FINANCIRANJE ŽENA PODUZETNICA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Gulin, Sara

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:524239

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

FINANCIRANJE ŽENA PODUZETNICA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Mentor:

Doc.dr.sc Marija Šimić Šarić

Student:

Sara Gulin

Split, rujan, 2019.

SADRŽAJ:

1. UVOD 3

1.1 Definiranje problema i predmeta istraživanja 3

1.2 Ciljevi rada 3

1.3 Metode rada 3

1.4 Struktura rada 3

2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA 4

2.1 Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo 5

2.2 Žene u poduzetništvu 6

2.3 Karakteristike ženskog poduzetništva 8

2.4 Izazovi i prepreke ženskog poduzetništva 9

2.5 Usporedba poduzetnica i poduzetnika 13

3. IZVORI FINANCIRANJA ŽENA PODUZETNICA 16

4. ANALIZA PODUZETNIČKIH AKTIVNOSTI I FINANCIRANJA ŽENA PODUZETNICA 21

4.1 Analiza poduzetničkih aktivnosti 21

4.1.1 Poduzetnička aktivnost 21

4.1.2 Nezaposlenost, zaposlenost i plaće žena 23

4.1.3 Zastupljenost žena na upravljačkim pozicijama 24

4.1.4 Vlasništvo gospodarskih subjekata 26

4.2 Analiza financiranja žena poduzetnica 29

4.3 SWOT analiza ženskog poduzetništva u Hrvatskoj 32

ZAKLJUČAK: 34

LITERATURA: 36

POPIS SLIKA 39

POPIS TABLICA 39

POPIS GRAFIKONA 39

SAŽETAK 40

SUMMARY 40

1. UVOD

1.1 Definiranje problema i predmeta istraživanja

U radu se nastoje ustanoviti izazovi s kojima se susreću žene u poduzetničkom svijetu te prepreke u njihovom financiranju. Hrvatska ne osigurava dovoljnu potporu ni izvore financiranja ženama poduzetnicama što je posebno elaborirano kao osnovna tema rada; uz to, poduzetnicese susreću s još mnogim stereotipnim preprekama iz društvene okoline, ali se bar osnivaju ženska poduzetnička udruženja kako bi im pružile podršku i dale "vjetar u leđa".

1.2 Ciljevi rada

Ciljevi rada su upoznavanje s pojmom poduzetništva, položajem žena u poduzetništvu te izvorima financiranja koje imaju na raspolaganju u Hrvatskoj. Kroz analizu njihove poduzetničke aktivnosti, pokušava se spoznati koji su to načini njihovog financiranja te zašto još uvijek postoji nejednakost između spolova u poduzetničkom svijetu.

1.3 Metode rada

U ovom istraživanju se koristila deskriptivna metoda kojom se opisala trenutna situacija žena u poduzetništvu, analiza kojom su se proučavali pokazatelji problematičnih poduzetničkih aktivnosti kod žena temetoda indukcije i dedukcije kojom se donio konačan zaključak o ovoj problematici.

1.4 Struktura rada

Završni rad je koncipiran u tri temeljna poglavlja. Poglavlje „Pojmovno određenje poduzetništva" čitatelja upoznaje s konceptom samog poduzetništva, s karakteristikama ženskog poduzetništva, njegovim izazovima i preprekama i usporedbom poduzetnica i poduzetnika. Zatim u dijelu „Izvori financiranja žena poduzetnica" predstavlja se pristup izvorima financiranja kao veliku prepreku ženama poduzetnicama te koje uopće izvore imaju u Republici Hrvatskoj. U poglavlju „Analiza poduzetničke aktivnosti i financiranja žena poduzetnica" prikazani su odabrani pokazatelji poduzetničke aktivnosti žena kroz četiri područja, analiza financiranja te SWOT analiza cjelokupnog ženskog poduzetništva u Hrvatskoj.

2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA

U literaturi se mogu pronaći različite definicije poduzetništva, ovisno o autoru:

- Poduzetništvo uključuje stvaranje nečega novog, traži predanost u obliku potrebnog vremena i truda, donosi nagrade (u obliku neovisnosti) u obliku novca, profita, preuzima se potreban rizik.[1]
- Poduzetništvo se definira i kao proces stvaranja nečega novoga, pod pretpostavkom rizika i nagrada.[2]
- Poduzetništvo je proces prepoznavanja prilike, prikupljanja sredstava za njenu realizaciju, stvaranja i raspodjele novostvorene vrijednosti. U tom procesu, poduzetnik je osoba koja preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu.[3]
- Poduzetništvo uključuje sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganje i kombinaciju inputa, širenje na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija, a naglašeno je vezano za prijelom vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini. [4]

Jednostavnije rečeno, poduzetništvo je kreacija nečega iz ničega, a poduzetnik je inicijator koji prepoznaje priliku, snosi rizik te provodi realizaciju pothvata.[5] No, iako se svaka definicija po nečemu razlikuje, sve zajedno u konačnici daju jednako obrazloženje termina; Poduzetništvo predstavlja sposobnost fizičke osobe da kombinacijom različitih dostupnih resursa zadovolji potrebe tržišta, preuzme rizik za svoj pothvat, a sve s ciljem ostvarivanja dobiti. Ono se sastoji od različitih poduzetničkih aktivnosti, a to su: osnivanje poduzeća, njegovo formiranje te upravljanje. Najvažnija poduzetnička aktivnost je upravljanje jer ona podrazumijeva upravljanje ljudskim potencijalima, proizvodnim procesima, upravljanje marketingom itd.

Temeljni aspekti poduzetništva su sljedeći:[6]

• stvaranje nove vrijednosti

• organizacija (ulaganje vremena i napora)

[1] Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2002): Entrepreneurship, Irwin McGraw- Hill, Sydney, str.9
[2] Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2011): Poduzetništvo, 7. izdanje, Mate d.o.o, Zagreb, str.7
[3] Brusić et al. (2009): Poduzetništvo 1, Grupa Vern, Zagreb, str. 14
[4] Jelavić, A., Ravlić P. (1995): Ekonomika poduzeća, Efst, Split, str.60
[5] Škrtić, M. (2006): Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo, Zagreb, str. 17.
[6] Funda, D. (2011): Menadžment malog poduzeća, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti, Zaprešić, str. 16.

• preuzimanje rizika (financijski, emocionalni, društveni)
• nagrada – zadovoljstvo, novac, nezavisnost

Općenito se smatra da bi poduzetnik trebao posjedovati sedam temeljnih poduzetničkih osobina: inovativnost, sklonost preuzimanju rizika, samouvjerenost, radoholičnost, svrhovitost, odgovornost i samostalnost. Neke od navedenih osobina su urođene, a neke su pak stečene tijekom života pojedinca. Optimalan odnos navedenih karakteristika svakog pojedinca čini jedinstvenim; tako su neki kreativniji, neki uporniji, neki obrazovaniji, ali im upravo te osobine daju jedinstvenost koja se u konačnici ističe tržištu.

2.1 Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

Unatoč tome što je poduzetništvo temelj gospodarstva određene države, ono sa sobom nosi neke prednosti i nedostatke.

Prednosti ulaska u poduzetništvo su:[7]

- preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom,
- mogućnost mijenjanja postojeće stvarnosti,
- poduzetnik radi ono što voli,
- mogućnost iskorištavanja svih svojih potencijala,
- ostvarivanje neograničenih profita,
- priznatost u društvu.

Kao nedostatke ulaska u poduzetnički pothvat navodi se slijedeće:

- nesigurnost dohotka,
- niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja,
- visoka razina stresa,
- rizik gubitka uloženog kapitala,
- nedefinirano radno vrijeme i naporan rad,
- neograničena odgovornost.

[7]Škrtić, M. (2006): Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo, Zagreb

Ističe se misao kako ulaskom u poduzetništvo, pojedinac započinje posao koji voli, kojeg može organizirati na način koji mu u potpunosti odgovara jer nema nadređene, može se dokazati sebi i drugima te donoseći dobre odluke, može ostvariti zaradu, ali isto tako, važno je naglasiti i veliki rizik da se sve uloženo vrijeme, trud i novac ipak neće isplatiti jer samo jedan krivi korak može dovesti do velikih gubitaka. Pokretanje vlastitog posla nosi veliku odgovornost i nemoguće je očekivati uspjeh preko noći.

2.2 Žene u poduzetništvu

S obzirom na to da se definiranje ženskog poduzetništva temelji na rodnoj određenosti, može se reći da je to poduzetnička aktivnost žena.[8] Gledajući kroz povijest, poduzetništvo je bilo aktivnost namijenjena samo muškarcima, ali posljednjih godina poduzetništvo žena dobiva sve veći značaj jer ako poduzetnik može biti muškarac, zašto ne bi mogla i žena? To može biti bilo tko ako je voljan prihvatiti rizik i uložiti potreban napor da bi ostvario novi pothvat, netko tko može „balansirati“ poslom, obitelji i svojim građanskim dužnostima. Žene se više ne zadovoljavaju isključivo ulogom majke/supruge/domaćice, nego dokazuju sebi i okolini da je moguće biti uspješna i ostvarena u dva područja - obiteljskom i profesionalnom te se zato velik broj njih i upušta u vlastiti posao.

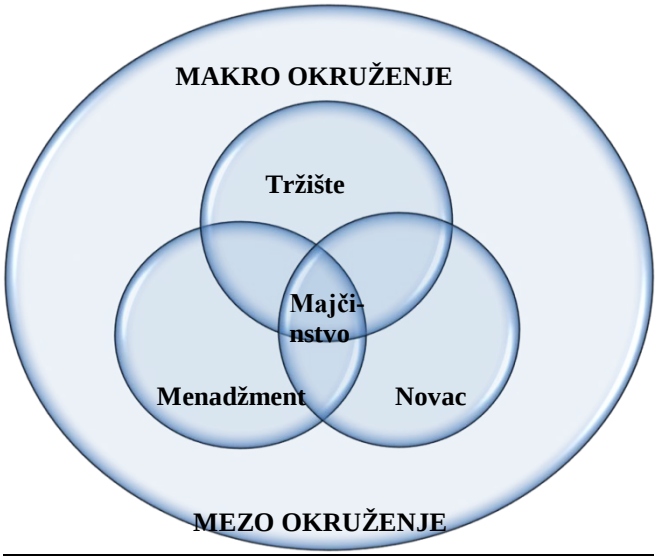
Ključne osobine za izgradnju ženske karijere prema Deloitte Hrvatska[9]:

- Sposobnost- žene su zbog svojih majčinskih i obiteljskih obveza u kombinaciji s karijerom morale razviti i jake organizacijske sposobnosti.
- Samoizražavanje-žene u poslovnome svijetu imaju potrebu izraziti se, iznijeti vlastita gledišta i progovoriti o stvarima koje smatraju važnim (i) za tvrtku.
- Znanje- statistika pokazuje da su obrazovanije od muškaraca, a uz to žene se kontinuirano dodatno educiraju.
- Iskustvo- raste s godinama proboja kroz svijet muškaraca i stakleni labirint, pa je u njemu sadržano iskustvo potrebno i za krizne situacije.

[8] Zirdum G., Cvitanović V. (2017): Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Preuzeto s: file:///C:/Users/Sara/Downloads/EL_Vol7_No2_205_222_Zirdum_Cvitanovic.pdf[5.9.2019.]

[9] Deloitte Hrvatska je osnovao SheXO klub poslovnih žena s ciljem povezivanja vodećih žena hrvatskog poslovnog i javnog života. Preuzeto s: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_Zene_u_poslovnom_svijetu_2019.pdf [15.08.2019.].

- Motiviranost- imaju veću motivaciju kako bi suzbile stereotipe i dokazale da mogu ostvariti svoj cilj.
- Komunikacija - vještina komunikativnosti i način prenošenja poruke jedno su od najjačih alata žena za napredovanje u karijeri.
- Snalažljivost - marginaliziranje, podcjenjivanje, nepravda…sve je to natjeralo žene da dobro funkcioniraju i kao poslovne žene, ali kao i majke, pri čemu su u vođenju tvrtki i/ili tima racionalnije od muškaraca.
- Timski rad - upravo žene koordiniraju cijeli proces jer su socijalno inteligentnije, pa lakše modeliraju timski rad.
- Samopouzdanje - najčešće je narušeno kod žena zbog raznih stereotipa, no jačaju ga upravo ostalim navedenim osobinama.



Grafikon 1: 5M ženskog poduzetništva

Izvor: Prikaz autora prema Zirdum G., Cvitanović V. (2017): Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, str. 208

Grafikon 1 prikazajuje Vennov dijagram koji objašnjava ženski poduzetnički pothvat, tj.5M ženskog poduzetništva. Dakle, da bi se uopće pokrenuo određeni pothvat, potrebna su tri određena čimbenika (3M): tržište, novac i menadžment (engl. market, money and management), ali za žensko poduzetništvo je potrebno proširenje za još dva dodatna čimbenika: majčinstvo te makro i mezo okruženje (engl. motherhood, macro and meso environment). Majčinstvo je jedini čimbenik na kojem se svi drugi krugovi preklapaju kako bi se istakla njegova važnost, položaj žene i uspostavljanje ravnoteže između obitelji i posla.

Makro okruženje čine zakoni, kultura naroda itd. koji često iniciraju da žena može i mora biti isključivo domaćica, dok mezo okruženje predstavlja inicijative i organizacije za podršku ženama kako bi se promijenila percepcija žena u poduzetništvu.

2.3 Karakteristike ženskog poduzetništva

Žensko poduzetništvo je rezultat jačanja samosvijesti žena, uloženog napora u izjednačavanju svog položaja u poslovnom svijetu, kao i trudu prilagodbe društva u vidu napuštanja pojedinih stereotipa. Zadnjih godina se vidi napredak Hrvatske na tom području što potvrđuju i razne statistike države i EU.

Sposobnost vođenja jedna je od najvažnijih vještina koju treba posjedovati žena poduzetnica. Zanimljivo je istaknuti kako je uočeno da žene često primjenjuju transformacijski stil vodstva kao proces obavljanja velikih poslova uz pomoć zaposlenih[10], koji odlikuje nagrađivanje pojedinačnog i grupnog doprinosa te poticanje sudjelovanja zaposlenika na svim razinama, potiču druge da učine više nego što su prvobitno namjeravali i često čak i više nego što su mislili da mogu. Statistički, transformacijsko vodstvo obično ima više zadovoljnih zaposlenika jer konkurencija često izaziva neprijateljstvo, svađe i pritisak zbog kojeg se zaposleni ne osjećaju slobodnima davati sugestije, pa se radije potiče suradnja u radnom okruženju.

„Zbog njihove potrebe da budu poštene, žene su sklone primjenjivati suradnički stil vođenja.“[11]
„Žene karakterizira transformacijski stil vođenja – poticanje podređenih da transformiraju vlastite interese u interese grupe brigom za šire ciljeve, odnosno interaktivno vodstvo, zbog toga što aktivno rade na tome da svoje interakcije s podređenima učine pozitivnima za sve uključene. „[12]

[10]Bahtijarević – Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vokić, N. (2008): Suvremeni menadžment – vještine, sustavi i izazovi, Školska knjiga d.d., Zagreb, str. 32
[11]Heim, P., Golant, S. K.(1993): Hardball for Women: Winning at the Game of Business, A Plume Book, New York
[12] Rosener, J. B. (1990): Ways Women Lead, Harvard Business Review, Boston, str. 119-125.

Iako je mnogo odlika ženskog poduzetništva, kao neke tipične se ističu:[13]

- radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije pošto su ženska poduzećamanja i zatvaraju manje radnih mjesta,
- veća je briga za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose jer su to aspekti do kojih žene poduzetnice drže,
- žene više podupiru zaposlene u njihovim ambicijama,
- školovanje zaposlenih je na prvom mjestu,
- uspjeh se ne mjeri samo profitom, već i zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međusobnim odnosima,
- uspjeh organizacije i ideja je ispred profita i ega,
- naglašavanju timski rad i međusobno podupiranje,
- imaju više razumijevanja s aspekta naknade troškova, udjele u profitu, fleksibilnijeradno vrijeme, realizaciju porodiljnog dopusta,
- pri realizaciji kredita su opreznije,
- nedostatak pristupa izvorima financiranja i tržištu kapitala
- pretežno se bave uslužnimdjelatnostima te su socijalno osjetljivije.

2.4 Izazovi i prepreke ženskog poduzetništva

Usprkos sve većoj osviještenosti društva i žena o njihovim ulogama, ali i mogućnostima i dalje je malen broj žena koje se upuštaju u poslovne pothvate jer su svjesne koje ih sve prepreke i izazovi čekaju na tom putu.

Klasifikacija prepreka dijeli se u 4 kategorije, redom:[14]

- **Socijalne prepreke:** manjak samopouzdanja, manjak vizije i aspiracija, manjak spremnosti na akciju, manjak hrabrosti, nespremnost na rizik, izostanak podrške od strane obitelji.
- **Obrazovanje i vještine:** manjak odgovarajućih poduzetničkih vještina i kvalifikacija.

[13] Turk, M. (1999): Poduzetništvo za 21. stoljeće - priručnik za učitelje/trenere, savjetnike i promotore poduzetništva, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, Zagreb, str. 28
[14] Ivanković, D. et al. (2016): Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj, Veleučilište Lavoslav Ružička, Vukovar

- **Okruženje:** složeni administrativni postupci, nestabilna financijska potpora od strane države, negativna medijska prezentacija poduzetništva u društvu, nedovoljno pozitivnih primjera i dobre prakse, nedovoljna suradnja između različitih institucija itd.
- **Financijske prepreke:** manjak početnog kapitala i drugih izvora financiranja pokretanja poslovanja, neodgovarajuće informacije o postojećim državnim financijskim potporama, slaba ponuda poduzetničkog kapitala, nepovoljan sustav oporezivanja, neprimjeren odnos banaka prema malim poduzetnicima.

S obzirom na prepreke i izazove s kojima susreću žene u poduzetništvu u Hrvatskoj, mogu se izdvojiti neki od ključnih problema poduzetništva žena: [15]

- značajna podzastupljenost u poduzetničkim aktivnostima
- značajna podzastupljenost u zaposlenosti
- niže plaće žena u obavljanju sličnih poslova kao i muškarci
- značajna dominacija u nezaposlenosti
- značajna upravljačka podzastupljenost
- značajna podzastupljenost u vlasničkoj strukturi poduzeća i obrta
- nedostatak statističkog praćenja s obzirom na rodnost,
- nepovezanost aktivnosti jačanja žena,
- nepostojanje mehanizma ocjene i vrednovanja učinaka primjene pojedinih mjera za razvoj poduzetništva žena
- nedovoljno koordinacije i suradnje među nositeljima provedbe javnih politika, programa i inicijativa kojima se doprinosi razvoju poduzetništva žena, otežava ili čak i onemogućava učinkovitost primijenjenih aktivnosti i uloženih financijskih sredstava.

Uz navedene prepreke javljaju se i problemi u ženskom poduzetništvu, među kojima se prvenstveno ističe stereotipno društvo koje ih sputava. Ovo je obrazloženo u Strategiji razvoja ženskog poduzetništva do 2020.godine gdje se uočava da su žene oduvijek označene stereotipima u skoro svakom segmentu života, pogotovo kada se radi o pokušaju uspostavljanja ravnoteže između obitelji i posla. Smatra se da se ne uklapaju u svijet poduzetništva, da su ograničene po pitanju vremena i ulaganja napora zbog uloge žena u

[15]Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. Dostupno na: http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf [15.08.2019.].

društvu do sada te su im zato ograničeni izvori financiranja, kao i obrazovanje, mentorstvo koji su im potrebni za samoostvarenje. Sve je to uzrokovalo iskrivljenje percepcije žena o njima samima što je dovelo ka strahu od preuzimanja rizika poslovanja. Naime, žene su ograničene i u posjedovanju nekretnina koje im mogu biti jamstvo za kredite u pokretanju poslovnog pothvata (svega 15% nekretnina u RH je u vlasništvu žena) što je također posljedica stereotipa, ali unutar obitelji.

Za povećanje kvalitete poduzetništva općenito, a posebno ženskog poduzetništva, neophodno je da se promijeni svijest društva i sustav vrijednosti opterećen stereotipima, kako bi se ostvarilo pružanje jednakih prilika ženama poduzetnicama kao i muškarcima. Do ostvarenja veće razine kvalitete ženskog poduzetništva ne može se doći preko noći, ali nužno je da se provedu određene prilagodbe i usvoje novi trendovi kako bi se osigurao daljnji razvoj u obavljanju poduzetničkih djelatnosti. Ta se unapređenja i prilagodbe odnose na:[16]

- Dosljednosti i prihvaćanju razlika u metodologiji i sadržaju.
- Primjena suvremenih tehnologija kako bi bile u korak s prilikama na tržištu.
- Podrška ženama kroz savjete i uključivanju partnera u potporu ženi poduzetnici.
- Prihvaćanje i podrška ženama po pitanju tradicionalnih obaveza u obitelji i kućanstvu.
- Razvijanje i poduka menadžerskih vještina kod žena te jačanje pozitivnih strana osobina u žena za novi pristup poduzetništva kojeg odlikuje održivi rast i doprinos zajednici.

Ciljevi razvoja poduzetništva žena do 2020.godine u Republici Hrvatskoj baziraju se na četiri strateška cilja i dvanaest mjera kako bi omogućila ženama usklađivanje obiteljskog i poslovnog života te tako potakla povećanje poduzetničke aktivnosti žena, redom:[17]

- **Strateški cilj 1:** Poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika koji želi 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.

[16]Miošić Lisjak, N., Ćurlin, I. (2002): Žene i poduzetništvo, The STAR Network of World Learning, Zagreb, str. 16

[17] Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., str. 24-19. Dostupno na: https://ravnopravnost.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategija%20razvoja%20poduzetni%C5%A1tva%20%C5%BEena%20u%20RH%202014.-2020.pdf[14.08.2019.].

- **Strateški cilj 2:** Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena koji se trudi 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 kako bi se osiguralo savjetovanje i mentorstvo na regionalnoj razini, podrška poduzetništvu žena kroz potpornu infrastrukturu, pružanje stručne potpore za poduzetničke projekte žena.
- **Strateški cilj 4:** Promocija poduzetništva žena koja pospješuje komunikacijske aktivnosti i plan promidžbe Strategije te promocija mreža i razvoja poduzetništva žena.

Tablica 1: Prepreke i rješenja u izjednačavanju žena i muškaraca u poduzetničkom djelovanju

Najčešće prepreke	Rješenja prepreka
Usklađivanje profesionalnog i privatnog života žena **Nedostatak podrške za žene s dva posla (obitelj i profesija)**	Dostupni javni servisi za čuvanje djece Dječji kutak unutar poduzeća Subvencioniranje – dječjih vrtića, domova za starije Cjelodnevni boravak za djecu Fleksibilnije radno vrijeme Olakšice ukoliko muškarac pomaže u kućanstvu Poticanje muškaraca na porodiljni dopust
Nedovoljna podrška okoline	Edukacija članova obitelji i bračnih partnera
Zakonodavne i institucionalne barijere **Različita i neusklađena pravna regulativa uraličitim područjima**	Smanjivanje poreza i nameta Plaćanje PDV-a po naplaćenom računu Uskladiti pravnu regulativu bez mogućnost različitih tumačenja
Nedovoljno umrežavanje poduzetnica	Kreiranje projekata sa svim informacijama Osnivanje tzv. ženskih tehnoloških parkova Organiziranje aktivnosti – udruge, forumi, projekti, slobodne aktivnosti i sl.
Premala ili nedovoljna educiranost vezana uz razvoj ženskog poduzetništva i samozapošljavanje **Nedostatak treninga i edukativnih programa**	Uvođenje predmeta Poduzetništvo u škole Promptna i kontinuirana edukacija žena kroz različite radionice, osobito u manjim sredinama

	Korjenita reforma sustava obrazovanja
Otežan pristup financijskim resursima	Omogućiti porezne olakšice za poduzetnice Razviti programe financiranja RH treba osnovati vlastitu banku za poduzetništvo žena

Izvor: Prikaz autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj do 2020.god, str. 19-20.

2.5 Usporedba poduzetnica i poduzetnika

Žene poduzetnice su u mnogim aspektima drugačije prije svega jer dozvoljavaju i razmišljaju o emocionalnim aspektima i posljedicama poslovnih odnosa, te teže ostvarenju više ciljeva izuzev profita. One ipak bolje razumiju ljude oko sebe u odnosu na muškarce i trude se da shvate svijet i odnose oko sebe van okova profita. Drugačije gledaju na kupce, suradnike i zaposlene te stvari više rješavaju kompromisom i komunikacijom.[18]

Prema brojnim istraživanjima, od početka analiziranja sveukupnog pojma poduzetništva pa do danas, neke stvari se ne mijenjaju. Na primjer, mogu se istaknuti Mintzbergova[19] istraživanja karakteristika muških menadžera iz čak 1968. godine. Najveća zamjerka menadžerima tada, ali i menadžerima današnjice je instrumentalni odnos prema zaposlenima. Dakle, za njih su zaposlenici samo sredstvo za ostvarivanje ciljeva u poslu. Poduzetnici su, za razliku od poduzetnica, fokusirani samo na izvršavanje zadataka, a ne na međuljudske odnose koji pritom postoje. Oni rijetko kada svoje podređene pohvaljuju, međutim ne propuštaju priliku za kritizirati.

Žene, češće od muškaraca, pokreću posao zbog zadovoljstva te postizanja ravnoteže između obiteljskog života i poslovnih obaveza, a što se tiče financiranja, tj. izvorima financiranja,veća je vjerojatnost da će morati dati zalog ili platiti višu kamatnu stopu od muškaraca jer ih zaposlenici financijskih institucija smatraju manje poduzetnički orijentiranima. Međutim, žene su sklonije mogućnosti stvaranja uštedevine (kao početnog kapitala) jer je veća vjerojatnost da su prethodno radile na pola radnog vremena ili na slabije plaćenim poslovima.[20]

[18]Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2008.): Poduzetništvo, Mate d.o.o., Zagreb, str. 36
[19] Profesor Henry Mintzberg jedan je od najuglednijih osoba na području menadžmenta. Dostupno na: http://www.mintzberg.org/ [16.08.2019.].
[20]Stilin, A. (2016): Praktični menadžment,Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, str. 42

Kada se govori o razlikama između poduzetnica i poduzetnika, također je potrebno spomenuti i tzv. „efekt staklenog stropa“ (engl. glass ceiling) s kojim se poduzetnici ne susreću. To je pojam koji označava vrstu diskriminacije prema ženama, tj. onemogućuje kvalificiranim i sposobnim ženama ostvarenje u karijeri. Stakleni strop ujedno predstavlja i najviši stupanj koji žena može postići u svojoj poslovnoj karijeri, a za koji joj je potrebno mnogo više vremena i truda za razliku od muškaraca. Pitanja koja se često postavljaju vezano za ovaj efekt, pokušavaju doći do odgovora, dokučiti je li žena možda gubi svoje poželjne karakteristike (brižne majke, supruge) ako iskaže ambiciju, autoritet, samopouzdanje, kompetentnost, zašto postoje nevidljive barijere, zašto žene sporije i manje napreduju itd.?[21]

Detaljniji prikaz sličnosti i razlika između poduzetnica i poduzetnika temelji na8 faktora prikazanih tablicom:[22]

Tablica 2: Usporedba poduzetnica i poduzetnika

Karakteristike	Poduzetnice	Poduzetnici
Motivacija	Postignuće – ostvarenje cilja Neovisnost – uradi sam	Postignuće – težnja da se stvari obave Osobna neovisnost
Točka pokrića	Frustracija poslom Prepoznavanje prilike u tom području Promjena osobnih okolnosti	Nezadovoljstvo trenutačnim poslom Sporedna uloga na fakultetu ili na trenutačnom poslu Odlazak ili otpuštanje
Izvor financiranja	Osobna imovina i ušteđevina Privatni zajmovi	Osobna imovina i ušteđevina Bankovno financiranje Ulagači Zajmovi od obitelji i prijatelja
Podrijetlo znanja	Iskustvo u tom poslovnom području Iskustvo u srednjem menadžmentu ili administrativnoj razini na tom području Profesionalno podrijetlo vezano uz usluge	Iskustvo u tom poslovnom području Priznati stručnjak ili osoba koja je dosegla visoku razinu postignuća u tom području Sposoban na raznim poslovnim funkcijama
Karakterne osobine	Fleksibilna i tolerantna	Tvrdoglav i uvjerljiv

[21] Nedović, M. el al. (2015): Stakleni strop, raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/144515[16.08.2019.]
[22] Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2011): Poduzetništvo, str.65

	Orijentirana prema cilju Kreativna i realistična Srednja razina samopouzdanja Entuzijastična i energična Sposobnost nošenje s društvenim i gospodarskim okruženjem	Orijentiran prema cilju Inovativan i idealističan Visoka razina samopouzdanja Entuzijastičan i energičan Mora biti svoj šef
Podrijetlo	Dob pokretanja pothvata između 35- 45 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovana – diploma iz humanističkih znanosti Prvorođeno dijete	Dob pokretanja pothvata 25-35 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovan – diploma iz ekonomije ili tehničko područja (obični inženjerskog) Prvorođeno dijete
Potporne skupine	Bliski prijatelji Suprug Obitelj Ženske profesionalne grupe Trgovačka udruženja	Prijatelji Profesionalni suradnici (odvjetnici, računovođe) Poslovni suradnici Supruga
Vrsta pokrenutog posla	Uslužna – edukacija, savjetovanje ili odnosi s javnošću	Proizvodnja ili građevina

Izvor: Izrada autora prema Hisrich (2011), str. 65

U Tablici 2 se prvenstveno uočava razlika na području karakternih osobina, poduzetnice su fleksibilnije i tolerantnije, dok su poduzetnici tvrdoglaviji i uvjerljiviji te imaju visoku razinu samopouzdanja koje ih „gura“ da moraju biti sam svoj šef; za razliku od žena čije je samopouzdanje osrednje zbog utjecaja iz okoline. U pogledu dobi, žene i kasnije postaju poduzetnički aktivne zbog zapreka iz okoline kao što su društvene predrasude i slabije mogućnosti napredovanja, a za njihovo svladavanje ključna je podrška okruženja u vidu bliskih prijatelja, obitelji i profesionalnih grupa za potporu. Muškarci se mlađi uključuju u poslovne vode poduzetništva i samostalnog pokretanja posla u odnosu na žene što je posljedica spomenutih društvenih stereotipa i davanje prilika muškarcima prije žena, ali i zbog činjenice da žene zbog osnivanja obitelji moraju odložiti svoju karijeru i poslovno ostvarenje. Poduzetnice se češće financiraju privatnim zajmovima, dok poduzetnici lakše dolaze do financijskih sredstava putem bankovnih zajmova i investitora. Naposljetku, žene su češće orijentiranena uslužne djelatnosti, dok muškarci pokazuju interes za proizvodnju ili građevinu.

3. IZVORI FINANCIRANJA ŽENA PODUZETNICA

Pristup izvorima financiranja predstavlja veliku prepreku ženama poduzetnicama. To se ogleda kroz prikupljanje sredstava za osnivanje tvrtke, nedostatak vlasničkih prava nad pokretninama i nekretninama temeljem kojih je moguće dobiti poduzetnički kredit, nespremnost članova obitelji na zalog pokretnina i nekretnina temeljem kojih je moguće pristupiti sredstvima financiranja, te još uvijek negativan pogled financijskih institucija na žene poduzetnice.[23]

Prije procesa prikupljanja financijskih sredstava potrebno je razmisliti o slijedećem:[24]

- Financijskoj pismenosti (poznavanju svih prednosti i nedostataka financiranja).
- Kreativnosti prilikom traženja početnog kapitala kao i kreativnosti prilikom osmišljavanja poslovnih ideja.
- Vođenju računa o uvjetima posuđivanja (sredstva do kojih se može iznimno brzo doći imaju i veću cijenu).

Kaže se da je poduzetnica uspjela onda kada je ideju provela u djelo, a ne može je provesti u djelo bez spomenutih sredstava financiranja. U ekonomskoj literaturi razlikuju se vlastiti i tuđi izvori financiranja, međutim, danas se puno više koriste tuđi izvori financiranja. U tuđe izvore financiranja ubraja se, prije svega, kreditno financiranje npr. od strane Europske banke za obnovu i razvoj ili pak od Hrvatske banke za obnovu i razvitak:

- **Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD):** [25] Program „Žene u poduzetništvu“ putem partnerskih financijskih institucija (npr. Raiffeisen banka i Hrvatska poštanska banka) s €40 milijuna financira kreditiranje žena u poduzetništvu Hrvatske.Od pristupa financijama, pa do poslovnih savjeta, pomažu ženama da steknu vještine, znanja i resurse neophodne da bi napravile sljedeći korak. Uz to pružaju poslovne savjete koji pomažu ženama da njihova poduzeća postanu konkurentnija, te organiziraju edukacije, mentorstva i druge oblike podrške koji omogućavaju poduzetnicama da dijele svoja iskustva istovremeno učeći iz iskustava svojih kolegica. Smatraju da Hrvatska zanemaruje vještine i potencijal

[23]Miošić Lisjak, N.,Ćurlin, I., (2002.): Žene i poduzetništvo, The Star Network of World Learning, Zagreb, str.8
[24] Delić, A., Oberman Peterka, S. i Perić, J.(2010): Želim postati poduzetnik, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek
[25] Program za žene poduzetnice EBRD banke dostupan na: http://www.ebrdwomeninbusiness.com/?s=about [16.08.2019.].

ženske radne snage i žele to promijeniti jer više poslovnih žena znači više radnih mjesta i napredak gospodarstva.

- **Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR):**[26] Program kreditiranja ženskog poduzetništva „Žene poduzetnice“ počeo je još 2011.godine. Cilj Programa je poticanje osnivanja i razvoja poslovanja malih i srednjih gospodarskih subjekata u većinskom vlasništvu žena, sukladno Akcijskom planu za provedbu Strategije razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014.-2020. godine. HBOR provodi ovaj Program kreditiranjem putem poslovnih banaka (npr.Addiko banka, Erste banka itd.) ili izravnim kreditiranjem. Najniži iznos kredita je 80.000,00 kuna, a najviši iznos kredita je 700.000,00 kuna. Rok korištenja kredita je u pravilu 12 mjeseci, ali u ovisnosti o dinamici ulaganja, HBOR može odobriti i kraći, odnosno duži rok.

Iako su bankarski krediti dominantan oblik financiranja poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj, danas je sve popularnije financiranje putem različitih potpora, odnosno poticaja. Potpore podrazumijevaju djelomično ili potpuno financiranje pokretanja poduzetničke aktivnosti te se za iste objavljuje natječaj, a potrebno je imati i detaljno napisan poslovni plan. U Republici Hrvatskoj postoji nekoliko značajnih potpora za pokretanje poduzetničke aktivnosti žena, a koje se mogu podijeliti ovisno o tome dodjeljuje li ih država, odnosno državne institucije, gradovi i županije ili Europska unija. Državne potpore dodjeljuju državne institucije poput Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, različitih ministarstava poput Ministarstva financija, potpore lokalnih i regionalnih uprava i samouprava dodjeljuju gradovi i županije, a potpore Europske unije se dodjeljuju iz fondova Europske unije poput strukturnog i kohezijskog fonda.

Osim navedenih vrsta potpora postoje i tzv. potpore male vrijednosti. Potpora male vrijednosti je potpora uređena važećom uredbom Europske unije koja zbog svog iznosa ne narušava ili ne prijeti narušavanjem tržišnog natjecanja i ne utječe na trgovinu između država članica Europske unije. Potpore male vrijednosti su potpore do 200.000,00 eura kumulativno u tri fiskalne godine.[27]

[26]Program za žene poduzetnice HBOR banke dostupan na: https://www.hbor.hr/kreditni_program/poduzetnistvo-mladih-zena-i-pocetnika/ [16.08.2019.].
[27] Zakon o državnim potporama, NN 47/14, NN 69/17, 2017.

Razlikuju se i pojedinačne potpore te potpore izuzete od obveze prijave Europskoj komisiji. Pojedinačna potpora je potpora koja nije dodijeljena na temelju programa državne potpore, dok se potpore izuzete od obveze prijave Europskoj komisiji mogu definirati kao potpore koje prije njihove dodjele nije potrebno prijaviti Europskoj komisiji u skladu s važećim propisima.

Nevladina organizacija u Hrvatskoj koja se posebno ističe svojim aktivnostima i ima veliki utjecaj napozicioniranje žena poduzetnica u društvu kao i osiguravanje poticaja je Hrvatska udruga poslovnih žena **KRUG**[28] koja je od 2002. godine članica svjetske organizacije poduzetnica „Femmes Chefs d'Entreprises Mondiales“.[29] Ovo udruženje je osnovano 1945. godine u Francuskoj, od strane Yvonne Foinant koja je preuzela poslovanje poduzeća nakon smrti supruga. U želji da pomogne ostalim ženama sa sličnom sudbinom, osnovala je udruženje poduzetnica pod nazivom „Les Femmes Chefs d'Entreprises“, koja se proširila na svjetski savez poduzetnica „Femmes Chefs d'Entreprises Mondiales“ u koji je danas učlanjeno preko 120 država.

- Mali poticaj Splitsko-dalmatinske županije ženama poduzetnicama u suradnji s KRUGOM:

Projekt „Razvoj ženskog poduzetništva u Splitsko-dalmatinskoj županiji“ pruža bespovratnu potporu jačanja ženskog poduzetništva i potiče samozapošljavanje žena u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Iznos poticaja ovog projekta je 200.000, 00 kn, ali čak i male potpore poduzetnicama mogu stvoriti pozitivan utjecaj.

Uz KRUG postoje još organizacija koje ističu važnost pokretanja poduzetničke aktivnosti žena u Hrvatskoj jer se time može povećati zaposlenost, ali i konkurentnost na tržištu, a neke od njih su: CESI (Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje), Ženski poduzetnički centari Women in Adria, HUP (Hrvatska udruga poslodavaca – Baza poslovnih žena), objašnjene u nastavku:

- **CESI:**[30]

Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje je feministička, neprofitna udruga. U okviru projekta „BADGE – Empowering Female Enterpreneurship“ koji je bio financiran od strane

[28]Krug, kao simbol savršenog jedinstva i suradnje, izabran je za ime i zaštitni znak Hrvatske udruge poslovnih žena. http://www.krug.com.hr/default.aspx?id=7[15.08.2019.].
[29] Svjetska organizacija poduzetnica koja ima preko pet milijuna članica. Dostupno na:https://fcem.org/fr/ [16.08.2019.].
[30]http://www.cesi.hr/hr/arhiva-projekata/ [16.08.2019.].

Europske komisije, temeljni cilj projekta bio je osnažiti žene suočene sa teškoćama u svijetu rada prilikom pokretanja vlastitog poduzetničkog pothvata. CESI je u projektu provodio edukativne radionice projektnih partnera, edukacije za žene i mentorski rad sa njima, kako bi stekle vještine i kompetencije koje su im potrebne za pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata. Npr. projekt „Jednake mogućnosti u svijetu rada i procesu zapošljavanja - Žene biraju novu šansu" kojem je opći cilj pridonijeti poboljšanju položaja žena u svijetu rada u Gradu Zagrebu i Krapinsko-zagorskoj županiji. Aktivnosti projekta su također edukacije,mentorstvo, profesionalno usavršavanje,pravna pomoći i podrška nezaposlenim ženama, promocija projekta, te izrada preporuka za zapošljavanje žena. Projekt je sufinancirala Europska Unija iz Europskog socijalnog fonda i provodit će se do 2021.godine, a ukupna vrijednost projekta iznosi 912.485,42 kune.

- **Ženski poduzetnički centar:**[31]

Temeljna je nevladina i nepolitična asocijacija i to ne samo Hrvatske, nego i jugoistočne Europe s cijelim nizom sadržaja, projekata i aktivnosti na promicanju poduzetništva žena. Usmjeren je na razmjenu znanja, tehnologija i inovacija u svim svojim radnim oblicima,b te danas broji više od 2.300 članica. Kroz brojne projekte osigurali su povezivanje i unapređenje ženskog poduzetništva Hrvatske, ali se najviše ipak ističe Kongres poduzetnica koji je najveće poslovno okupljanje žena u poduzetništvu. Kongres svake godine nudi stvaranje novih poslovnih prilika, razmjene iskustava, mogućnosti za suradnju i umrežavanje, te podizanje znanja i vještina poduzetnica, ali i svih oni žena koje razmišljaju tek ući u svijet poduzetništva.

- **Women in Adria:**[32]

To je mreža poslovnih žena pokrenuta 2012. godine, a temeljni cilj joj je umrežavanje i razmjena iskustava poduzetnica. Svojim članicama nudi mnoge pogodnosti putem članskog programa, kojim im osigurava vidljivost i rast biznisa, a veliku pažnju pridaje i organizaciji događaja poput konferencija i networking evenata, na kojima se žene imaju priliku međusobno educirati, inspirirati, povezivati i surađivati. Mreža funkcionira kroz web portal koji je ujedno i službeno glasilo udruge Institut za razvoj ženskog poduzetništva i vodstva Adria. Projektom „Future leaders“ je stavljen fokus na mlade poduzetnice koje tek pokušavaju ući u svijet poduzetništva. Želi se povećati njihova vidljivost u poslovnom sektoru,

[31]Ženski poduzetnički centar, raspoloživo na: https://kongres.poduzetnica.hr/o-nama/ [16.08.2019.]
[32] Women in Adria, raspoloživo na: https://www.womeninadria.com/ [16.08.2019.]

promovirati ih kao primjer drugim poduzetnicama kako se ostvariti u poslu te ih osnažiti s ciljem izgradnje baze žena koje će u budućnosti biti spremne za vodeće pozicije.

- **HUP (Hrvatska udruga poslodavaca):**[33]

Baza poslovnih žena inicijativa je HUP-a i pravobraniteljice za ravnopravnost spolova koja okuplja poslovne žene sposobne i kvalificirane u svakom trenutku preuzeti neku od upravljačkih pozicija u kompanijama. Ovom inicijativom pokušava se dokazati kako na hrvatskom tržištu itekako postoji dovoljan broj žena s respektabilnom karijerom i postignućima koja ih čine spremnima za najodgovornije pozicije. Hrvatska Baza poslovnih žena radila se po uzoru na već postojeće slične baze u svijetu poput onih Global Board Ready Women inicijative ili European Network for Women in Leadership.

Međutim, usprkos svim pokrenutim programima i naporima ove, kao i drugih organizacija koje se zalažu za žene poduzetnice, nedovoljni izvori financiranja, popraćeni stereotipima, onemogućavaju poduzetnicama prikladne uvjete za rad.

[33]Hrvatska udruga poslodavaca, raspoloživo na:https://www.hup.hr/baza-poslovnih-zena-1.aspx [20.08.2019.].

4. ANALIZA PODUZETNIČKIH AKTIVNOSTI I FINANCIRANJA ŽENA PODUZETNICA

4.1 Analiza poduzetničkih aktivnosti

Aktivnosti žena u poduzetničkom svijetu Hrvatske će se analizirati i obrazložiti kroz četiri područja:[34]

1. Poduzetnička aktivnost (pokretanje novih poslovnih pothvata)
2. Nezaposlenost, zaposlenost i plaće žena
3. Zastupljenost u upravljačkim tijelima (rodne uloge i profesije)
4. Vlasništvo gospodarskih subjekata

4.1.1 Poduzetnička aktivnost

Postoji tek nekolicina istraživanja koja prate uključenost žena u poduzetništvo Hrvatske, a jedno od njih je GEM[35] istraživanje koji prati poduzetničku aktivnost na individualnoj razini te poduzetničku okolinu.

Poduzetničke aktivnosti između žena i muškaraca u Hrvatskoj zadržavaju se godinama na razini od 1,7 do 2, što znači da ima skoro 2 puta više muškaraca poduzetnika nego žena (prosječna razina EU zemalja).Ta razlika u poduzetničkoj aktivnosti ne proizlazi iz nekompetentnosti poduzetnica, nego je rezultat kombinacije privatnog i poslovnog života spomenutih jer je cjelokupna briga za obitelj, uključujući i starije članove, a i organizacija kućanstva uglavnom na ženi.

GEM pokazatelji uključenosti u poduzetništvo s obzirom na rodnost i dob su promatrani u razdoblju od 2016. do 2018. godine te mjereni TEA[36] indeksom. Spomenuti pokazatelji su prikazani tablicama u nastavku rada:

[34] Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020. god., str.7. Dostupno na: http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf [17.08.2019.].

[35]Hrvatska u GEM istraživanju, raspoloživo na: http://www.gemhrvatska.org/ [17.08.2019.].

[36]Odnos broja ljudi na svakih 100 odraslih stanovnika, koji pokušavaju pokrenuti posao ili su vlasnici u poduzeću ne starijem od tri godine. Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/poduzetnistvo/wp-content/uploads/sites/206/2015/10/Poduzetnistvo_GEM-2015-2016-semin-web.pdf [17.08.2019.].

Tablica 3: Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj po kriteriju rodnosti (TEA indeks)

Godina	TEA muškarci %	TEA žene %
2016.	11, 2	5, 6
2017.	11, 5	6, 4
2018.	12, 1	7, 1

Izvor: Izrada autora prema GEM istraživanju „Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?“, 2018., str. 46

U Tablici 3 se može uočiti kako u zadnjih nekoliko godina broj poduzetnica u Hrvatskoj raste, a o tome svjedoči TEA indeks u 2018.godini koji je iznosio 7, 1. Međutim, unatoč malim pomacima Hrvatske zadnjih godina, još uvijek je nepoduzetnička zemlja što se tiče žena poduzetnica. Postoji konstantan jaz između poduzetničke aktivnosti muškaraca i žena u korist muškaraca. To govori o slabom napretku stereotipnog društva, ali i o potrebi boljeg obrazovanja za poduzetnice, kao i jače promocije i potpore kako bi se potakao „val“ ženskog poduzetništva.Na razini države je potrebno olakšati pristup informacijama ženama poduzetnicama, kao i odgovarajućim izvorima financiranja.

Tablica 4:Poduzetnička aktivnost po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi (TEA indeks)

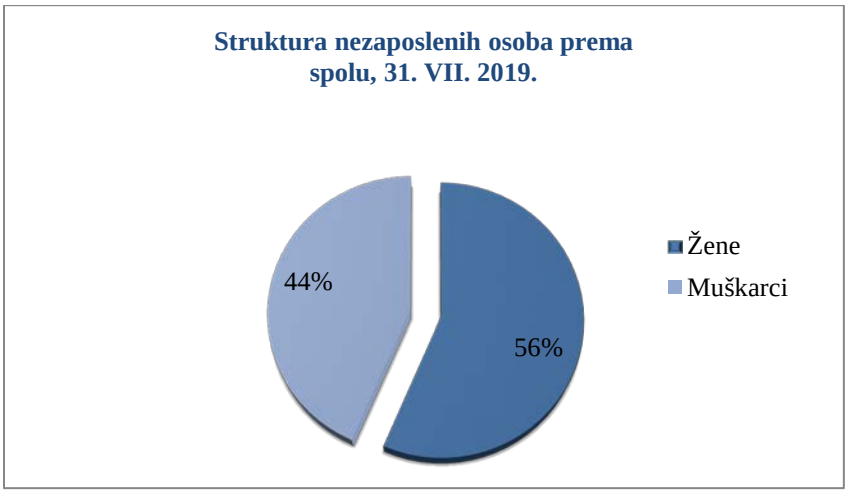
Rodni kriterij	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Muškarci 2016.	11, 7	16, 9	13, 5	9, 5	4, 5
Žene 2016.	5, 4	8, 7	9, 5	3, 6	1, 4
Muškarci 2017.	14, 9	17, 9	12, 9	7, 9	5, 0
Žene 2017.	6, 4	7, 5	10, 0	6, 3	1, 9
Muškarci 2018.	14, 8	23, 0	15, 6	6, 0	2, 1
Žene 2018.	8, 5	14, 7	7, 2	3, 9	2, 5

Izvor: Izrada autora prema GEM istraživanju „Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom?“, 2018.god, str. 48

Iz Tablice 4 se da iščitati kako su poduzetnički najaktivniji muškarci u dobnoj skupini 25-34, a žene u dobnoj skupini 35-44 godine. Iznimka je bila 2018. godina, kada je najviše poduzetnički aktivnih žena bilo u dobnoj skupini 25-34 god. Najveća razlika u poduzetničkoj aktivnosti po kriteriju rodnosti je u dobi 25-34, što se opet veže uz majčinstvo i brigu o domaćinstvu. Žene imaju potrebna stručna znanja i vještine nužne za pokretanje poslova, ali za razliku od muških poduzetnika, nemaju ravnopravan pristup financiranju, informacijama, podršci itd. Na razini države je potrebno pojačati mjere kojima se izlazi u susret poduzetnicama (npr. jaslice, vrtići) kako bi uskladile obiteljski i poslovni život.

4.1.2 Nezaposlenost, zaposlenost i plaće žena

Registrirana nezaposlenost u Hrvatskoj, u srpnju 2019. godine ukupno je iznosila 114.398, a od toga je 64.676 bilo žena.[37] Prema Hrvatskom zavodu za zapošljavanje, u 2019. godini se ističe Splitsko-dalmatinska županija gdje je registrirano17.720 ili 15,5 % od ukupnoga broja u Hrvatskoj, točnije nezaposlenih muškaraca je bilo 7.492, a žena 10.228 (Grafikon 2).



Grafikon 2: Nezaposlenost u Hrvatskoj u srpnju 2019. Godine

Izvor: Prikaz autora prema izvješću Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, str. 2.

Razliku u plaćama između spolova uzrokuje nekoliko složenih čimbenika:[38]

- Diskriminacija
- Profesionalna i vertikalna segregacija
- Niska zastupljenost žena na rukovodećim položajima
- Tradicije i stereotipi
- Nejednaka podjela obiteljskih obveza između muškaraca i žena.

Kada su u pitanju mjerenja položaja žena u poslovnome svijetu, među ostalim, izražavaju se kroz visinu plaće. Razlika u plaći između spolova jedna je od najtvrdokornijih prepreka ravnopravnosti na tržištu rada, u društvu i prepreka k gospodarskom rastu. Smatra se da veća transparentnost plaća može pridonijeti smanjenju razlika u plaći između spolova.

[37] Registrirana nezaposlenost u srpnju 2019.godine. Dostupno na: http://www.hzz.hr/content/stats/0719/Mjesecna_statistika_07_2019.pdf [19.08.2019.]

[38] Izvješće komisije europskom parlamentu, vijeću i europskom gospodarskom i socijalnom odboru. Dostupno na: https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2017/HR/COM-2017-671-F1-HR-MAIN-PART-1.PDF [18.08.2019.]

Transparentnost plaća ima važnu ulogu u borbi protiv moguće diskriminacije jer potiče rodno neutralne plaće. Rodna razlika dolazi do posebnog izražaja u analizama plaća za istu poziciju jer se takva usporedba temelji na identičnom radnom opterećenju. Različita su istraživanja stigla do različitih brojki, primjerice, Ured Predsjednice Republike Hrvatske Kolinde Grabar Kitarović ističe da je prosječna razlika u plaćama Hrvatica i Hrvata oko 12 %. Porazna činjenica je i razlika u ukupnim zaradama između muškaraca i žena koja iznosi gotovo 40 %. Te su razlike većim dijelom rezultat činjenice da su najbolje plaćene pozicije uglavnom „rezervirane" za muškarce. Najveća je razlika upravo na menadžerskim pozicijama na kojima žene zarađuju i do 17 % manje u odnosu na muške kolege.[39]

Neophodno je donijeti mjere kojima će se smanjiti rodni jaz u plaćama jer jednako postupanje prema ženama i muškarcima pridonosi povećanju produktivnosti, a samim time i konkurentnosti od koje profitira cijelo gospodarstvo.

4.1.3 Zastupljenost žena na upravljačkim pozicijama

Deloitte Hrvatska naglašava kako je država zatvorila samo 43% jaza između broja muškaraca i žena na upravljačkim pozicijama. Podaci ukazuju da na rukovodećim pozicijama postoji puno žena s potencijalom za upravljačke pozicije, iako su one još uvijek podzastupljene.

Razlozi podzastupljenosti žena na upravljačkim pozicijama temelje se na sljedećim pokazateljima:[40]

- Podzastupljenost žena na upravljačkoj razini podudara se s njihovom podzastupljenošću u broju sudionica/ka na tržištu rada.
- Iako je udio visoko obrazovanih žena na tržištu rada i u trgovačkim društvima veći od udjela muškaraca, u upravljačkim tijelima je situacija obrnuta.
- Podijeljenost poslova na rukovodećoj razini prema tradicionalnim rodnim ulogama podudara se s horizontalnom segregacijom područja djelatnosti na tržištu rada.

[39] Istraživanja provedena i prenešena od strane Deloitte Hrvatska. Dostupno na: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_Zene_u_poslovnom_svijetu_2019.pdf [18.08.2019.]

[40] Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj, 2014- 2020. Dostupno na: http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf [21.08.2019.].

- Žene kasnije ulaze na upravljačke funkcije i ranije s njih odlaze što se podudara s kasnijim ulaskom žena na tržište rada i njihovim ranijim izlaskom s njega.

Ključni faktor rasta predstavlja tzv. „strategija rastuće plime“, koja govori kako se sve više povećava broj visokoobrazovanih žena u radnoj snazi. Upravo visoko obrazovanje kod žena smanjuje dugogodišnju poziciju muškaraca u poduzetništvu s obzirom da stereotipi naglašavaju da takve pozicije trebaju zauzimati muškarci poduzetnici.

Tablica 5: Usporedni opis članova upravnog tijela

ČLANICA UPRAVNOG TIJELA	ČLAN UPRAVNOG TIJELA
Ima završen fakultet	Ima završen fakultet
Ekonomistica	Ekonomist
Ima između 40 - 44 godine	Ima između 40-44 godine
Članica je upravnog tijela d.o.o.	Jednako su mu dostupna d.o.o. i d.d.
Članica je višečlanog upravnog tijela	Jednako su mu dostupna jednočlana i višečlana upravna tijela
Ali:	
ČLANICA UPRAVNOG TIJELA	**ČLAN UPRAVNOG TIJELA**
Sudjelovanje u upravnom tijelu joj postaje dostupno između 30 - 34 godine života	Sudjelovanje u upravnom tijelu mu postaje dostupno između 25-29 godine života
Vrlo je vjerojatno da u upravljanju društvom neće sudjelovati nakon 55. godine života	Sudjeluje u upravljanju društvom između 60-64 pa čak i sa 65+ godina života
Manja je vjerojatnost da će imati neki od oblika najvišeg obrazovanja (magisterij/doktorat)	Osjetna je vjerojatnost da će imati neki od oblika najvišeg obrazovanja (magisterij/doktorat
Nije vjerojatno da bi mogla biti članica u upravnom tijelu ako ima samo srednju školu	Može sudjelovati u upravnom tijelu i ako ima samo srednju, pa i osnovnu školu

Izvor: Prikaz autora prema Deloitte Hrvatska, 2019., str.16

Posljednje kvalitativno istraživanje Pravobraniteljice za ravnopravnost spolova o percepciji poslodavaca o koristima rodno uravnoteženoga ekonomskog odlučivanja, pokazalo je da čak 98,25 % svih sudionika prepoznaje postojanje rodne neuravnoteženosti na upravljačkim pozicijama. Podijeljenost spolova na rukovodećoj razini još se uvijek podudara s tradicionalnom podjelom rodnih uloga.

Utvrđenu podzastupljenost žena nije moguće u potpunosti objasniti strukturalnim preprekama jednakosti spolova (kao što je npr. činjenica da se ženama zbog tradicionalne raspodjele uloga unutar obitelji teže odlučiti za vremenski zahtjevnih poslova i dužnosti) za koje poslovni subjekti u načelu pravno ne odgovaraju. Utvrđena razina podzastupljenosti žena na rukovodećim i upravljačkim pozicijama čvrsto ukazuje na prisutnost izravne spolne

diskriminacije žena (nepovoljno postupanje prema ženi jer je žena) u pogledu zapošljavanja na ovim radnim mjestima.[41]

4.1.4 Vlasništvo gospodarskih subjekata

Vlasništvo gospodarskih subjekata u Republici Hrvatskoj, u velikome dijelu pripada muškome dijelu stanovništva. Stanje se mijenja sporo unatoč brojnim poticajima razvoju ženskog poduzetništva, kao i nastojanjima da se žene u većoj mjeri uključe u područje biznisa. Gospodarstvu države je potrebno što kvalitetnijih, stručnih i obrazovanih poduzetnika, bez obzira na spol. Žene u poduzetništvu u Hrvatskoj jesu izuzetno potencijalna kategorija, ali još uvijek nedovoljno zastupljena kategorija poduzetnika koja se statistički može pratiti kroz aktivnosti trgovačkih društava i obrta u kojima jedna ili više žena posjeduje najmanje 51% udjela u vlasništvu.[42]

Tablica 6:Udio žena poduzetnica u Hrvatskoj

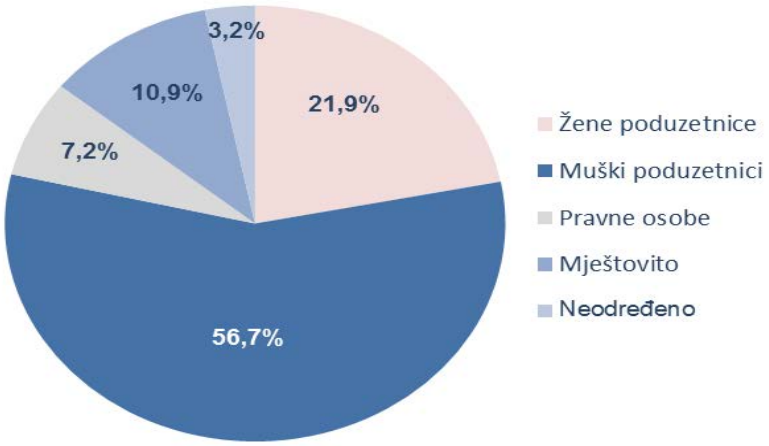
Godina	Udio žena poduzetnica (%)
2014.	20,4
2015.	18, 3
2016.	21, 8
2017.	21, 9

Izvor: Izrada autora prema FINA, 2018.

Promatramo li vlasničku strukturu poduzetništva Hrvatske prema rodnom kriteriju, u razdoblju od 2014. do 2017. godine, podaci pokazuju kako udio žena poduzetnica tj. vlasnica trgovačkih društava, lagano rastaodo 20, 4% do 2014. godine, u 2015. je zabilježen pad u odnosu na 2014. godinu, dok je u 2016. i 2017. godini ponovno zabilježen rast u odnosu na prethodno razdoblje. Udio žena poduzetnica kreće se do 20,4 % u 2014. godini, 2015. godini udio je 18,3 %, u 2016. godini 21,8 %, dok je u 2017. godini udio najveći i iznosi 21,9 %.

[41] Istraživanje o zastupljenosti žena i muškaraca na rukovodećim i upravljačkim pozicijama u poslovnim subjektima u RH, str.13. Dostupno na: https://www.prs.hr/attachments/article/178/Istra%C5%BEivanje%20o%20zastupljenosti%20%C5%BEena%20i%20mu%C5%A1karaca%20na%20rukovode%C4%87im%20pozicijama%20u%20poslovnim%20subjektima%20RH.pdf [19.08.2019.].

[42] Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj (2018), str. 27. Dostupno na: http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-report-2018-HR.pdf[5.9.2019.].



Slika 1: Vlasnička struktura poduzetništva u RH prema rodnom kriteriju
Izvor: Financijska agencija – Registar godišnjih financijskih izvještaja, 2018.

Slika 1 predstavlja analizu poduzetnica i poduzetnika u 2017. godini u Hrvatskoj i prikazuje kako je 24.572 društva ili 21,9 % bilo u vlasništvu žena (s tim da su u još 12.239 društva žene suvlasnice s muškarcima ili pravim osobama). Od 112.084 društva u 56,7 % vlasnici su muškarci, dok su pravne osobe bile su u vlasništvu 7,2 % društava, a na mješovito vlasništvo se odnosilo 10,9 % društva. Preostalih 3,2 % ili 3.622 društava su ona koje temeljem raspoloživih izvora nije bilo moguće svrstati prema rodnom kriteriju te su označeni kao neodređeni.

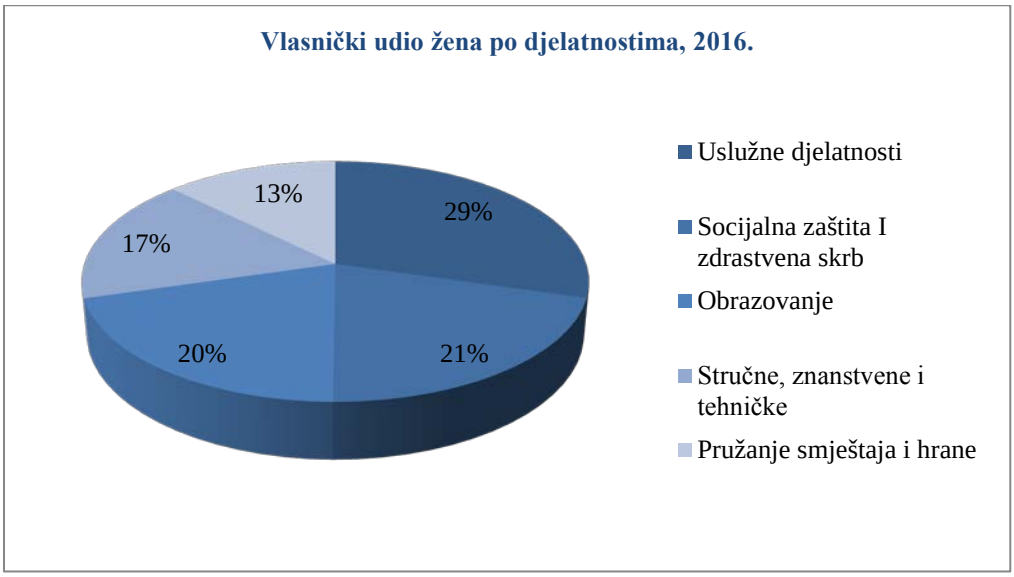
Analiza prikupljenih podataka brojkama ukazuje na činjenicu da unatoč brojnim poticajima razvoja ženskog poduzetništva, to područje još uvijek uvelike pripada muškoj populaciji. Kao što je već spomenuto u radu, žensko poduzetništvo je dosta opterećeno raznim preprekama na koje nailazi te mu je potrebnije više podrške da bi se razvilo. U Republici Hrvatskoj je manje od trećine poduzeća u vlasništvu žena, a njihov broj u upravama poduzećima još je manji.[43]

Sektori djelatnosti u kojima žene pokreću svoje poduzetničke pothvate, uglavnom se temelje na[44]:

- uslužnim djelatnostima (47,5%)
- djelatnostima socijalne zaštite i zdravstvene skrbi (33,3%)
- djelatnostima vezanih uz obrazovanje (32,8%)

[43] Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj (2018). Dostupno na: http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-report-2018-HR.pdf [5.9.2019].
[44] CEPOR, 2016. Dostupno na: http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf[20.08.2019.].

- stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima (27,2%)
- djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (20,4%)



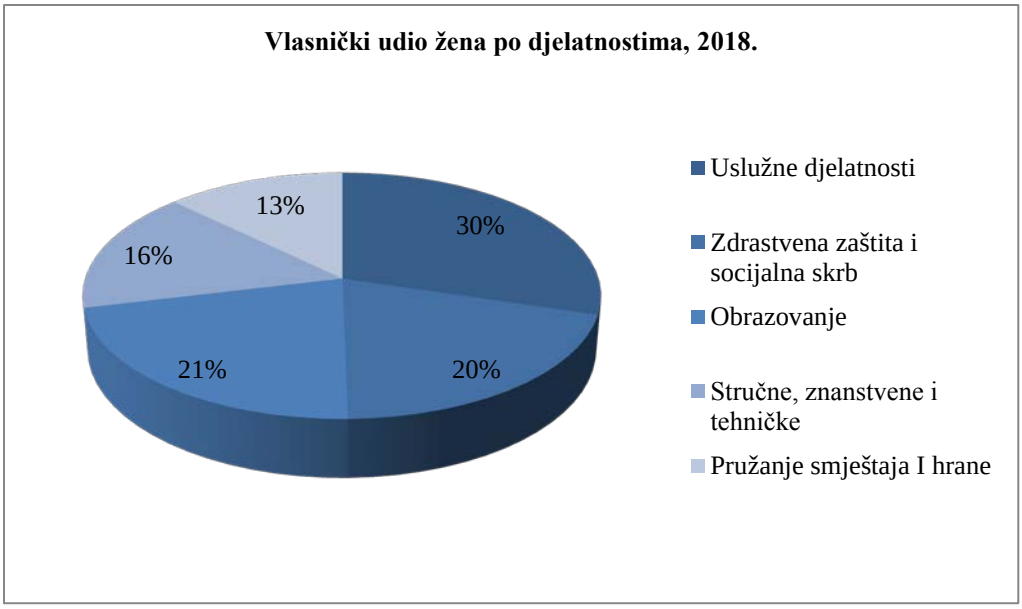
Grafikon 3: Vlasnički udio žena po djelatnostima, 2016.

Izvor: Prikaz autora prema CEPOR, 2016.

Prema vlasničkome udjelu, promatrano po djelatnostima žene poduzetnice prevladavaju u području djelatnosti:[45]

- uslužne djelatnosti (56,8 %)
- područje djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi (38,4 %)
- djelatnosti vezane uz obrazovanje (41,2 %)
- područje stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti (30,7 %)
- područje djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (24,4 %)

[45]FINA izvješća (2018), raspoloživo na: https://www.fina.hr/ [20.08.2019.].



Grafikon 4: Vlasnički udio žena po djelatnostima, 2018.

Izvor: Izrada autora prema FINA, 2018.

Iz svega navedenoga može se zaključiti da je još uvijek veći udio žena u vlasništvu u uslužnim djelatnostima, npr. 2018. godine žene su bile zastupljene s 56,8 %, a muški vlasnici sa 33,1 %. Utim djelatnostima je manja razlika u vlasničkoj strukturi između žena i muškaraca vlasnika, dok je u ostalim djelatnostima koje su pretežito proizvodnoga karaktera udio žena i muškaraca u vlasništvu društava daleko veći na strani muškaraca kao vlasnika. Bitno je naglasiti da se u pet navedenih sektora vidi napredak u ženskom poduzetništvu, moguće zato što je ulaskom u Europsku Uniju, Hrvatska počela poticati razvoj ženskog poduzetništva te situacija i je bolja nego prije desetak godina, no svakako ima mjesta za daljnji napredak. Prema istraživanju Global Entrepreneurship Monitora, žene u Hrvatskoj u poduzetništvo najčešće ulaze u dobi između 35 i 44 godine, uglavnom iz nužnosti, ali zanimljiv je podatak da od stotinu nezaposlenih osoba 15 žena pokrene vlastiti posao, dok istovremeno to učini tek 5 muškaraca.

4.2 Analiza financiranja žena poduzetnica

U Republici Hrvatskoj, država potiče razvoj ženskog poduzetništva putem bespovratnih potpora, subvencioniranja kamata, sufinanciranja umrežavanja žena poduzetnica (razne

manifestacije, konferencije i slična događanja) te koordinacijom aktivnosti na promicanju poduzetništva žena na nacionalnoj i regionalnoj razini.[46]

Prema podacima iz 2017.god., potpore poduzetništvu variraju te se u prosjeku smanjuju. Najviše je potpora dodijeljeno 2011.god. i to čak 5.537 potpora od čega je ženama dodijeljeno čak 46%., zatim se udio u potporama smanjuje 2015.god. na skromnih 31,1%. Iznos potpora je s oko 200 milijuna kuna smanjen na svega oko 56,6 milijuna u 2015. Udio potpora ženama u iznosu potpora je padao (najznačajnija je korekcija u 2013.godini), 2015. udio potpora ženama je 28,2% u visini odobrenih potpora. Uočeni udjeli ženama u broju odobrenih potpora i udjeli u vrijednosti ukupnih potpora prikazani u Tablici 7, pokazatelj su niže vrijednosti koje se odobravaju ženama.

Tablica 7: Dodijeljene potpore ženama poduzetnicama 2011.-2015.god.

	Uk.br. dodijeljenih potpora	Broj dodijeljenih potpora ženama poduzetnicama	Udio žena %	Ukupni dodijeljeni iznos potpora (kn)	Dodijeljeni iznos ženama poduzetnicama (kn)	Udio žena %
2011.	5.537	2.549	46,0	199.723.565,72	42.992.785,22	21,5
2012.	2.437	851	34,9	165.510.589,97	40.818.913,71	24,6
2013.	1.765	694	39,3	136.595.800,06	22.517.730,87	16,5
2014.	1.471	509	33,2	92.703.357,93	19.721.743,00	21,3
2015.	2.470	769	31,2	56.619.706,44	15.955.115,13	28,2
UKUPNO:	**13.680**	**5.372**	**39,3**	**651.153.020,12**	**142.006.287,93**	**21,8**

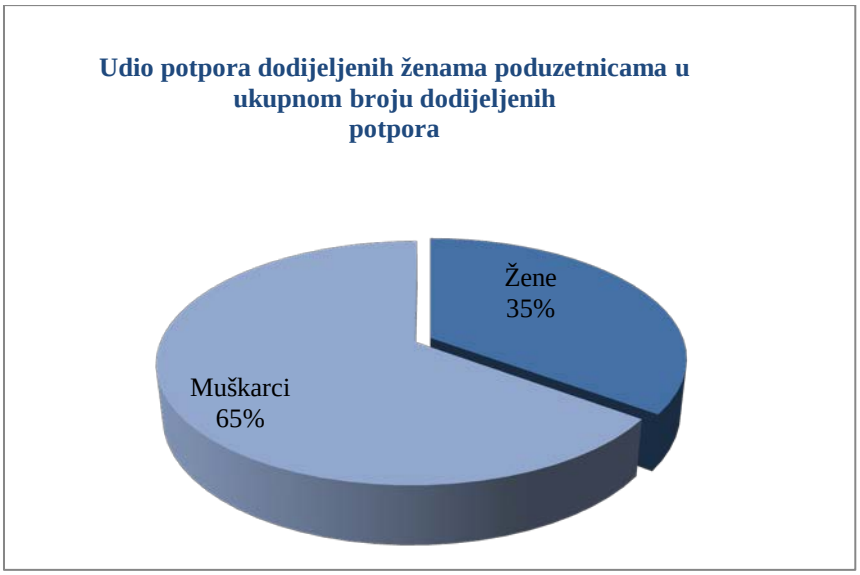
Izvor: Izrada autora prema CEPOR, 2016.

Vlada Republike Hrvatske je u 2014. godini usvojila nacionalnu Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.iz koje su se realizirali mnogi projekti financiranja žena poduzetnica. Jedan od značajnih programa kojima se realizirala Strategija bio je program resornog ministarstva Poduzetnički impuls[47], koji se provodio do 2016. godine.Od ukupno 4.840 zaprimljenih prijava u okviru Poduzetničkog impulsa za 2014. godinu, 1.062 predale su žene, što iznosi 21,19% od ukupnog broja zaprimljenih prijava. Od ukupnog broja dodijeljenih potpora, njih 509 dodijeljeno je ženama poduzetnicama, što čini 33,20% od ukupno dodijeljenih potpora. Udio odobrenih potpora u ukupnom broju prijavljenih projekata čiji su nositelji žene poduzetnice iznosi 47%. Gotovo svakoj drugoj ženi poduzetnici koja je predala prijavu na Poduzetnički impuls 2014. godine odobrena je dodjela

[46]Lončar, Z. (2015): Poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj, Ministarstvo poduzetništva i obrta

[47] Poduzetnički impuls, 2015. Dostupno na: file:///C:/Users/PC/Downloads/PODUZETNI%C4%8CKI%20IMPULS%20-%202015%20(1).pdf [20.08.2019.].

bespovratne potpore. Ukupan iznos bespovratnih potpora dodijeljen ženama poduzetnicama je 19.721.743,00 kuna što predstavlja značajniju podršku ženskom poduzetništvu.



Grafikon 5:Udio potpora dodijeljenih ženama poduzetnicama

Izvor: Prikaz autora premaPoduzetničkom impulsu, 2015., str. 36

U cilju poticanja razvoja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, te samoj provedbi se istaknuo program kreditiranja po nazivu „Žene poduzetnice“, od strane Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR). Kroz taj je program od 2011. do 2015. odobreno ukupno 373 kredita ženama za financiranje poslovnih pothvata u vrijednosti gotovo 170 milijuna kuna. Smanjenje broja kredita započinje nakon 2013.godine.

U 2017. godini odobreno je 49 kredita za poduzetnice u ukupnom iznosu od 24,5 milijuna kuna, što je za 34% manje od ukupno odobrenih kredita za poduzetnice u 2016. godini. U 2017. godini na realizaciju ovog Programa alociran je najmanji iznos sredstava u posljednjih pet godina što se i vidi u tablici 8.

Tablica 8: Odobrenja po Programu kreditiranja ženskog poduzetništva HBOR-a

Godina	Broj odobrenih kredita	Ukupni iznos (kn)	Prosječni iznos odobre-nog kredita (kn)
2013.	105	50.348.419	479.508,75
2014.	81	33.350.273	411.731,76
2015.	69	29.481.854	427.273,25
2016.	80	37.155.296	464.441,20
2017.	49	24.472.463	499.438,02

Izvor: Prikaz autora prema Hrvatskoj banci za obnovu i razvitak, 2018 god.

Nadalje, realizirani su ovi projekti poticanja žena poduzetnica:

- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije - HAMAG BICRO[48] je također, tijekom 2017. godine iz ESI – Europskih strukturnih investicijskih fondova poticala žensko poduzetništvo. Sufinancirani su projekti 384 poduzeća u većinskom vlasništvu žena. Najveći broj odnosi se na poziv E – impuls (217 projekata). U prosjeku je oko 25% poduzeća sufinanciranih iz ESI fondova u vlasništvu žena.
- Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR)[49] je u 2018.godini pokrenuo program „Odvažna“ kada je prepoznao specifične potrebe poduzetnica i nagradio ženske projekte putem stručne i financijske potpore. Od 120 prijava, odabrano je pet ženskih poduzetničkih projekata koji su dobili financijsku potporu (četiri u obliku donacije u iznosu od 250.000 kn te jedan u obliku dobavljačkog ugovora) te stručnu potporu u obliku mentorske i edukativne podrške.
- Europska banka za obnovu i razvoj projektom „Small Business Support Team“ [50]doprinosi povoljnijim prilikama za poduzetnice u Hrvatskoj još od 2011. godine. Program je namijenjen poduzećima koja su u većinskom privatnom i hrvatskom vlasništvu te kojima je uz ostale uvjete o veličini i standarde EU na najvišoj razini upravljačke strukture žena. Potpora i doprinos programa je u vidu financijskih i nefinancijskih aspekata.

4.3 SWOT analizaženskog poduzetništva u Hrvatskoj

Tablica 9: Analiza cjelokupnog ženskog poduzetništva

SNAGE:	SLABOSTI:
Obrazovanost žena	Teško usklađivanje privatnog i poslovnog
Pojačani interes za poduzetništvo	Relativno niska prosječna razina obrazovanja
Trend rasta broja žena poduzetnica	Nedovoljna poduzetnička znanja i vještine
Smanjenje jaza poduzetničke aktivnosti između muškaraca i žena	Nedostatak samopouzdanja
	Nedovoljna upornost u potrazi za potporama
Natprosječno učešće žena poduzetnica u ukupnom broju radno aktivnih žena u odnosu na druge zemlje EU	Neadekvatno umrežavanje s drugim poduzetnicama
Aktivno poticanje razvoja poduzetničkog ozračja	
PRILIKE:	PRIJETNJE:
Potpore ženama poduzetnicama	Postojeći tradicionalni pogledi na ulogu žena
Usmjerenost EU na poduzetnice	Nemogućnost prihvaćanja žena kao ravnopravnih subjekata u poduzetništvu
Jačanje udruga vezanih uz žensko poduzetništvo	
Jačanje uloge mentora	Stereotipi o ženama
Bolja suradnja među nositeljima provedbe javnih	Otežan pristup financijskim sredstvima

[48] Projekti hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije. Dostupno na: https://hamagbicro.hr/[5.9.2019.].
[49]Projekti hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj. Dostupno na: https://www.hrpsor.hr/[5.9.2019.].
[50]Projekti EBRD banke. Dostupno na:https://www.ebrd.com/small-business-support.html [5.9.2019.].

programa u razvoju ž. poduzet. Potpora javnog i privatnog sektora Potpora medija	Nedovoljna aktivnost poduzetničkih mreža Visoki porezi Nedostatak potpore od strane poslovnog sektora, institucija, izvršne vlasti i medija

Izvor: Prikaz autora prema GoranZirdum, Vesna Cvitanović: Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj (2017.), str.205

Tablica 9 daje uvid u snage, slabosti, prilike i prijetnje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj jer usprkos činjenici da spomenuto poduzetništvo ima značajan potencijal, potrebno je analizirati sve aspekte s kojima se poduzetnice susreću kako bi se moglo bolje ulagati u njih. Poduzetništvo osnažuje žene i dovodi do pozitivnih promjena u gospodarstvu i društvu. Žensko poduzetništvo ima moć promijeniti gospodarstvo budući da stvara nova radna mjesta te pridonosi smanjenju jaza poduzetničke aktivnosti između žena i muškaraca. Osim toga, utječe na društvo tako što ulaže trud da bi se ukinuli stereotipii tradicionalna patrijarhalna obiteljska struktura. Ženske udruge za potporu osnažuju poduzetnice na mnogim poljima; organiziraju razne javne programe, pokušavaju osigurati potporu medija itd. Najveći problemi ženama u poduzetništvu ili onih koje se žele okušati u poduzetničkim vodama vezani su uz nedostupnost informacija, novčanih sredstava te što od strane poslovnog sektora, institucija, izvršne vlasti ne primaju potrebnu potporu. EU stoga posljednjih godina pruža prilike tako što donosi mjere kojima nastoji ispraviti socijalnu nepravdu, tj. potaknuti žensko poduzetništvo i veću zastupljenost i jednakost žena na polju poduzetništva. Posljednjih petnaestak godina RH je čak i počela intenzivnije poticati žensko poduzetništvo, međutim, temeljem SWOT analize ključne preporuke su sljedeće: olakšati pristup izvorima financiranja (npr. kreditiranje), pružiti priliku za usklađivanje privatnog i poslovnog života (npr. bolja organizacija čuvanja djece) i pružanje potrebnog obrazovanja i potpore, sve ovo će pomoći ostvariti poduzetnicama njihov cilj te automatski pozitivno utjecati na dugoročne ciljeve Hrvatske do 2030.godine - kvalitetno obrazovanje kao temelj svega i dostojanstven rad i gospodarski rast.[51]

[51] Globalni ciljevi održivog razvoja najvažniji za Hrvatsku do 2030.godine, str.17. Dostupno na: http://odraz.hr/media/291518/globalni%20ciljevi%20odrzivog%20razvoja%20do%202030_web.pdf [17.08.2019.].

ZAKLJUČAK:

Temeljem istraživanja teme „Financiranje žena poduzetnica u Republici Hrvatskoj“ dolazi se do spoznaje kako je žensko poduzetništvo još uvijek neiskorišteni gospodarski potencijal države. Veliku prepreku predstavlja nerazumijevanje društvene okoline te kulturne odlike koje poduzetništvo odobravaju samo muškarcima, a žene etiketiraju isključivo kao majke. Uz to, žene poduzetnice se susreću s mnogim izazovima vezanih uz novčana sredstva, dostupnost informacija i obrazovanja. Osim toga, manje su prisutne na tržištu rada te slabije plaćene u jednakim poslovima od muških kolega i puno su manje zastupljene na upravljačkim pozicijama.

EU stoga posljednjih godina donosi mjere kojima nastoji ispraviti socijalnu nepravdu u Hrvatskoj, u ovom slučaju potaknuti žensko poduzetništvo i veću zastupljenost i jednakost žena na tržištu rada. Kako bi se riješili navedeni problemi i potaknulo žensko poduzetništvo, donijeta je Strategija razvoja poduzetništva žena u RH za razdoblje od 2014-2020., koja uključuje načine kojima bi se povećala uključenost žena u poduzetničkim aktivnostima, njihovo obrazovanje, financijska potpora i dr. Tako i Hrvatska politika potiče žene poduzetnice putem raznih poticaja koje im nudi, od financijskih sredstava, do edukacija, seminara i usavršavanja kroz razne treninge i mentorstva. Ističu se udruge žena poduzetnica koje su povezane sa svjetskim organizacijama kako bi pomogle ženama koje su već sad u poduzetništvu, ali i da motiviraju buduće poduzetnice u ostvarivanju ciljeva.

Veći broj žena u Hrvatskoj bi se trebao ohrabriti i „ući u poduzetničke vode“ ne samo zbog izjednačavanja s muškarcima na tržištu rada, već zbog svojih pozitivnih karakteristika u vodstvu kojima pridonose poduzetništvu. Naime, radna mjesta koja otvaraju žene su sigurnija, poduzetnice bolje postupaju prema svojim zaposlenicima, više ulažu u njihovo obrazovanje, spremnije su na timski rad i opreznije prilikom posuđivanja financijskih sredstava. Ravnotežu u poslovnom i privatnom životu postižu mišlju da je odgoj djece nalik vođenju kompanije. Zbog toga su kao majke razvile potrebne vještine za vođenje kompanije - misle praktično, prioritiziraju prave stvari, uspješno dodjeljuju uloge, maksimalno iskorištavaju raspoloživo vrijeme i odlično znaju motivirati cijeli tim. Dakle, u ženskom poduzetništvu nema podjele između života i posla, ima samo obiteljski život i posao odjednom.

Uspješne realizacije projekata za poticanje žena poduzetnica, dovele su do toga da prema internacionalnom poslovnom izvješću (IBR) za ovu godinu, 87% kompanija u svome

poslovanju ima barem jednu ženu u višem menadžmentu. Još 2017. godine, taj postotak bio je manji od 70%, a tek prošle godine dogodio se prvi pomak iznad 70%. Dakle, žene u poduzetništvu sve su učestalija pojava koja značajno utječe na stavove društva o dominaciji muškaraca u poduzetničkom svijetu.

LITERATURA:

1. Bahtijarević – Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vokić, N. (2008): Suvremeni menadžment – vještine, sustavi i izazovi, Školska knjiga d.d., Zagreb
2. Brusić et al. (2009): Poduzetništvo 1, Grupa Vern, Zagreb
3. CEPOR (2016): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, [Internet], rapoloživo na: http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/Cepor-izvjesce-2016-HR-web.pdf [20.08.2019.].
4. CESI: Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, [Internet], raspoloživo na: http://www.cesi.hr/hr/arhiva-projekata/ [16.08.2019.].
5. Delić, A., Oberman Peterka, S. i Perić, J.(2010): Želim postati poduzetnik, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek
6. Deloitte Hrvatska (2019): Žene u poslovnom svijetu [Internet], raspoloživo na: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/aboutdeloitte/hr_Zene_u_poslovnom_svijetu_2019.pdf [15.08.2019.].
7. Državni zavod za statistiku (2019): Žene i muškarci u RH, [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/PC/Desktop/men_and_women_2019.pdf [14.08.2019.].
8. EBRD: Program za žene poduzetnice, [Internet], raspoloživo na: http://www.ebrdwomeninbusiness.com/?s=about [16.08.2019.].
9. FCEM: Svjetsko udruženje poduzetnica, [Internet], raspoloživo na: https://fcem.org/fr/ [16.08.2019.].
10. FINA (2018): Izvješća o ženama poduzetnicama [Internet], raspoloživo na: https://www.fina.hr/ [20.08.2019.].
11. Funda, D. (2011): Menadžment malog poduzeća,Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti, Zaprešić
12. Global Entrepreneurship Monitor: Izvješća o ženama poduzetnicama u Hrvatskoj, [Internet], raspoloživo na: http://www.gemhrvatska.org/ [17.08.2019.].
13. HBOR: Program za žene poduzetnice, [Internet], raspoloživo na: https://www.hbor.hr/kreditni_program/poduzetnistvo-mladih-zena-i-pocetnika/ [16.08.2019.].
14. Heim, P., Golant, S. K. (1993): Hardball for Women: Winning at the Game of Business, A Plume Book, New York

15. Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2002): Entrepreneurship, Irwin McGraw- Hill, Sydney

16. Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2008): Poduzetništvo, Mate d.o.o., Zagreb

17. Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2011): Poduzetništvo 7.izdanje, Mate d.o.o, Zagreb

18. Hrvatska udruga poslodavaca: Baza poslovnih žena, [Internet], raspoloživo na: https://www.hup.hr/baza-poslovnih-zena-1.aspx, [16.08.2019.].

19. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2019): Mjesečna statistika, [Internet], raspoloživo na: http://www.hzz.hr/content/stats/0719/Mjesecna_statistika_07_2019.pdf [19.08.2019.].

20. Ivanković, D. et al. (2016): Žensko poduzetništvo i poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj, Veleučilište Lavoslav Ružička, Vukovar

21. Jelavić, A., Ravlić P. (1995): Ekonomika poduzeća, Efst, Split

22. KRUG: Udruga poslovnih žena, [Internet], raspoloživo na: http://www.krug.com.hr/default.aspx?id=7 [15.08.2019.].

23. Lončar, Z. (2015): Poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj, Ministarstvo poduzetništva i obrta, [PowerPoint prezentacija], preuzeto s: http:// www.femcities.at/data/files2/Conference%202015/FC_2015_Keynote2_ ZdenkaLoncar_Croatia.pdf [13.08.2019]

24. Ministarstvo poduzetništva i obrta (2014): Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020, Internet, raspoloživo na: http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf [15.08.2019.].

25. Ministarstvo poduzetništva i obrta (2015): Poduzetnički impuls, [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/PC/Downloads/PODUZETNI%C4%8CKI%20IMPULS%20-%202015%20(1).pdf [20.08.2019.].

26. Miošić Lisjak, N., Ćurlin, I. (2002): Žene i poduzetništvo, The STAR Network of World Learning, Zagreb

27. Narodne novine (2017): Zakon o državnim potporama, Narodne novine, Zagreb, broj 47/14, 69/17

28. Nedović, M. el al. (2015): Stakleni strop, [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/144515 [16.08.2019.].

29. Odraz – Održivi razvoj zajednice (2015): Globalni ciljevi održivog razvoja najvažniji za Hrvatsku do 2030.godine, [Internet], raspoloživo na: http://odraz.hr/media/291518/globalni%20ciljevi%20odrzivog%20razvoja%20do%202030_web.pdf [17.08.2019.].

30. Poduzetnica: Ženski poduzetnički centar, [Internet], raspoloživo na: https://kongres.poduzetnica.hr/o-nama/ [16.08.2019.]

31. Rosener, J. B. (1990): Ways Women Lead, Harvard Business Review, Boston, str. 119-125.

32. Stilin, A. (2016): Praktični menadžment,Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica

33. Škrtić, M. (2006.): Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo, Zagreb

34. Turk, M. (1999): Poduzetništvo za 21. stoljeće - priručnik za učitelje/trenere, savjetnike i promotore poduzetništva, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, Zagreb

35. Zirdum G., Cvitanović V. (2017): Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

36. Women in Adria, [Internet], raspoloživo na: https://www.womeninadria.com/ [16.08.2019.].

POPIS SLIKA

Slika 1: Vlasnička struktura poduzetništva u RH prema rodnom kriteriju

POPIS TABLICA

Tablica 1: Prepreke i rješenja u izjednačavanju žena i muškaraca u poduzetničkom djelovanju

Tablica 2: Usporedba poduzetnica i poduzetnika

Tablica 3: Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj po kriteriju rodnosti (TEA indeks)

Tablica 4: Poduzetnička aktivnost po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi (TEA indeks)

Tablica 5: Usporedni opis članova upravnog tijela

Tablica 6: Udio žena poduzetnica u Hrvatskoj

Tablica 7: Dodijeljene potpore ženama poduzetnicama 2011.-2015. god.

Tablica 8: Odobrenja po Programu kreditiranja ženskog poduzetništva HBOR-a

Tablica 9: Analiza cjelokupnog ženskog poduzetništva

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1:5M ženskog poduzetništva

Grafikon 2: Nezaposlenost u Hrvatskoj u srpnju 2019.

Grafikon 3: Vlasnički udio žena po djelatnostima, 2016.

Grafikon 4: Vlasnički udio žena po djelatnostima, 2018.

Grafikon 5: Udio potpora dodijeljenih ženama poduzetnicama

SAŽETAK

Poduzetništvo je i proučavanje stvaranja novih poduzeća, kao i stvarni postupak započinjanja novog posla. Glavni razlozi za ulazak u poduzetništvo su kontrola – biti vlastiti šef, ambicija – započeti nešto ispočetka i financije – prilika za zaraditi više novca.

Žene imaju tendenciju pokretanja poslova u prosjeku desetak godina kasnije od muškaraca. Ženama poduzetnicama je potrebna fleksibilnost na radnom mjesto te zato poduzetništvo može biti idealan način za uspostavljanje ravnoteže između konkurentskih zahtjeva karijere i obitelji. Međutim, u Hrvatskoj suočavaju se s većim poteškoćama u pristupu izvorima financiranja (npr. kreditu) nego njihove muške kolege, kao i vječitim stereotipima da moraju biti isključivo majke i domaćice. Pomažu im ženske mreže za poduzetničko osposobljavanje koje ih povezuju s mentorima i svim potrebnim informacijama.

U mnogim slučajevima, za razliku od muškaraca, financijski uspjeh žene smatraju vanjskom potvrdom svoje sposobnosti, a ne primarnim ciljem ili motivacijom za pokretanje posla.

Ključne riječi: poduzetništvo, žene poduzetnice, stereotipi, financiranje

SUMMARY

Entrepreneurship is both the study of how new businesses are created as well as the actual process of starting a new business. The main reasons to get into entrepreneurship are control – to be your own boss, ambition – to start something from scratch by yourself and finance – opportunity to earn more money.

Women tend to start businesses about ten years later than men, on average.A female entrepreneur needs flexibility in the workplace so entrepreneurship can be the ideal way to rebalancing between the competing demands of career and family. However, in Croatia they face greater difficulties in obtaining financing (e.g. credit) than their male colleagues, as well as the perpetual stereotypes of being exclusively mothers and housewives. They are being helped by women's networks which link them with mentors and all the necessary information.

In many instances, unlike men, women consider financial success as an external confirmation of their ability rather than as a primary goal or motivation to start a business.

Key words: entrepreneurship, female entrepreneurs, stereotypes, financing