024.)

<sup>17</sup> Hisrich, Peters, Sheperd, op. cit. 62.

<sup>18</sup> Ibid.

financijskim sredstvima, obrazovanju i informacijama, što je ključno za uspješno vođenje poslovanja.

Žene poduzetnice, kao i muški poduzetnici, su visokoobrazovane, sklonije preuzimanju rizika te zahvaljujući svojem razvijenom poduzetničkom duhu, prepoznaju brojne poslovne prilike. Osim toga, zahvaljujući izraženoj socijalnoj osjetljivosti, žene poduzetnice imaju više empatije prema ljudima u svojoj okolini bilo da je riječ o kupcima, korisnicima ili suradnicima.

Karakteristike ženskog poduzetništva mogu se opisati na sljedeći način:

- Radna mjesta koja otvaraju žene poduzetnice obično su stabilnija i sigurnija (tvrtke koje vode žene su manje, ali s manjim postotkom zatvaranja radnih mjesta)
- Žene pružaju veću potporu zaposlenicima u njihovim ambicijama, prodavajući više pozornosti kvaliteti radnog okruženja i međuljudskih odnosa, te investiraju više u obrazovanje zaposlenika
- Ženama profit nije jedino mjerilo uspjeha, već i zadovoljstvo svojih kupaca, razvoj vještina zaposlenih te održavanje dobrih međuljudskih odnosa
- Žene su sklonije radu u timu i smatraju bitnijim uspjeh same organizacije ili ostvarenje ideja od vlastitog ega
- Žene su opreznije kada je riječ o uzimanju kredita
- Žene imaju više razumijevanja kada je riječ o nadoknadi troškova, udjela u dobiti, fleksibilnijeg radnog vremena te realizaciju porodiljnog dopusta
- Žene se često bave poslovima u sektoru uslužnih djelatnosti zbog njihove socijalne osjetljivosti i manjeg početnog ulaganja kojeg zahtijevaju njihovi projekti.<sup>19</sup>

Žene u poduzetništvu karakterizira socijalna empatija, izražen fokus na stvaranju i održavanju stabilnih radnih mjesta te izražavanje podrške zaposlenicima u njihovim ambicijama. Ženama poduzetnicama uspjeh nije usko vezan s profitom, već i s zadovoljstvom klijenata to jest okoline uopće te održavanjem međuljudskih odnosa.

### **2.3. Prepreke i izazovi u razvoju ženskog poduzetništva**

Unatoč sve bržem napretku društva i povećanoj svijesti o ulogama i sposobnostima žena, znatno je manji broj onih koje se odlučuju upustiti u poduzetničke pothvate u odnosu na

---

<sup>19</sup> Buble, Kružić, op. cit. 144.



muškarce. Društvene, ekonomske i kulturne prepreke ženskom poduzetništvu koje su postojale u prošlosti, nastavljaju se i danas u modernom svijetu. Nedostatak potrebnih resursa, infrastrukture i preduvjeta, nedostupnost informacija te nedostatak obrazovanja samo su neke od njih. Jedna od značajnijih prepreka je i stereotip da su žene pripadnice slabijeg spola, diskriminirajući ih tako u sferi zapošljavanja u odnosu na muškarce. Također, još jedna od prepreka, ali i diskriminacija žena je shvaćanje da su one sposobne isključivo za rad na tradicionalnim ženskim poslovima. Čak i onda kada obavljaju iste poslove i imaju iste pozicije kao i muškarci, žene su najčešće slabije plaćene. Bez obzira na sve prepreke i diskriminacije, i dalje postoji očekivanje da žene istovremeno moraju uspješno obavljati radne zadatke te ispunjavati ulogu majke u privatnom životu.<sup>20</sup> Samo kad i muškarac i žena preuzmu ravnopravnu odgovornost za podizanje obitelji, odgoj djece, ravnopravno koriste roditeljske dopuste uz osiguranje dostupnih i pristupačnih usluga za brigu o djeci i dugotrajnu njegu ostalih potrebitih članova obitelji, mnogim će ženama biti olakšan ulazan, opstanak, ali i povratak na tržište rada.<sup>21</sup>

Žene se susreću s brojnim preprekama i izazovima, kako u Republici Hrvatskoj, tako i u ostatku svijeta. Slobodno se može reći da su to univerzalni problemi, a izdvojeni su oni najčešći:<sup>22</sup>

- Značajna nedostatna prisutnost u poduzetničkim pothvatima,
- Niže plaće žena u obavljanju sličnih, ali i istih poslova kao i muškarci,
- Značajna dominacija u nezaposlenosti,
- Značajna upravljačka podzastupljenost,
- Nedovoljna zastupljenost žena u vlasničkoj strukturi poduzeća i obrta,
- Manjak statističkog praćenja s obzirom na spol,
- Nepovezanost aktivnosti jačanja žena,
- Nedostatak mehanizma ocjene i vrednovanja učinaka primjene pojedinih mjera za poticanje poduzetništva žena,

---

<sup>20</sup> Volarević, „Novi feminizam i kulturalna promocija žene majke–radnice“, 228.

<sup>21</sup> Petričušić, „Kako do ravnoteže između poslovnog i privatnog života žena u uvjetima strukturnih nejednakosti?“, 14.

<sup>22</sup> Vlada Republike Hrvatske, *Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.*, 22.

- Slaba koordinacija i suradnja među nositeljima provedbe javnih politika, programa i inicijativa koje su usmjerene na poticanje poduzetništva žena, što umanjuje učinkovitost primijenjenih aktivnosti i uloženih financijskih sredstava.

Za ostvarivanje poduzetničkog pothvata je iznimno bitna mogućnost financiranja i znanje o upravljanju i vođenju poduzeća. Navedena prepreka o dominaciji žena u nezaposlenosti direktno utječe na potrebnu financijsku stabilnost za pokretanje vlastitog poduzeća. Nadalje, prepreka o nedostatku žena na upravljačkim pozicijama usko je povezana sa potrebnim znanjem o upravljanju i vođenju poduzeća. Uz ove, ostale su prepreke isprepletene čime svaka ima utjecaj na razvoj ženskog poduzetništva. Ove se prepreke mogu rasporediti u tri skupine, a to su strukturalne, ekonomske i meke prepreke.<sup>23</sup>

Strukturne prepreke su:<sup>24</sup>

- Obrazovni izbori žena smanjuju mogućnost žena da pokreću poslovne pothvate u tehnološki intenzivnim djelatnostima
- Stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji
- Tradicionalni pogledi o ulozi žena u društvu
- Nedostatak podrške za žene s dva posla (obitelj i profesija)
- Političko-regulatorni okvir i njegova provedba u cilju jačanja rodne ravnopravnosti

Strukturne su prepreke jedan od najzahtjevnijih izazova u poticanju ženskog poduzetništva jer su ukorijenjene u tradicijske vrijednosti i kulturološko nasljeđe društva. Ove prepreke nisu samo površinski izražene, već duboko sežu u društvenu percepciju uloge spolova, stavljajući žene na same margine te ih tako ograničavaju u pristupanju mogućnostima i resursima koji su nužni za uspjeh u poduzetništvu. Kako bi se ove prepreke otklonile, potrebno je učiniti duboke i temeljite promjene u društvenim stajalištima i uvjerenjima koja sustavno umanjuju i zanemaruju ulogu žena u poslovnom svijetu, ali i izvan njega.

Ovaj proces iziskuje dugoročne i intenzivne edukacijske aktivnosti u obrazovnom području, stvaranje javnih politika usmjerenih na poboljšanje jednakosti spolova te rušenje zastarjelog stereotipa o tradicionalnoj ulozi žena. Bitno je osigurati i zakonske regulative koje bi ženama olakšale pristup financijskim resursima, obrazovanju stvarajući tako temelj za ravnopravno prisustvovanje žena u ekonomskom razvoju.

---

<sup>23</sup> Ibid., 5.

<sup>24</sup> Ibid.

Nadalje, izmjena društvenog stajališta prema ženama u poduzetništvu podrazumijeva i angažman svih segmenata društva, poput obitelji, obrazovnih ustanova, medija i poslovnog sektora. Svi ovi dionici imaju važnu ulogu u stvaranju percepcije o ženskom poduzetništvu, od najranije dobi da ih se potiče i usmjerava primjerice ka STEM području ili pak promiče priča o uspjehu mnogih drugih žena koje mogu biti glavna inspiracija i uzor za buduće poduzetnice. Promičući ovakav pristup, moguće je stvoriti okruženje u kojem će žene iskoristiti svoj puni potencijal kao žene poduzetnice. Ne samo da se ostvaruje doprinos u osobnom razvitku, već i u društvenom i ekonomskom razvoju.

Ekonomске prepreke su:<sup>25</sup>

- Otežan pristup financiranju
- Nedovoljno poslovnih veza (ne umreženost) otežava pristup izvorima financiranja

Bankarski sektori u Republici Hrvatskoj nudi velik broj financijskih proizvoda, no ženama poduzetnicama koje su volje pokrenuti svoj posao i tako se upustiti u poduzetničke pothvate nedostaju drugi oblici financiranja kao na primjer mikro kreditne institucije ili fond rizičnog kapitala. Kako bi se poduprlo žensko poduzetništvo, nužne su određene mjere i projekti podrške, kao i suradnja državnih programa s bankama. Raznim poreznim politikama potiču se novi oblici financiranja te se uvelike ženama olakšava da pokrenu, ali i nastave održavati svoje poduzeće. Ekonomska je prepreka također i manjak poslovnih veza koje znatno utiču na sam ulazak žena u svijet poduzetništva. Taj nedostatak veza, ali i pristupa mentorstvu ili važnim savjetima ograničava ih u razvoju poslovnih ideja i sprječava rast njihovih poduzeća. Stoga je izrazito važno ženama pružiti pristup različitim oblicima mentorstva i podrške kako bi uspjele ostaviti vlastite poduzetničke ciljeve.

“Meke” prepreke su:<sup>26</sup>

- Nedostatak savjeta, mentorstva
- Nedostatak pristupa mrežama poduzetnika/ca
- Nedostatak treninga i programa obrazovanja i osposobljavanja za tehnološki intenzivne pothvate i uzora, posebno iz područja poduzetničkih pothvata u tehnološki intenzivnim djelatnostima i znanosti
- Percepcija žena o nedostatku samopouzdanja, kapaciteta za preuzimanje rizika

---

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Ibid., 6.

Meke prepreke imaju važnu ulogu u stvaranju poduzetničke okoline koja je u manjem dijelu dostupna, ali ima i manje poticaje za poduzetničke ideje žena. Nedostatak savjeta i mentorstva predstavlja jednu od ključnih prepreka kako je navedeno i ranije. Mentorstvo ima važnu ulogu u pripremanju, razvoju i usmjeravanju žena koje tek ulaze ili planiraju ući u poduzetništvo. Kroz savjete i iskustva drugih poduzetnika žene mogu naučiti mnogo toga pa naposljetku znati koje uobičajene zamke mogu izbjeći te tako brže napredovati.

Nedostatom pristupa mrežama poduzetnika smanjuju se prilike za razne korisne suradnje, učenje, ali i pristup drugim resursima i informacijama koje su važne za vođenje uspješnog poduzeća. Još je jedna prepreka nedostatak specijaliziranih treninga i programa obrazovanja, posebice onih iz područja usmjerenih na tehnološki intenzivne pothvate. Uz pomoć tih programa žene bi imale korisnu podlogu za ulazak u brzorastuće i inovativne industrije. Naposljetku, važno je za naglasiti da problem može stvoriti i manjak samopouzdanja i uvjerenja da žene nisu spremne preuzeti rizik, a koji su nametnuti od strane društvene okoline. Sve ove prepreke zajedno stvaraju nepovoljnu okolinu s kojom se žene moraju nositi i danas, a pritom trebaju naći način kako opstati u poduzetničkom svijetu. Kako bi programi i edukacije, ali i podrška osobnom rastu i razvoju bili učinkoviti i pridonjeli ravnopravnosti i neovisnosti žena na tržištu rada, potrebno ih je sustavno provoditi, prvenstveno stavljajući naglasak na individualizirane programe obuke i mentorstva, kontroliranje rezultata s posebnim usmjerenjem na skupine u nepovoljnom položaju te bi trebali obuhvaćati razna područja rada.<sup>27</sup>

## **2.4. Usporedba muškaraca i žena u poduzetništvu**

Kada je riječ o svjetskoj populaciji žene zauzimaju većinu, dok su muškarci u manjini. No, kada je riječ o poduzetništvu, to nije slučaj. Broj muškaraca daleko je veći od broja žena, a razlog tome je duboka ukorijenjenost razlika koje nastaju zbog socijalnih, ekonomskih i kulturoloških faktora. Prema istraživanju OECD-a<sup>28</sup> žene su u većoj mjeri zaposlene u uslužnim djelatnostima, maloprodaji, zdravstvu, obrazovanju i sličnim područjima koje ne zahtijevaju višu razinu vještina to jest obrazovanja. S druge strane, muškarci tradicionalno prevladavaju u tehničkim sektorima poput građevinarstva i proizvodnje.

---

<sup>27</sup> Ručević, *Uloga edukacija i podrške osobnom rastu i razvoju žena u njihovom angažmanu na tržištu rada i u društvu*, 22.

<sup>28</sup> Organisation for Economic Co-operation and Development, *OECD Report to G7 Leaders on Women and Entrepreneurship*, 3.

Navedena razlika u zastupljenosti po sektorima je jedan od čimbenika zbog kojeg su samozaposlene žene manje plaćene nego muškarci. Još jedan čimbenik je i ukorišteno očekivanje da žene vode kućanstvo čime se uveliko smanjuje vrijeme koje mogu odvojiti na vođenje poduzeća. Primjerice, znatne razlike u broju sati provedenih na poslu uočene su u Njemačkoj i Ujedinjenom Kraljevstvu. S druge strane, „razlike u prosječnoj zaradi od samozapošljavanja su znatne svugdje u svijetu (u prosjeku 35%) i šire od onih koje se primjećuju u plaćenom zaposlenju (u prosjeku 15%).<sup>29</sup>“ Naspram muškaraca, žene imaju drugačiju motivaciju pa su tako više usmjerene prema socijalnim utjecajima, potrebi za boljom fleksibilnošću i tolerancijom te uravnoteživanju poslovnih i obiteljskih obveza dok financijski uspjeh nije uvijek prioritetan.

Postoji još nekoliko razlika između poduzetnika i poduzetnica, a prikazane su u tablici 1.

**Tablica 1.** Usporedba između poduzetnika i poduzetnica

| <b>Karakteristike</b>     | <b>Poduzetnici</b>  | <b>Poduzetnice</b>  |
|---------------------------|---|---|
| <b>Motivacija</b>         | Postignuće – težnja da se stvari obave<br>Osobna neovisnost – slika o samome sebi koja se odnosi na status temeljem uloge u korporaciji je nevažna<br>Zadovoljstvo poslom proizlazi iz želje za kontrolom | Postignuće – ostvarenje cilja<br>Neovisnost – uradi sam   |
| <b>Točka polaska</b>      | Nezadovoljstvo trenutačnim poslom<br>Sporodna uloga na fakultetu, na trenutačnom poslu ili nadržavanje<br>Odlazak ili otpuštanje<br>Prilika za stjecanje  | Frustracija poslom<br>Zanimanje za i prepoznavanje prilike u tom području<br>Promjena osobnih okolnosti |
| <b>Izvor financiranja</b> | Osobna imovina i ušteđevina<br>Bankovno financiranje<br>Ulagači<br>Zajmovi od obitelji i prijatelja   | Osobna imovina i ušteđevina<br>Privatni zajmovi   |

<sup>29</sup> Ibid.

|                                    |  |  |
|------------------------------------|--|--|
| <b>Podrijetlo znanja</b>           | Iskustvo u tom poslu<br>Priznati stručnjak ili osoba koja je dosegla visoku razinu postignuća u tom području<br>Sposoban na raznim poslovnim funkcijama                      | Iskustvo u tom poslovnom području<br>Iskustvo u srednjem menadžmentu ili administrativnoj razini na tom području<br>Profesionalno podrijetlo vezano za usluge  |
| <b>Karakterne osobine</b>          | Tvrdoglav i uvjerljiv<br>Orijentiran prema cilju<br>Inovativan i idealističan<br>Visoka razina samopouzdanja<br>Entuzijastičan i energičan<br>Mora biti svoj šef             | Fleksibilna i tolerantna<br>Orijentirana prema cilju<br>Kreativna i realistična<br>Srednja razina samopouzdanja<br>Entuzijastična i energična<br>Sposobnost nošenja s društvenim i gospodarskim orkuženjem |
| <b>Podrijetlo</b>                  | Dob pokretanja pothvata: 25-35<br>Otac je bio samozaposlen<br>Fakultetski obrazovan – diploma iz ekonomije ili tehničkog područja (obično inženjerskog)<br>Prvorodeno dijete | Dob pokretanja pothvata: 35-45<br>Otac je bio samozaposlen<br>Fakultetski obrazovana – diploma iz humanističkih znanosti<br>Prvorodeno dijete  |
| <b>Potporne skupne</b>             | Prijatelji, profesionalni suradnici (odvjetnici, računovođe)<br>Supruga  | Bliski prijatelji<br>Suprug<br>Obitelj<br>Ženske profesionalne grupe<br>Trgovačka udruženja  |
| <b>Vrsta pokrenutog poslovanja</b> | Proizvodnja ili građevina  | Uslužna – edukacija, savjetovanje ili odnosi s javnošću  |

Izvor: Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2011). Poduzetništvo. 7. izd. Zagreb, Mate, str. 65.

Jedna od bitnijih razlika je upravo i izvor financiranja gdje se u tablici 1. uočava da poduzetnici imaju lakši pristup bankovnim financiranjima i investicijama. S druge strane, žene poduzetnice se moraju osloniti na vlastitu uštedevinu ili privatne zajmove. Poduzetnici imaju lakši pristup bankovnom financiranju, brojnim investicijama, pristupu informacija i prilikama, a sve zbog bolje umreženosti u poduzetničkom svijetu. Suprotno tome, poduzeća koja vode žene se smatraju rizičnijima stoga dolazi do težeg odobravanja financiranja od strane institucija.

Cilj poticanja rasta i razvoja ženskog poduzetništva, uklanjanje prepreka i suzbijanje predrasuda ne bi trebao biti eliminacija svih razlika između poduzetnika i poduzetnica. Razlike su opravdane i u određenoj mjeri korisne jer pridonose raznolikosti ideja i poduzetničkih inicijativa, pridonose dinamičnosti i standardu društvene okoline. Potrebno je usmjeravati ka reduciranju barijera i osiguravanje podjednakih mogućnosti za oba spola.<sup>30</sup>

Unatoč svim preprekama i izazovima s kojima se žene poduzetnice susreću, uspijevaju pokazati svoju spremnost za brojne inovacije i adaptacije. Pokreću brojna poduzeća koja su održiva, društveno odgovorna i generalno stvaraju pozitivni društveni utjecaj. Nužno je i dalje raditi na razvijanju politika, inicijativa i rodne ravnopravnosti s ciljem mijenjanja stava i pogleda na žene kako u poduzetničkom svijetu, tako i izvan njega.

## 2.5. Žensko poduzetništvo u svijetu

Istraživanje Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022/2023 – Women's Entrepreneurship Report pruža globalni uvid u žensko poduzetništvo i detaljno prikazuje ulogu koje imaju žene u razvijenim, ali i slabo razvijenim zemljama.<sup>31</sup> Podaci ovog istraživanja jasno govore o tome da poduzetnice razvijaju svoja poslovanja, stvaraju radna mjesta, inoviraju te rješavaju ekonomske, socijalne i okolišne probleme. Istraživanje pokazuje da poduzetnice stvaraju potpuno novu eru u svijetu poduzetništva, no i dalje se susreću s brojnim predrasudama i stereotipima u svim fazama poduzetničkog ciklusa. Unatoč krizama na svjetskoj razini, globalnoj pandemiji i ekonomskoj recesiji, žene poduzetnice se brzo razvijaju i napreduju.

Istraživanje se temelji na ključnim pokazateljima GEM-a na razini zemalja, regija i nacionalnih dohodaka uključujući razlike u spolu u samim stopama sudjelovanja (omjer žena i muškaraca, izražen kao W/M) u svim dijelovima poduzetničkog procesa, od početnih nakana do samog pokretanja posla, razvitka novih poduzeća, održavanja postojećih pa do zatvaranja poslovanja. Temeljni zaključci istraživanja provedenog u 49 zemlje, pet svjetskih regija i tri razine nacionalnih prihoda mogu se iskazati na sljedeći način:<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Oberman Peterka, „Poduzetništvo žena kao način osiguranja ravnopravnosti.“, 20.

<sup>31</sup> Global Entrepreneurship Monitor, *Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes*, 9.

<sup>32</sup> Ibid., 14.

- Na globalnoj razini, jedna od šest žena namjerava pokrenuti vlastiti posao u bliskoj budućnosti, u usporedbi s jednim od pet muškaraca. Želja za pokretanjem poduzetničkih pothvata bila je najviša među ženama u zemljama s niskim dohotkom (28,2%) i najniže u zemljama s visokim dohotkom (11%). Latinska Amerika, Karibi, Bliski Istok i Afrika prednjače na svjetskoj razini kada je riječ o namjeri žena za pokretanjem vlastitog posla.
- Na svjetskoj razini, jedna od deset žena je bila u najranijim fazama pokretanja vlastitog posla, dok isto vrijedi za jednog od osam muškaraca. Najveći postotak pokretanja poslovanja među ženama je u zemljama s niskim dohotkom (13,3%) i u Latinskoj Americi i Karibima (21,2%). S Gvatemalom (28,2%) i Kolumbijom (26,1%) na vrhu svjetske liste.
- Postotak uspostavljenog poslovanja jednak je na svim razinama nacionalnog dohotka, u kojem jedna od dvadeset žena ima posao stariji od 3,5 godine.
- Na svjetskoj je razini u posljednjih 12 mjeseci 3,5% žena napustilo poslovanje, nešto manje nego što je to slučaj u muškaraca (3,8%). Socijalni uvjeti, ograničen pristup resursima i porezna politika mogu doprinijeti višim stopama napuštanja poslovanja.
- Bitno je usporediti stope otvaranja i zatvaranja poslovanja. U 2022. godini u srednjim i niskoprihodovnim je zemljama veći postotak žena zatvorilo poslovanje, nego što ga je pokrenulo što potvrđuje da je ženama teže uspostaviti stabilne poslovne modele u tim uvjetima.
- Žene čine jednu od četiri poduzetnice s visokim rastom na svjetskoj razini, s većim udjelima u zemljama s niskim dohotkom (jedna od tri žene) i u Sjevernoj Americi (dvije od pet žena).
- U zemljama s nižim i srednjim dohotkom žene češće nude nove inovativne proizvode i usluge nego žene u zemljama s visokim dohotkom. U pojedinim zemljama čine većinu inovativnih poduzetnika, kao naprimjer u Indoneziji (55,3%), Rumunjskoj (54,5%), Kolumbiji (53,3%) i Iranu (52%).
- Žene su izrazito aktivne kada je riječ o međunarodnom tržištu. Najbolji primjer je Latinska Amerika i Karibi (43,1%) te Europa (41,3%), gdje žene čine više od dvije petine poduzetnika koji posluju na međunarodnom tržištu.
- Na svjetskoj razini, većina poduzetničkih inicijativa u 2022. godini uočena je u sektoru veleprodaje i maloprodaje među oba spola, s većim udjelom žena (48,6%) u



odnosu na muškarce (40,1%). Osim toga, žene su pokazale veću angažiranost u javnom sektoru, zdravstvu, obrazovanju i socijalnim uslugama, ostvarujući postotak od 17,6%, što uvelike premašuje udio muškaraca od 10,9%. Ova dva područja zajedno obuhvaćaju skoro dvije trećine ženskog poduzetništva i polovicu muškog.

- Žene su općenito manje prisutne u ICT-u u usporedbi sa muškarcima, s tek 2,3% žena u odnosu na 5,3% muškaraca. Ipak, u nekim su zemljama, primjerice u Panami, žene izuzetno aktivne u ICT-u (čak šest puta brojnije).
- Žene poduzetnice obično su mlađe od muškaraca, posebice u zemljama s niskim dohotkom.
- Poduzetništvo mladih žena posebno je snažno u Sjevernoj Americi, Bliskom Istoku i Africi, te u zemljama s nižim dohotkom.
- Žene poduzetnice imaju veći stupanj obrazovanja nego muškarci.
- Većina žena poduzetnica ima post sekundarno obrazovanje, s izrazito visokim stopama diplomskog obrazovanja u zemljama s visokim dohotkom, posebice u Sjevernoj Americi.
- Na globalnoj razini, postoji veća tendencija da žene pokrenu vlastiti posao upravo zbog nedostatka istog u usporedbi s muškarcima. Gotovo tri od četiri žene (72,9%) pokreću vlastiti posao, za razliku od dvije trećine muškaraca (67,2%).
- U 2022. godini, najčešći razlozi zbog kojih bi žene napustile vlastiti posao je manjak profitabilnosti (24,2%), utjecaj pandemije (16,4%) te obiteljski i osobni problemi (18%). Istraživanje pokazuje da je jedna od pet žena prestala s poslovanjem zbog obiteljskih razloga, što je za 43% više u usporedbi s muškarcima.

Žene diljem svijeta potiču gospodarski, društveni i kulturološki rast i razvoj putem pokretanja i rasta poslovanja. Iako su pretežno zastupljene među najmanjim i najranjivijim poduzećima diljem planeta, također prevode neka od najperspektivnijih i najutjecajnijih poduzeća u svakoj zemlji. Upravo je zbog toga iznimno bitno educirati donositelje različitih politika, voditelje programa i sve druge koji nerijetko nesvjesno podržavaju stereotipe o ženama poduzetnicama te ih tako usporavaju u njihovom rastu i razvoju.

### 3. Žensko poduzetništvo u Hrvatskoj

Žensko poduzetništvo je usko vezano za ženska prava koja se u hrvatskom društvu osvješćuju tek u 19. stoljeću. Krajem istog stoljeća žene u Hrvatskoj dobivaju pravo na obrazovanje, što čini veliki iskorak za razvoj žena, a time i ženskog poduzetništva. S vremenom su žene uživale sve više prava, no duboko usađeni stereotip o ženama kao domaćicama i majkama zaživio je sve do danas. Bezobzira na sve prepreke s kojima se svakodnevno susreću, žene u Hrvatskoj nižu brojne uspjehe u svijetu poduzetništva potičući tako gospodarski rast i razvoj. Poduzetništvo žena obuhvaća širok spektar poslovnih djelatnosti, počevši od tradicionalnih sektora poput uslužnih djelatnosti, ugostiteljstva i trgovine pa sve do tehnološki orijentiranih područja kao na primjer znanost, tehnologija itd.

Izuzetno je važno pružati podršku ženama u poduzetništvu kroz razne programe financiranja, edukacije i programe mentorstva. Osim toga, valja razvijati organizacije i udruge s ciljem poticanja žena da se uopće odvaže upustiti u svijet poduzetništva kako bi naposljetku doprinijele jačanju cjelokupnog hrvatskog gospodarstva.

Prema slijedećoj SWOT analizi definirane su ključne snage, slabosti, prilike i prijetnje ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.<sup>33</sup>

**Tablica 2.** SWOT analiza ženskog poduzetništva

| <b>Snage</b>  | <b>Slabosti</b>  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Visoka razina obrazovanosti žena</li><li>• Uvećani interes za poduzetništvo među ženama,</li><li>• Povećani broj žena poduzetnica</li><li>• Smanjenje razlike između muškaraca i žena u poduzetničkoj aktivnosti</li><li>• U Hrvatskoj je veći udio poduzetnica u ukupnom broju zaposlenih</li><li>• Aktivno promicanje poduzetničke okoline kao podrška svim poduzetnicama</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Otežano održavanje ravnoteže između privatnog i poslovnog života žena poduzetnica</li><li>• Niža prosječna razina obrazovanja nego u ostatku Europske Unije</li><li>• Manjak poduzetničkih znanja i vještina</li><li>• Manjak potrebnog samopouzdanja u pokretanju poduzetničkih aktivnost</li><li>• Manjak ustrajnosti u traganju za podrškom</li><li>• Nedovoljna povezanost s drugim ženama u poduzetništvu</li><li>• Tradicionalni stavovi prema ženama i njihovim ulogama u društvu</li></ul> |

<sup>33</sup> Zidrum i Cvitanović, „Prepreke i mogućnost razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj“, 211.

| Prilike   | Prijetnje   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povećana podrška ženama poduzetnicama kroz razne mjere</li> <li>• Ustrajnost Europske unije u poticanju razvoja potencijala među ženama za poduzetništvo</li> <li>• Osnaživanje udruga i organizacija koje potiču žensko poduzetništvo</li> <li>• Unapređenje suradnje između nositelja javnih politika, inicijativa i programa zaduženih za promicanje ženskog poduzetništva</li> <li>• Podrška medija te javnog i privatnog sektora</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nemogućnost brzih promjena poput priznavanja žena kao ravnopravnih dionika u poduzetništvu</li> <li>• Predrasude o ženama u STEM području</li> <li>• Ograničena dostupnost financijskih potpora</li> <li>• Slaba aktivnost unutar poduzetničkih mreža</li> <li>• Manjak potpore javnih institucija, privatnog sektora, političkih institucija i medija.</li> </ul> |

**Izvor:** Izrada autora prema Zidrum, G.; Cvitanović V. (2017). Prepreke i mogućnost razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, str 211.

Ključne snage ženskog poduzetništva u Hrvatskoj su visoka razina obrazovanosti žena, uvećani interes za poduzetništvo među ženama, povećani broj žena poduzetnica te smanjenje razlike između muškaraca i žena u poduzetničkoj aktivnosti. Nadalje, u usporedbi s drugim europskim zemljama, u Hrvatskoj je veći udio poduzetnica u ukupnom broju zaposlenih. Osim toga, aktivno se promiče razvoj poduzetničke okoline kao podrška svim poduzetnicama.

Glavne slabosti ženskog poduzetništva u Hrvatskoj čine otežano održavanje ravnoteže između privatnog i poslovnog života žena poduzetnica, niža prosječna razina obrazovanja nego u ostatku Europske Unije, manjak poduzetničkih znanja i vještina, manjak potrebnog samopouzdanja u pokretanju poduzetničkih aktivnosti, manjak ustrajnosti u traganju za podrškom i nedovoljna povezanost s drugim ženama u poduzetništvu.

Prilike za razvijanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj su povećanje podrške ženama poduzetnicama kroz razne mjere, ustrajnost Europske unije u poticanju razvoja potencijala među ženama za poduzetništvo, osnaživanje udruga i organizacija koje potiču žensko poduzetništvo, uloga mentora i poslovnih anđela, unapređenje suradnje između nositelja javnih politika, inicijativa i programa zaduženih za promicanje ženskog poduzetništva te podrška medija te javnog i privatnog sektora.

Prijetnje u razvoju ženskog poduzetništva obuhvaćaju tradicionalne stavove prema ženama i njihovim ulogama u društvu te nemogućnost brzih promjena poput priznavanja žena kao ravnopravnih dionika u poduzetništvu. Nadalje, prijetnje obuhvaćaju i predrasude o ženama u STEM području, ograničena dostupnost financijskih potpora, slaba aktivnost unutar poduzetničkih mreža, visoki porezi te manjak potpore javnih institucija, privatnog sektora, političkih institucija i medija.

### 3.1. Analiza ženskog poduzetništva

GEM istraživanje provodi se na godišnjoj razini gdje se prikupljaju podaci odrasle populacije i stručnjaka. Skupljeni podaci od reprezentativnog uzorka odrasle populacije izražavaju samoevaluaciju, očekivanja i percepcije o raznim aspektima poduzetničkog procesa, uključujući i individualne karakteristike i društvene vrijednosti. Na temelju podataka GEM istraživanja 2022. bit će prikazano poduzetničko djelovanje žena u Republici Hrvatskoj.<sup>34</sup>

**Tablica 3.** Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti u Hrvatskoj, mjerena TEA indeksom

| Godina | TEA muškarci % | TEA žene % | TEA Muškarci/TEA Žene |     |                           |
|--------|----------------|------------|-----------------------|-----|---------------------------|
|        |                |            | Hrvatska              | EU  | Najuravnoteženiji         |
| 2020.  | 16,1           | 9,3        | 1,7                   | 1,8 | 1,2 Španjolska, Njemačka  |
| 2021.  | 15,5           | 9,2        | 1,7                   | 1,5 | 1,0 Španjolska, Rumunjska |
| 2022.  | 17             | 9,5        | 1,8                   | 1,6 | 1,0 Španjolska            |

**Izvor:** izrada autora prema GEM istraživanju 2022. u Hrvatskoj.

Hrvatska je zemlja u kojoj još uvijek prevladavaju muškarci kada je riječ o sudjelovanju u poduzetničkim aktivnostima. Iz tablice broj 3. možemo vidjeti da je broj muškaraca s novopokrenutim poduzetničkim aktivnostima bio 1,8 puta veći nego što je to broj žena. Navedeni je podatak malo iznad prosjeka zemalja Europske Unije, a koji iznosi 1,5. Valja naglasiti da neuravnoteženost ne proizlazi radi razlike u motivaciji već zbog brojnih tradicionalnih uloga koje su dodijeljene ženama, kao na primjer vođenje brige o obitelji, djeci i starijim članovima te radi kulturološkog konteksta.

<sup>34</sup> GEM Hrvatska, *Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom?* Gem Hrvatska 2022.

**Tablica 4.** Razlozi pokretanja poslovnog pothvata – za TEA poduzetnike, u %\* - 2022.

|  | Muškarci | Žene |
|--|----------|------|
| Napraviti promjene u svijetu                     | 38,2     | 42,6 |
| Napraviti veliko bogastvo ili veliki prihod      | 55,5     | 37   |
| Nastaviti s obiteljskom tradicijom               | 28,2     | 23,3 |
| Zaraditi za život jer nema mogućnosti zaposlenja | 67,4     | 73,3 |

**Izvor:** izrada autora prema GEM istraživanju 2022. u Hrvatskoj.

Kao i prethodnih godina, u 2022. godini je uočena značajna razlika u preferencijama muškaraca i žena kada se govori o različitim motivima ulaska u poduzetničke aktivnosti koju promatramo u tablici 4. Muškarcima je u većoj mjeri bitniji razlog ostvarivanja većeg bogatstva to jest viših prihoda (55,5%) nego što je to ženama (37%). S druge strane, žene u većoj mjeri tvrde da im je jedan od najvažnijih razloga ulaska u poduzetničku aktivnost upravo zarađivanje za život zbog nemogućnosti pronalaska posla (73,3% žena nasuprot 67,4% muškaraca). Također, još jedan razlog koje su imenovale žene je i želja za donošenjem korisnih promjena u svijetu (42,6% nasuprot muškarcima 38,2%). Nadalje, muškarci su u većoj mjeri motivirani sa nastavljanjem obiteljske tradicije (28,2%) nego što su to žene (23,3%). Navedeni podaci ukazuju na različite prioritete i ciljeve kod muškaraca i žena u poduzetništvu.

**Tablica 5.** Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, po dobnim skupinama i rodosti u Hrvatskoj-  
TEA Muškarci/TEA Žene

| Dobne skupine | TEA Muškarci/TEA Žene |       |       |
|---------------|-----------------------|-------|-------|
|               | 2020.                 | 2021. | 2022. |
| 18-24         | 1,4                   | 2,8   | 2,4   |
| 25-34         | 2,3                   | 1,3   | 1,7   |
| 35-44         | 2,3                   | 1,9   | 2,1   |
| 45-54         | 1,3                   | 1,4   | 1,3   |
| 55-64         | 2,4                   | 3,1   | 1,6   |
| Prosjek       | 1,9                   | 1,7   | 1,8   |

**Izvor:** izrada autora prema GEM istraživanju 2022. u Hrvatskoj.

Dodatnu sliku o neuravnoteženosti u poduzetničkim aktivnostima dobijemo kada u odnos stavimo dob i spol. Iako su podaci promjenjivi iz godine u godinu, uočava se da je rodna neuravnoteženost najizraženija u mlađim dobnim skupinama (18-24 godine starosti) te u dobnom rasponu od 35 do 44 godine (dobni raspon koji je i prijašnjih godina bio među onima s najvećom rodnom neuravnoteženosti). No, najveća je rodna ravnoteža zapažena u dobnom rasponu od 45 do 54 godine starosti što možemo vidjeti iz tablice 5.

Razlike u poduzetničkom angažmanu između spolova i dobnih skupina ukazuju na to koliko je važno shvatiti kako poduzetnička okolina funkcionira. Kako bi se postignula uravnoteženost u poduzetništvu, izrazito je bitno stvoriti okruženje koje ne potiče, već sprječava prepreke s kojima se žene svakodnevno susreću. Samo neki od primjera su omogućavanje adekvatne usluge brige o djeci, kao što su vrtići i jaslice, osiguravanje kvalitetnih obroka u školama i na radnom mjestu, korištenje porodiljnog za očeve, te ravnopravna podjela obiteljskih obveza. No, najbitnije od svega je promjena tradicionalnih stavova prema ženama i njihovim ulogama unutar, ali i izvan obiteljskog života.

## **3.2. Poticanje razvoja ženskog poduzetništva**

Ključno pitanje u raspravama o gospodarstvu, pa i društvu općenito, je ono o poticanju razvoja ženskog poduzetništva. Iako je ustanovljeno da žene pridonose gospodarskom rastu i razvoju, i dalje se susreću s brojnim preprekama i manjkom podrške u pokretanju poduzetničkih aktivnosti. Potreba za različitim oblicima potpore i inicijative javlja se u svijetu, ali i u Hrvatskoj. U ovom odlomku će se pobliže predstaviti i opisati dosadašnji programi, ali i udruge i organizacije koje potiču razvoj ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

### **3.2.1. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.**

Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine objavljena je kao nastavak Strategije donesene za razdoblje od 2010. do 2013.

godine<sup>35</sup>. Hrvatska se nalazi među rijetkim zemljama su imale definirane strategije razvoja ženskog poduzetništva. Dugotrajna ekonomska recesija koja je zahvatila Republiku Hrvatsku, a koja je rezultirala gospodarskom krizom 2008. godine, naglašava potrebu za dodatnim aktivnostima koje će biti usmjerene na postizanje rodne uravnoteženosti u svijetu poduzetništva.

Samo neki od razloga koji su rezultirali donošenjem ove Strategije su bili.<sup>36</sup>

- Povećana stopa rizika od siromaštva kod žena, osobito među starijom dobi
- Dominacija udjela žena u nezaposlenosti
- Veća prisutnost muškaraca u poduzetničkom svijetu,
- Fragmentirani, nepovezani programi i aktivnosti.

Strategija ima za cilj realizirati sljedeće razvojne ciljeve ženskog poduzetništva:<sup>37</sup>

- Strateški cilj 1. - Poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika
- Strateški cilj 2. - Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena
- Strateški cilj 3. - Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu
- Strateški cilj 4. - Promocija poduzetništva žena

Dugoročno gledajući, Strategija je usmjerena na kontinuiranu provedbu mjera i aktivnosti putem kojih se utječe na izmjene u vrijednosnim sustavima, ponašanju i okolini te čimbenicima povećavanja poduzetničke aktivnosti među ženama. Srednjoročni cilj do 2020. godine je bio povećati broj žena koje pokreću poslovne pothvate i broj žena vlasnica rastućih poslovnih pothvata ostvarujući razinu poduzetničke aktivnosti žena koja je slična prosjeku Europske Unije.

Za ostvarenje zadanih ciljeva potrebno je poduzeti sljedeće korake:<sup>38</sup>

- **STRATEŠKI CILJ 1. - POBOLJŠANJE USKLAĐENOSTI I UMREŽENOST JAVNIH POLITIKA** Ojačati rad Međuresorne radne skupina i koordinacije, utvrditi mehanizme za praćenje provedbe, utvrditi početno stanje temeljem raspoloživih pokazatelja, razvijati statističku osnovicu i veze među izvorima informacija o poduzetništvu žena te djelovati u poticajnom okruženju.

---

<sup>35</sup> Vlada Republike Hrvatske, op. cit. 3.

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid., 6.

- STRATEŠKI CILJ 2. - POBOLJŠANJE SUSTAVNE PODRŠKE PODUZETNIŠTVU ŽENA Osigurati potporu poduzetnosti žena, razvijati poslovno umrežavanje, jačati postojeće i razvijati nove modele obrazovanja i osposobljavanja, poboljšati pristup žena povoljnim oblicima financiranja, razvijati nove oblike financiranja i korištenje EU sredstava, fondova i financijskih instrumenata.
- STRATEŠKI CILJ 3. - UVOĐENJE PODUZETNIŠTVA ŽENA U CJELOKUPNU INSTITUCIONALNU INFRASTRUKTURU Savjetovanje i mentorstvo na regionalnoj razini, podrška poduzetništvu žena kroz potpurnu infrastrukturu, pružanje stručne potpore za poduzetničke projekte žena.
- STRATEŠKI CILJ 4. - PROMOCIJA PODUZETNIŠTVA ŽENA Komunikacijske aktivnosti i plan promidžbe Strategije te promocija mreža i razvoja poduzetništva žena.

Strategija razvoja poduzetništva žena za razdoblje 2014.-2020. ima postavljene jasne ciljeve i prijedlog aktivnosti kojima bi se stimulirao razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Objašnjeni su ključni izazovi s kojima se žene svakodnevno suočavaju u svijetu poduzetništva te se pružaju smjernice za stvaranje ravnopravne okoline.

### **3.2.2. Udruge i organizacije za poticanje ženskog poduzetništva**

Žene se u poduzetništvu povezuju kroz različite nevladine organizacije kako bi se educirale, razvijale i ostvarivale veće uspjehe u svojim poslovanjima. Udruge i organizacije im pružaju potporu u vidu obuka i razvoja vještina koje su nužne za opstanak u svijetu poduzetništva. Umreženost i međusobna potpora među poduzetnicama je glavni motiv za priključenje u slične organizacije.

Neke od prednosti sudjelovanja u grupama i organizacijama su:<sup>39</sup>

- razmjena iskustva, emocija, problema
- povećanje samopoštovanja i samopouzdanja
- povezivanje s drugima
- jačanje osjećaja prihvaćanja i pripadanja
- smanjivanje osjećaja izolacije i usamljenosti
- stjecanje vještina nošenja s različitim životnim situacijama

---

<sup>39</sup> Jurić, Poljak. „Grupe podrške za žene – mjesto razmjene, povezivanja, rasta.“, 31.



- razvoj mreže podrške
- održavanje motivacije za upravljanje problemima i traženje posla
- osnaženost i vraćanje osjećaja nade u bolje
- informiranje o različitim uslugama i resursima koje nudi zajednica.

Udruge nude širok raspon aktivnosti, uključujući dodatno obrazovanje i usavršavanje poslovnih vještina, zajedničko financiranje, stvaranje novih partnerstva, uče ih nositi se sa svakodnevnim situacijama i slično.

Primjer organizacije koja potiče žensko poduzetništvo u Hrvatskoj je „Women in Adria“. „Women in Adria“ poslovna je mreža koja okuplja žene iz različitih područja poslovnog svijeta poput poduzetnica, menadžerica i drugih stručnjakinja. Njihova misija je osnažiti i potaknuti žene da mijenjaju svijet organizirajući brojne događaje, radionice, seminare, panel diskusije i razne oblike mentorstva. Putem takvih događaja, žene se mogu povezati, razmijeniti vlastito iskustvo i steći nova znanja.<sup>40</sup>

Nadalje, Hrvatska udruga poslovnih žena Krug je primjer još jedne udruge koja ima za cilj povezivanje i nastojanje prema poboljšanju položaju žena u poslovnom svijetu, ali i izvan njega. Udruga okuplja žene iz poslovnog svijeta te im nastoji pomagati unaprijediti njihovu ulogu i status u društvu. Cilj udruge je potaknuti žensko poduzetništvo, promicati pozitivne poslovne kulture i etičkih standarda u poslovnom svijetu.<sup>41</sup> Udruga djeluje od 1992. godine te danas broji preko 150 članica u Zagrebu, Splitu, Rijeci, Puli, Šibeniku, Virovitici i Dubrovniku.

Primjer još jedne udruge je „We Croatia“, udruga osnovana prije nešto više od 10 godina s ciljem promicanja ženskog poduzetništva. Cilj ove udruge je pružanje potpore ženama u poduzetništvu kroz mogućnosti usavršavanja i međusobnim povezivanjem te povezivanjem s investitorima kako bi jednostavnije i brže gradile svoje poslove i ostvarile što bolje rezultate.<sup>42</sup> Udruga pruža brojne informacije o raspoloživim mogućnostima, pogodnostima, izvorima financiranja, događajima i slično.

---

<sup>40</sup> Women in Adria, <https://www.womeninadria.com/> (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

<sup>41</sup> Krug, <https://www.krug.com.hr/> (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

<sup>42</sup> We Croatia, <https://www.poduzetnice.hr/o-udruzi/> (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

### 3.3. Primjeri poduzetnica u Hrvatskoj

Ženska poslovna mreža Women in Adria, kao oblik potpore i priznanja, svake godine dodjeljuje nagrade i priznanja najuspješnijim poduzetnicama u Hrvatskoj. Jedna od najboljih poduzetnica u 2023. godini u kategoriji obiteljskog biznisa je Maja Brlek Krmić, CEO Balon Centra koji posluje već 25 godina. Pod Majinim desetogodišnjim vodstvom Balon Centar je proširio svoje poslovanje na šest maloprodajnih dućana sa više od 30 zaposlenih i sveobuhvatnom veleprodajnom mrežom. Poslovni je model također proširen uvođenjem organizacije raznih tematskih događaja poput krštenja, krizme, proslave rođendana i slično. Osim toga, ostvaruje mnogobrojne uspješne suradnje sa raznim influencerima i poznatim osobama. Dobitnica nagrade ističe svoj ponos koji ima kao žena, a osobito kao žena poduzetnica.<sup>43</sup>

Nagrada za najbolju poduzetnicu u kategoriji startup osvojila je mlada znanstvenica Nika Pintar, izvršna direktorica i suosnivačica startup-a AniBiome. Potaknuta životnim nedaćama, gubitkom majke i obolijevanja od čira na želudcu, Nika i njen partner pokrenuli su priču o AniBiome i organski fermentiranom mikronapitku koji se otapa u čaši vode. Osim što svojim proizvodom niže uspjehe na hrvatskom tržištu, isto tako ostvaruje brojne uspjehe i na svjetskoj razini. Svoj uspjeh želi posvetiti svim mladim ženama, a posebno onim u STEM području.

Priznanje za najbolju poduzetnicu u kategoriji mikro poduzetnica pripalo je Marijani Knezoci, osnivačici i izvršnoj direktorici produkcijske tvrtke Dreamker Production. Napustivši siguran korporacijski posao, Marijana je hrabro zakoračila u svijet poduzetništva, ali istodobno i majčinstva. Marijana je kreirala i pokrenula Međunarodni festival filmske glazbe (ISFMF), te je vodila mnogobrojne suradnje s vodećim svjetskim stručnjacima filmske glazbe, od kojih je nekolicina bila nagrađena i prestižnom nagradom Oscar. Smatra kako poduzetnici i poduzetnice u Hrvatskoj, imaju razne mogućnosti, ali i potencijala da budu ravnopravni sa ostalim poduzetnicima iz ostatka svijeta.

Nagradu za uspješnu poduzetnicu u kategoriji perspektivne poduzetnice osvojila je Mateja Bogdanić, direktorica i vlasnica agencije za nekretnine Euro Immobilien u Rijeci, čija je prvotno bila zaposlenica. Euro Immobilien, agencija specijalizirana za prodaju

---

<sup>43</sup> Orešković, Petra. „Nagrađene su najbolje poduzetnice 2023. godine!“ Women in Adria <https://www.womeninadria.com/najbolje-poduzetnice-2023-godine/>

nekretnina za odmor, prepoznata je kao predvodnik u tom segmentu i vodeća agencija za posredovanje u prometu nekretnina u Hrvatskoj. Njihovo bogato iskustvo, temeljito poznavanje tržišta i mnogobrojne uspješne kupoprodaje omogućile su im da zadobiju povjerenje kupaca diljem Europe. Mateja tvrdi da je njen recept za uspjeh: akcija, hrabrost i vjera u sebe.

Naposlijetku, nagradu za inspirativnu poduzetnicu godine primila je Anđela Buconjić Šutija, direktorica i vlasnica tvrtke Ano koja se na hrvatskom tržištu nalazi preko 20 godina. Najveća prednost tvrtke Ano leži u izvanrednom timu, bogatom iskustvu, stručnosti i jedinstvenom pristupu klijentima. Anđela tvrdi da su joj osim fleksibilnosti i iskustva u raznim industrijama, učenje, umreženost te sposobnost oporavka od situacija koje joj nisu išle u prilog uvelike pomogli u ostvarenju svog cilja.

Promatrajući navedene primjere uspješnih poduzetnica u Hrvatskoj zaključujemo da su žene poduzetnice koje nižu brojne uspjehe vrlo hrabre, inovativne i predane vlastitom poslu. Prepoznaju brojne prilike i sa zadovoljstvom ih iskorištavaju u cilju osobnog i profesionalnog razvoja. Bez obzira na svoje dosadašnje uspjehe, nastavljaju učiti i prilagođavaju se novonastalim situacijama. Svojim postignućima i svestranošću primjer su brojnim ženama te zagovaraju stvaranje ravnopravne poduzetničke okoline.

## Zaključak

Ženama su kroz povijest tradicionalno dodjeljivane uloge majki i domaćica, te se njihova sposobnost i trud nisu smatrali dovoljnim kako bi mogle pokretati vlastite poslove. Suočavale su se sa ograničenim mogućnostima obrazovanja i pristupu kapitala te resursa, što je samo dodatno onemogućavalo ženama ulazak u svijet poduzetništva. Međutim, u nepogodnim životnim situacijama, posebice nakon rata i ekonomske krize, žene su imale ključnu ulogu u gospodarskom oporavku mnogih zemalja preuzimajući odgovornost za otvaranje vlastitih poslova i obiteljskih gospodarstava. Upravo su se na taj način otvarala vrata poduzetništvu kao načinu za sigurnu egzistenciju, ali i neovisnost. Njihova upornost, snalažljivost i sposobnost prilagođavanja često su bili ključni faktori za preživljavanje i obnavljanje društvenih zajednica. Također jedan od najčešćih razloga upuštanja žena u poduzetničke pothvate je upravo i razlog manjka posla.

Unatoč društvenom napretku i promjenama u percipiranju uloge žena u društvu, žene se i dan danas susreću s mnogim preprekama, a samo neke od njih su: stereotipi o položaju žena u društvu, rodne predrasude i očekivanja, otežano balansiranje privatnog i poslovnog života, smanjena umreženost i pristup poslovnim kontaktima, nedostatak financijskih izvora i pristup kapitalu te nedostatak programa mentorstva. Upravo zbog toga potrebno je ulagati u razvoj svih oblika potpore koje bi ženama uvelike olakšalo sam ulazak u svijet poduzetništva kao i održavanje uspješnosti samog poduzeća, ali i egzistenciju uopće.

Republika Hrvatska se pokazala kao jedna od rijetkih država koja prepoznaje žene kao ključne pokretače gospodarskog razvoja te je započela sa osnivanjem brojnih programa potpore, programa i inicijativa poput Strategije razvoja ženskog poduzetništva 2014-2020. i dr. Ovi programi su usmjereni na stvaranje jednakih uvjeta za žene u svijetu poduzetništva te olakšavaju pristup financijskim izvorima, obrazovanju i mentorstvu te promiču ravnopravnost spolova u poslovnom svijetu. Takvim mjerama ne samo da se mijenja položaj žena u društvu, već se pridonosi ukupnom gospodarskom i ekonomskom blagostanju i društvenoj povezanosti.

Kroz ovakve oblike podrška i poticaja, žene se ohrabruju da ostvare svoj puni potencijal u poduzetničkom svijetu, ali i izvan njega, što rezultira pozitivnim utjecajem na cjelokupnu društvenu zajednicu. Nastavak ulaganja u ovakav razvoj i podršku ženskog poduzetništva siguran je korak ka inkluzivnijem, prosperitetnijem i uspješnijem društvu.

## Bibliografija

Buble, Marin i Kružić, Dejan. *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRiF plus, 2006.

Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., Shepherd, Dean A. *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate d.o.o., sedmo izdanje, 2011.

Jurić, Ana, Poljak, Nikoleta. „Grupe podrške za žene – mjesto razmjene, povezivanja, rasta.“ *Žensko poduzetništvo – put u ravnopravnost*, (2021): 6-37.

<https://www.dkolektiv.hr/public/storage/documents/publications/zensko-poduzetnistvo-put-u-ravnopravnost.pdf> (pristupljeno 5. svibnja 2024.)

Oberman Peterka, Sunčica. „Poduzetništvo žena kao način osiguranja ravnopravnosti.“ *Žensko poduzetništvo – put u ravnopravnost*, (2021): 6-37.

<https://www.dkolektiv.hr/public/storage/documents/publications/zensko-poduzetnistvo-put-u-ravnopravnost.pdf> (pristupljeno 5. svibnja 2024.)

Petričušić, Antonija. „Kako do ravnoteže između poslovnog i privatnog života žena u uvjetima strukturnih nejednakosti?“ *Žensko poduzetništvo – put u ravnopravnost*, (2021): 6-37.

<https://www.dkolektiv.hr/public/storage/documents/publications/zensko-poduzetnistvo-put-u-ravnopravnost.pdf> (pristupljeno 5. svibnja 2024.)

Ručević, Silvija. „Uloga edukacija i podrške osobnom rastu i razvoju žena u njihovom angažmanu na tržištu rada i u društvu.“ *Žensko poduzetništvo – put u ravnopravnost*, (2021): 6-37.

<https://www.dkolektiv.hr/public/storage/documents/publications/zensko-poduzetnistvo-put-u-ravnopravnost.pdf> (pristupljeno 5. svibnja 2024.)

Škrtić, Marica i Mikić, Mihaela. *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija nakladništvo, 2011.

Volarević, Marijo. „Novi feminizam i kulturalna promocija žene majke–radnice.“ *Obnovljeni život*, Vol. 67 No. 2. (2012.): 223-237. <https://hrcak.srce.hr/file/118268> (pristupljeno 5. svibnja 2024.)

Vujić, Vidoje. *Poduzetništvo i menadžment u uslužnim djelatnostima*. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2010.

Vuković, Ksenija. „Počeci poduzetništva žena u znanstvenim i književnim djelima hrvatskih autora.“ *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, Vol. 24 No. 1 (2015): 133-151. <https://hrcaj.srce.hr/file/204168> (pristupljeno 5. svibnja 2024.)

Zidrum, Goran i Cvitanović, Jasna. „Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.“ *Obrazovanje za poduzetništvo*, Vol. 7 No. 7 (2017): 205-222. <https://hrcaj.srce.hr/file/282757> (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

### **Izvještaji**

Global Entrepreneurship Monitor. Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes. (2023.) <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51352> (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

Global Entrepreneurship Monitor Hrvatska, Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2022. (2023.) <https://www.cepor.hr/GEM%20zbornik%202022%2005%2007%202023.pdf> (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

The World Bank. Women Entrepreneurs Finance Initiative 2019 Annual Report (English). Women Entrepreneurs Finance Initiative Washington, D.C.: <http://documents.worldbank.org/curated/en/552291620720271060/Women-Entrepreneurs-Finance-Initiative-2019-Annual-Report> (pristupljeno: 11. ožujka 2024.)

Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. (2014.) [https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/GLAVNO%20TAJNI%20C5%A0TVO/Strategija,%20planovi%20i%20ostali%20dokumenti/Strategija\\_razvoja\\_poduzetni%20C5%A1tva\\_zena\\_RH12117.pdf](https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/GLAVNO%20TAJNI%20C5%A0TVO/Strategija,%20planovi%20i%20ostali%20dokumenti/Strategija_razvoja_poduzetni%20C5%A1tva_zena_RH12117.pdf) (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

### **Ostali izvori**

Ano Insurance Solutions. <https://www.ano.hr/hr/o-nama/#> (pristupljeno 28. travnja 2024.)

Euro Immobilien. <https://euro-immobilien.hr/agencija-za-nekretnine> (pristupljeno 28. travnja 2024.)

Femmes Chef d'Enterprises. <https://www.fcemcongress.com/about-fcem/> (pristupljeno 14. ožujka 2024.)

Gosarić Ivan. „Povijesni razvoj poduzetništva na primjeru ženskog poduzetništva.“ Diplomski rad. *Sveučilište Sjever* (2016) (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

Krug. <https://www.krug.com.hr/> (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

Orešković, Petra. „Nagrađene su najbolje poduzetnice 2023. godine!“ *Women in Adria*. <https://www.womeninadria.com/najbolje-poduzetnice-2023-godine/> (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

We Croatia. <https://www.poduzetnice.hr/o-udruzi/> (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

Women in Adria. <https://www.womeninadria.com/> (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

## Popis ilustracija

### Tablice

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tablica 1. | Usporedba između poduzetnika i poduzetnica   | 14 |
| Tablica 2. | SWOT analiza ženskog poduzetništva   | 19 |
| Tablica 3. | Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodnosti u Hrvatskoj, mjerena TEA indeksom                                   | 21 |
| Tablica 4. | Razlozi pokretanja poslovnog pothvata – za TEA poduzetnike, u %* - 2022.   | 22 |
| Tablica 5. | Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, po dobnim skupinama i rodnosti u Hrvatskoj - TEA Muškarci/TEA Žene | 22 |