

Žene poduzetnice i specifičnosti žena u poduzetništvu

Hanižar, Mirjana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:614450>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-13**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Marketing

Mirjana Hanižar

**ŽENE PODUZETNICE I SPECIFIČNOSTI ŽENA U
PODUZETNIŠTVU**

Završni rad

Osijek, 2024

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Marketing

Mirjana Hanižar

**ŽENE PODUZETNICE I SPECIFIČNOSTI ŽENA U
PODUZETNIŠTVU**

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 0010097961

e-mail: mgajski@efos.hr

Mentor: doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric

Osijek, 2024

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek
Undergraduate Study Marketing

Mirjana Hanižar


**WOMEN ENTREPRENEURS AND THE SPECIFICS OF
FEMALE ENTREPRENEURSHIP**

Final paper

Osijek, 2024.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELJEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ZAVRŠNI (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Mirjana Hanižar

JMBAG: 0010097961

OIB: 07453567516

e-mail za kontakt: mirjana.hanizar@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni prijediplomski studij

Naslov rada: Žene poduzetnice i specifičnosti žena u poduzetništvu

Mentor/mentorica rada: Doc.dr.sc. Petra Mezulić Juric

U Osijeku, _____ 17. rujna 2024. _____ godine

Potpis Mirjana Hanižar

Žene poduzetnice i specifičnosti žena u poduzetništvu

SAŽETAK

Poduzetništvo žena predstavlja jedan od načina ponovnog ulaska žena na tržište rada. Iako se često u literaturi koristi izraz „žensko poduzetništvo“, pravilnije je reći poduzetništvo žena ili žena u poduzetništvu (jer sam pojam poduzetnika ne ukazuje na spol poduzetnika, pa samim time se ne razlikuje žensko ili muško poduzetništvo). U radu će se prikazati razvoj poduzetništva žena i predstaviti će se poduzetništvo žena kao jedan od oblika poduzetništva koji je značajan za gospodarski razvoj društva i zajednice. U radu će se definirati poduzetništvo i prikazati važnost poduzetništva i poduzetnika, te će se istražiti preduvjeti za razvoj poduzetništva i demografska struktura poduzetnika. Definirati će se osnovni pojmovi i karakteristike žena poduzetnica, te prikazati razlike između poduzetnika i poduzetnica. Navesti će se prepreke i izazovi s kojima se susreću žene poduzetnice prilikom pokretanja poslovnog pothvata. Brojni su načini poticanja poduzetništva žena kroz razne potpore, edukacije i umrežavanja, a u radu će se predstaviti neke od njih. Njima se pokušava spriječiti jaz u poduzetničkoj aktivnosti između žena i muškaraca, osnažiti i ohrabriti žene kroz edukacije i umrežavanja radi jačanja poduzetničke aktivnosti žena. Kvalitativnim istraživanjem prikazat će se poslovni pothvat jedne uspješne žene poduzetnice. Istražiti će se i analizirati načine financiranja poslovnog pothvata, te važnost obrazovanja, podrške obitelji i poslovnih partnera i umrežavanja sa drugim poduzetnicama za uspjeh poslovnog pothvata.

Ključne riječi: poduzetništvo, žena poduzetnica, karakteristike poduzetnica, poduzetništvo žena, prepreke i izazovi

Women entrepreneurs and the specifics of female entrepreneurship

ABSTRACT

Women's entrepreneurship represents one of the ways of women's re-entry into the labour market. Although the term „female entrepreneurship“ is often used in the literature, it is more correct to say the entrepreneurship of women or women in entrepreneurship (because the term entrepreneur itself does not indicate the gender of the entrepreneur, and therefore does not distinguish between female and male entrepreneurship). The final paper will show the development of female entrepreneurship and will present female entrepreneurship as one of the forms of entrepreneurship that is significant for the economic development of society and community. The final paper will define entrepreneurship and show the importance of entrepreneurship and entrepreneurs, and will investigate the precondition for the development of entrepreneurship and the demographic structures of entrepreneurs. There will be define the basic concepts and characteristics of women entrepreneurs, and there will be show the differences between women entrepreneurs and men entrepreneurs. There will be listed obstacles and challenges faced by women entrepreneurs when starting a business venture. There are numerous ways of encouraging female entrepreneurship through various supports, education and networking, some of them will be presented in the paper They are trying to prevent the gap in entrepreneurial activity between women and men, to empower and encourage women through education and networking in order to strengthen the entrepreneurial activity of women. The qualitative research will present the business venture of a successful women entrepreneur. There will be researched and analysed ways of financing a business venture, as well as the importance of education, support from family and business partners, and networking with other women entrepreneurs for the success of a business venture.

Keywords entrepreneurship, women entrepreneur, characteristics of women entrepreneurs, female entrepreneurship, obstacles and challenges

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Metodologija rada	2
3. Važnost poduzetnika i poduzetništva	3
3.1. Uloga poduzetništva u razvoju društva i pojedinca	3
3.2. Zašto ljudi postaju poduzetnici i karakteristike poduzetnika	4
3.3. Preduvjeti za razvoj poduzetništva.....	6
3.4. Mijenjanje demografske strukture poduzetnika	8
4. Žene u poduzetništvu	11
4.1. Razvoj poduzetništva žena	11
4.2. Specifičnosti žena poduzetnica	12
4.3. Prepreke i izazovi žena poduzetnica	14
4.4. Analiza poduzetništva žena u RH.....	15
4.5. Poticanje razvoja ženskog poduzetništva kroz edukacije, potpore i umrežavanja.....	16
5. Opis slučaja i analiza intervjua sa ženom poduzetnicom	19
5.1. Opis slučaja s poduzetnicom	19
5.2. Analiza intervjua s poduzetnicom	22
6. Zaključak.....	25
Literatura	26
Popis slika	28
Popis tablica	29

1. Uvod

Završni rad je podijeljen u šest poglavlja. Uz uvod, zaključak i metodologiju rad obuhvaća tri glavna poglavlja koja teorijski i empirijski obrađuju temu poduzetništva žena.

Poglavlje „Važnost poduzetništva i poduzetnika“ prikazati će karakteristike poduzetnika i objasniti će se zašto ljudi postaju poduzetnici, te koja je uloga poduzetništva u razvoju pojedinca i društva.

U poglavlju „Žene u poduzetništvu“ prikazati će se osnovni pojmovi i karakteristike žena poduzetnica, te će se istražiti s kojim se sve preprekama i izazovima susreću žene poduzetnice, te analizirati poduzetništvo žena u RH. U radu će se predstaviti institucije i programi koji potiču razvoj ženskog poduzetništva žena kroz razne potpore, edukacije i umrežavanja

Posljednje poglavlje “Opis slučaja i analiza intervjua sa ženom poduzetnicom“ predstaviti će jednu uspješnu ženu poduzetnicu i provesti će se intervju na temelju kojeg će se istražiti njen poslovni pothvat i analizirati na koje načine ga je financirala, te važnost obrazovanja, podrške obitelji i poslovnih partnera, te umrežavanja sa drugim poduzetnicama za uspjeh poslovnog pothvata.

2. Metodologija rada

Predmet istraživanja ovog završnog rada su žene poduzetnice. U završnom radu istražiti će se značaj žena poduzetnica za razvoj društva i definirati poduzetništvo žena.

Cilj rada je predstaviti poduzetništvo žena i istražiti žene poduzetnice. U radu će se prikazati važnost poduzetništva i poduzetnika za društvo, te će se definirati će osnovni pojmovi i karakteristike žena poduzetnica. Prikazati će se koje karakteristike i razlike postoje između poduzetnica i poduzetnika, i s kojim se izazovima i preprekama susreću žene poduzetnice prilikom pokretanja i vođenja poslovnog pothvata.

Prilikom izrade teorijskog dijela ovog završnog rada korištene su deskriptivna metoda, metoda dedukcije te analiza. Kako bi se došlo do više informacija o poduzetnicima i poduzetništvu, te ženama u poduzetništvu korištena je deskriptivna metoda. Metodu analize je korištena za proučavanje relevantnih pokazatelja o toj temi, dok je metoda dedukcije korištena za donošenje konačnih zaključaka o izazovima poduzetništva žena. Dok ćemo u empirijskom dijelu rada koristiti induktivnu metodu, analizu i metodu intervjuiranja.

U svrhu pisanja teorijskog dijela završnog rada, korišteni su sekundarni podaci prikupljeni iz knjiga, publikacija, stručne literature, te znanstvenih i stručnih članaka na tu temu. Za izradu empirijskog dijela rada korišteni su uz sekundarne podatke dostupne na web stranici poduzetnice i primarni podaci prikupljeni kvalitativnim istraživanjem, koje je uključivalo intervju sa ženom poduzetnicom.

3. Važnost poduzetnika i poduzetništva

Živimo u doba poduzetnika i poduzetnica, kada je poduzetništvo prihvaćeno od strane obrazovnih institucija, vlade, korporacija i društva u cjelini. (Ribić,2020:17) Poduzetništvo je temelj gospodarskog razvoja društva kada su ostvareni društveni uvjeti za razvoj kreativnosti svakog pojedinaca i kada država stvori pozitivno poduzetničko okruženje za razvoj malih i srednjih poduzeća. (Brkić,2000:13)

Temeljni aspekti poduzetništva su (Zirdum, 2017:207, prema Funda, 2011:16):

- „stvaranje nove vrijednosti;
- organizacija (ulaganje vremena i napora);
- preuzimanje rizika (financijski, emocionalni, društveni)
- nagrada – zadovoljstvo, novac, nezavisnost.“

Ribić (2020) smatra da su poduzetnici pokretačka snaga koja svojim djelovanjem društvu donose blagostanje, stvaraju nova radna mjesta dok potrošačima omogućuju veći izbor i niže cijene. Poduzetnik mora prepoznati, procijeniti i razviti priliku da bi stvorio novi poslovni pothvat. Stoga Zirdum (2017:206, prema Brusić et al, 2009:14) navodi da se na poduzetništvo može gledati kao na proces prepoznavanja prilike, prikupljanja sredstava za njegovu realizaciju, stvaranja i raspodjele novoostvarene vrijednosti. Prema tom procesu, poduzetnik je osoba koja preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu.

U nastavku ovog poglavlja predstaviti će se uloga poduzetništva u razvoju društva i pojedinaca, te će se prikazati karakteristike i demografska struktura poduzetnika, te preduvjeti za razvoj poduzetništva.

3.1. Uloga poduzetništva u razvoju društva i pojedinca

Ribić (2020) navodi da je poduzetništvo temelj razvoja i tehnološkog napretka još od najranijih vremena razvoja ljudske civilizacije. Prvi zapisi o tradicionalnom poduzetništvu sežu sve do četiri tisuće godina u prošlost. Povijesni zapisi govore da je poduzetništvo cvjetalo u svim kulturama, među kojima su se isticali Babilonci, Rimljani, Arapi, Grci, Egipćani i Feničani. Poduzetništvo oduvijek ima velik utjecaj na pojedinca i društvo jer se nalazi u svim aspektima njegovog života. Svako društvo počiva na četiri izvora: državi, gospodarstvu, obrani države i

sustavu ljudskih vrijednosti, koja su međusobno u uzajamnoj ovisnosti. (Jozić, 2004:26) Ribić (2004) smatra da je cilj svake države potaknuti što veći broj ljudi i poduzetnika da pokrenu vlastiti poslovni pothvat. Država potiče razvoj poduzetništva kroz razne potpore i subvencije. Poduzetništvo je ključni dio gospodarstva jer se poduzetničkom aktivnošću razvija gospodarstvo, te se tako pridonosi stvaranju države blagostanja. Poduzetnici poslovnim pothvatima razvijaju nove proizvode i inovacije, otvaraju nova poduzeća te samim time povećavaju i zapošljavanje i pomažu razvoju lokalne zajednice. Projektima, kreditiranjem i fondovima želi se potaknuti zapošljavanje i pokretanje poslovnih pothvata. Potiče se mlade i dugotrajne nezaposlene na cjeloživotna obrazovanja i osposobljavanja, te razvoj novih vještina. Poduzetništvo igra veliku ulogu i u pružanju zdravstvenih, obrazovnih i socijalnih usluga kroz jačanje inovativnosti i usmjerenosti na zadovoljenje potreba potrošača, te tako utječe na dobrobit šire društvene zajednice. Može se zaključiti da je poduzetništvo ključni pokretač razvoja društva i zajednice.

3.2. Zašto ljudi postaju poduzetnici i karakteristike poduzetnika

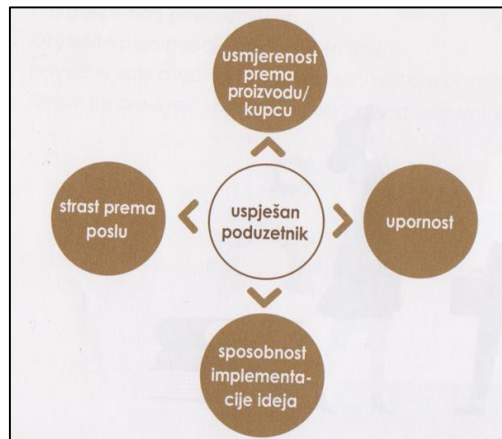
Poduzetnik je osoba koja svojom voljom sudjeluje na tržištu i ostvaruje temeljni poduzetnički smisao, usluga i znanja u korist i na zadovoljstvo kupaca i korisnika. (Jozić, 2004:27)

Brkić (2000:14) ističe da su karakteristike osobine poduzetnika sljedeće:

- samopouzdanje
- odlučnost
- ažurnost
- cjelovitost sagledavanja
- uočavanje problema
- uvažavanje
- objektivnost
- emocionalna i psihološka stabilnost
- želja za izazovom
- realnost
- odgovornost

Ribić (2020) smatra da je na svijetu toliko poduzetnika koliko je različitih karaktera i osobnosti svakoga od njih. Ipak, na slici ispod Bruce Barringer i Duane Ireland ističu četiri osobine koje su zajedničke svim uspješnim poduzetnicima. (Ribić, 2020:26)

Slika 1 Osobine uspješnog poduzetnika



Izvor: Ribić, 2020:26

Strast prema poslu označava želju za postignućem i uspjehom poslovnog pothvata. Ono što je zajedničko poduzetnicima je da svaki ima neki svoj cilj koji želi ostvariti. Da bi ostvario taj cilj, treba prepoznati priliku kada mu se ukaže i poduzeti mjere kako bi tu priliku pretvorio u pothvat. Za to mu treba sljedeća osobina, a to je upornost. Jer poduzetnik će prilikom pokretanja svog poslovnog pothvata naići na mnoge prepreke i izazove, da bi ih prevladao treba biti snalažljiv ali i uporan. Ribić (2020) smatra da je upornost jedna od najvažnijih osobina poduzetnika. Zadnja osobina je „usmjerenost prema proizvodu/kupcu“, odnosno usmjerenost poduzetnika na potrebu. Uspješni poduzetnici trebaju u pravo vrijeme prepoznati potrebe svojih kupaca te stvoriti proizvod ili usluga kako bi zadovoljili tu potrebu. Ono što čini poduzetnika uspješnim je njegovo obrazovanje, njegovo prethodno iskustvo i poduzetničke mreže. Ljudi sa više životnog i radnog iskustva lakše i brže donose odluke, lakše prepoznaju poslovne prilike i uspijevaju u poslovnom svijetu. Obrazovanje u poduzetništvu je važno, iako nije presudno za uspješnost vođenja poslovnog subjekta. Poduzetnik će imati više prilike za uspjeh ako, uz osobine koje karakteriziraju poduzetnika, ima formalno obrazovanje u poduzetništvu i vjeruje u cjeloživotno obrazovanje. Poduzetničke mreže ili networking (odnosno umrežavanje) je upoznavanje, povezivanje i druženje sa poduzetnicima iz različitih oblasti. Povezivanjem i dijeljenjem iskustva i znanja, poduzetnici mogu postići više i biti uspješniji. Okruživanjem sa ljudima pametnijim od sebe, raste želja za postignućem i namjera da se pokrene poslovni pothvat. Hirsch (2011) smatra da pojedinci postaju poduzetnici jer im je to namjera. Što je jača

ta namjera da se postane poduzetnikom, to je vjerojatnije da će se to i dogoditi. Što je bliže ostvarenje poslovnog pothvata, to namjere da se postane poduzetnik jačaju. Singer S. i sur. (2022:13) navodi da poduzetnička aktivnost može biti potaknuta različitim motivima kao što su: rješavanje egzistencijalnih problema, uočavanje poslovne prilike te iz nužde. Lalić (2012) dodaje da su razlozi zbog kojih ljudi idu u poduzetništvo i postaju poduzetnici: želja za slobodom, za neovisnošću, za stvaranjem neke vrijednosti, za stvaranjem bogatstva, za stvaranje vlastitih pravila umjesto slušanja tuđih, radi kreiranja i upravljanja vlastitim vremenom, da naprave nešto za društvo umjesto da se žale na probleme u društvu.

3.3. Preuvjeti za razvoj poduzetništva

Singer S. i sur. (2022) ističe da poduzetnička kompetencija predstavlja jednu od ključnih životnih vještina i sposobnosti pretvaranja novih ideja i prilika u vrijednosti za druge. Tu kompetenciju karakteriziraju kritičko razmišljanje i rješavanje problema, kreativnost, te vještina planiranja i vođenja novih poslovnih pothvata. Novi poslovni pothvati mogu biti pokrenuti uočavanjem poslovnih prilika ili rješavanjem egzistencijalnih problema poduzetnika koji ih pokreće.

Singer S. i sur. (2022) navodi da su razlozi za pokretanje poslovnog pothvata sljedeći:

- napraviti promjenu u svijetu
- napraviti veliko bogatstvo
- nastaviti s obiteljskom tradicijom
- zaraditi za život, jer nema mogućnosti zaposlenja

Tablica 1 Razlozi pokretanja poslovnog pothvata - za TEA poduzetnike, u % - 2022.

	Muškarci	Žene
Napraviti promjenu u svijetu	38,2	42,6
Napraviti veliko bogatstvo ili veliki prihod	55,5	37,0
Nastaviti s obiteljskom tradicijom	28,2	23,3
Zaraditi za život, jer nema mogućnosti zaposlenja	67,4	73,3

Izvor: Singer, S. i sur., 2022:57

Najčešći razlog zašto muškarci (67,4%) i žene (73,3%) ulaze u poduzetničku aktivnost je zato što žele „zaraditi za život, jer nema mogućnosti zaposlenja“. Za žene drugi najčešći razlog je

zato što „žele napraviti promjenu u svijetu“ (42,6%), a za muškarce „napraviti veliko bogatstvo ili veliki prihod“ (55,5%).

Prema Singer, S. i sur. (2009) Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je najveće svjetsko istraživanje poduzetničke aktivnosti. GEM omogućava praćenje promjena u poduzetničkoj aktivnosti žena u Hrvatskoj. Total Entrepreneurial Activity pokazatelj (TEA pokazatelj) označava broj novopokrenutih poslovnih pothvata ne starijih od 42 mjeseca na 100 odraslih stanovnika od 18 do 64 godine starosti. On pokazuje postojanje značajno većeg jaza u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena u Hrvatskoj u odnosu na GEM zemlje. Prema GEM istraživanju, izgradnja poduzetničkog kapaciteta ovisi o individualnim atributima potencijalnih poduzetnika u koje ubrajamo: percepciju o prilikama, percepciju o vlastitim sposobnostima, percepciju o namjeri i strah od promašaja. (Singer, S. i sur., 2022:31)

Tablica 2 Individualni atributi potencijalnih poduzetnika

Individualni atributi potencijalnih poduzetnika	2020		2021		2022	
	HR	EU	HR	EU	HR	EU
Percepcija o prilikama	47,2	40,5	58,3	51,5	60	47,3
Percepcija o osobnim sposobnostima	75	55,2	71,7	50,9	73,6	50,8
Percepcija o namjeri	24,3	11,6	21,7	11,8	26,4	15,3
Strah od promašaja	55,4	46,9	49,9	48,4	52,2	49,7

Izvor: izrada autorice prema Singer, S. i sur. (2022), 31-33

Hrvatska bilježi rast u prepoznavanju prilika za poslovni pothvat (sa 47,2% na 60%), te u namjeri za pokretanje poslovnog pothvata, gdje se nalazi iznad prosjeka EU – a (26,4% Hrvatska, 15,3% EU). Hrvati imaju visoku samouvjerenost o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata (73,6%, dok je prosjek EU – a 50,8%), dok strah od promašaja ima 52,2% ispitanika u Hrvatskoj. U GEM istraživanju društvene vrijednosti o poduzetništvu se istražuju kroz mišljenja ispitanika o poduzetničkoj karijeri, društvenom statusu i medijskoj pažnji prema uspješnim poduzetnicima. (Singer, S. i sur., 2022:33)

Tablica 3 Percepcija društvenih vrijednosti u poduzetništvu

Percepcija društvenih vrijednosti u poduzetništvu	2020		2021		2022	
	HR	EU	HR	EU	HR	EU
Biti poduzetnik je dobar izbor karijere	59,3	68,5	62,4	61,9	63,0	62,2
Uspješni poduzetnici imaju visoki status u društvu	53,5	76,7	53,5	66,8	54,8	68,1
Percepcija o medijskoj pažnji u poduzetništvu	58,4	69,1	62,2	62,3	67,1	63,3

Izvor: izrada autorice prema Singer, S. i sur., 2022:33-34

U Hrvatskoj u 2022. godini 63% ispitanika smatra da je „biti poduzetnik dobar izbor za karijeru“, što je u prosjeku sa EU (62,2%). 54,8 ispitanika smatra da uspješni poduzetnici imaju visoki status u društvu, što je ispod prosjeka EU-a (68,1%). Raste percepcija o medijskoj pažnji u poduzetništvu u Hrvatskoj i ona iznosi 67,1% u 2022.godini.

3.4. Mijenjanje demografske strukture poduzetnika

Mjerenje demografske strukture poduzetnika odnosi se na istraživanje karakteristika poduzetnika unutar određene zajednice. Izučavaju se različiti demografski čimbenici kao što su dob, spol, obrazovanje i dr. Singer i sur. (2022) navodi da je Hrvatska po poduzetničkoj aktivnosti „muška“ zemlja, ali i da poduzetnička demografija pokazuje relativno stabilne odnose u distribuciji poduzetničke aktivnosti i po spolu i po dobi. U tablici vidimo poduzetničku aktivnost žena i muškaraca u Hrvatskoj prema kriteriju rodosti.

Tablica 4 Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti, 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.	17,0	9,5	1,8	1,6	1,0 Španjolska

Izvor: Singer, S. i sur., 2022:56

U tablici se vidi jaz u poduzetničkoj aktivnosti prema spolu. Samo 9,5% žena u Hrvatskoj je pokrenulo poslovni pothvat, u odnosu na 17% muškaraca 2022. godine. To znači da je 2022. godine 1,8 puta više muškaraca od žena s novopokrenutim poslovnim pothvatom. Te da je Hrvatska na razini iznad prosjeka EU - e (koji iznosi 1,6).

Tablica 5 Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi, mjerene TEA indeksom - udjel u dobnoj skupini - %

Godina	Dobna skupina				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
2020.	14,8	37,3	24,4	16,5	7,0
2021.	13,5	37,3	22,8	17,7	8,8
2022.	9,4	41,0	26,6	16,6	6,5
EU					
EU 2020.	14,7	30,9	25,8	18,4	10,3
EU 2021.	12,5	31,3	27,5	19,0	9,7
EU 2022.	14,1	30,9	28,6	16,9	9,5
Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku					
Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku, 2020.	15,1	31,0	25,2	18,2	10,5
Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku, 2021.	13,5	30,2	26,9	18,8	10,7
Zemlje s visokim bruto domaćim dohotkom po stanovniku, 2022.	13,8	33,9	23,1	17,9	10,3

Izvor: Singer i sur., 2022:57

Najveća poduzetničku aktivnost u Hrvatskoj se bilježi u dobnim skupinama 25-35 (41%) i 35-44 (26,6%). Najveće razlike u poduzetničkoj aktivnosti između Hrvatske i EU zemalja su u dobnim skupinama 18-24 (9,4 % za Hrvatsku, a 14,1% za EU) i najstarijoj dobnoj skupini 55-64 (koja bilježi 6,5% za Hrvatsku, a 9,5°za EU). Singer i sur. (2022:57)

Singer i sur. (2022) smatra da je obrazovanje važno kod pokretanja poslovnog pothvata. Jer obrazovaniji ljudi su i poduzetnički aktivniji jer češće vide prilike, a imaju i potrebna znanja i vještine za pokretanje poslovnog pothvata.

Tablica 6 Obrazovna razina i poduzetnički atributi - u % od odrasle populacije 18-64 godina starosti

Obrazovna razina		Vide dobre prilike u sredini gdje žive u narednih 6 mjeseci		Imaju znanje i vještine za pokretanje poslovnog pothvata		Imaju namjeru pokrenuti poslovni pothvat u naredne 3 godine		Poznaju nekog tko je pokrenuo poslovni pothvat u protekle 2 godine	
		Ne	Da	Ne	Da	Ne	Da	Ne	Da
Niže od srednje škole	2020.	4,5	4,4	9,9	2,8	5,3	3,6	6,3	3,1
	2021.	4,9	3,9	8,8	2,4	5,1	1,6	6,0	2,7
	2022.	5,5	2,8	6,7	2,6	4,4	2,7	4,2	3,5
Srednja škola	2020.	57,9	56,9	60,0	54,8	58,3	52,4	58,7	54,3
	2021.	62,6	53,9	62,0	54,2	57,4	56,5	59,2	55,6
	2022.	61,1	53,3	60,4	53,9	56,5	52,9	57,8	54,2
Tercijarno obrazovanje	2020.	32,3	33,0	24,0	36,7	30,9	37,4	30,2	36,1
	2021.	27,0	35,3	26,8	36,3	32,5	34,7	30,3	34,9
	2022.	27,0	37,1	27,6	34,9	32,1	36,0	32,5	34,0
Postdiplomsko obrazovanje	2020.	5,0	5,5	5,2	5,7	5,1	6,4	4,2	6,4
	2021.	5,5	6,9	2,5	7,2	5,0	7,2	4,6	6,7
	2022.	6,1	6,8	4,6	8,6	6,7	8,4	5,1	8,4
Ukupno (po godinama)		100	100	100	100	100	100	100	100

Izvor: Singer, S. i sur., 2022:59

Može se vidjeti povezanost između razine obrazovanja i poduzetničkih atributa. U Hrvatskoj 2022.godine 34,9 % ispitanika ima znanje i vještine za pokretanje poslovnog pothvata, a 36% ima namjeru pokrenuti poslovni pothvat u sljedeće tri godine. Dok, 60,4% ispitanika sa srednjom školom nemaju vještine i znanje za pokretanje poslovnog pothvata, a njih 60,1% ne vide prilike u svom okruženju. Singer, S. i sur. (2022) smatra da strah od promašaja utječe na namjeru i na odluku o pokretanju poslovnog pothvata. Obrazovaniji ljudi imaju nižu razinu straha od promašaja. U 2022. godini poslovni pothvat zbog straha od promašaja ne bi pokrenulo 59% ispitanika sa osnovnom školom, 55% sa srednjom školom i 48% sa višom školom. Obrazovanje je važno za poduzetničke kompetencije da bi se lakše prepoznale prilike i stvorile namjere za poduzetnički pothvat, ali i za razumijevanje promašaja. Jozić (2004) smatra da je nužno ulaganje u stjecanje novih znanja i da kada se govori o poboljšanju kvalitete obrazovanja, da je školovanje pogonsko gorivo gospodarstva. Znanje je glavni uvjet uspješnosti nekog gospodarstva. Jer razlika između znanja i njegove upotrebe je ono što dijeli razvijene zemlje od nerazvijenih, a bogate države od siromašnih. Smatra da vizija razvoja Hrvatske u području obrazovanja mora biti temeljena na znanju koje će omogućiti bolji život svih građana.

4. Žene u poduzetništvu

Zirdum (2017) smatra da se poduzetništvo ne može jednoznačno definirati zato što postoji mnoštvo definicija, ali pošto se definiranje ženskog poduzetništva temelji na rodnoj određenosti, može se govoriti o poduzetničkoj aktivnosti žena. Poduzetnička aktivnost žena ovisi o njihovoj motivaciji, ali i o drugim faktorima kao što su: obiteljski život, majčinstvo i uloga žene u obitelji i društvu. (Stilin, 2006:41) Čeke (2023:6, prema Mills, Blossfeld, 2003) navodi da se poduzetnice smatraju skupinom žena koje nisu krenule tradicionalnim obiteljskim putem, nego su odlučile istražiti poslovne mogućnosti i prilike.

U nastavku ovog poglavlja bit će predstavljen razvoj poduzetništva žena, a nakon toga će se prikazati karakteristike žena poduzetnica, te najčešće prepreke i izazovi žena poduzetnica. Na kraju ovog poglavlja analizirat će se poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj i predstaviti će se poticaji razvoja poduzetništva žena.

4.1. Razvoj poduzetništva žena

Poduzetništvo žena pojavljuje se kao oblik poduzetništva krajem 20. stoljeća, a najizraženiji je u tranzicijskim zemljama te zemljama srednje i istočne Europe. (Gosarić, 2016:42, prema Vuk, 2006:138) Gosarić (2016) smatra da prelaskom iz netržišnog gospodarstva u tržišno, dolazi do gospodarske krize i povećanja nezaposlenosti. Ta nezaposlenost je najviše pogodila žene koje prve ostaju bez posla. Jedan od načina ponovnog ulaska na tržište rada je samozapošljavanje.

Čeke (2023:5, prema Kuvačić i Primužak:2011) navodi da žene da bi preživjele, započinju vlastite pothvate. Time dolazi do porasta žena poduzetnica i razvoja poduzetništva žena. Gosarić (2016:42, prema Vuk, 2006:139) ističe da pojavom centara za edukaciju žena, žene se obrazuju u područjima marketinga, strategija, financija i dr. Također, one počinju ravnomjerno konkurirati muškarcima za poslove na tržištu. Kako su se žene počele okupljati i organizirati u udruženja, raste njihov utjecaj u poslovnom svijetu. Tako je 20. stoljeće obilježeno pokretom žena za ravnopravnost i pravo glasa. Čeke (2023) navodi da je Yvonne Foinant 1945. godine prvo žensko udruženje vlasnica svjetskih poduzeća (Les Femmes Chefs d'Entreprises - FCEM) kako bi pomogla drugim ženama poduzetnicama kroz svoje iskustvo poduzetništva. Danas ta udruga okuplja žene poduzetnice iz cijelog svijeta i zastupa njihove interese kod javnih i privatnih međunarodnih tijela. FCEM je danas najistaknutija udruga poduzetnica, čija mreža

poduzetnica uključuje 120 zemalja i pet milijuna poduzeća. Čeke (2023:5, prema Škrtić i Mikić, 2011) ističe da je prvi članak o poduzetništvu žena objavljen 1976. godine pod nazivom „Entrepreneurship, a New Female Frontier“. Njegova autorica Eleanor Brantley Schwartz u članku dolazi do zaključka da žene i muškarce pokreću isti motivi ulaska u poduzetništvo. To su: želja za postignućem, zadovoljstvo poslom i neovisnost.

U nastavku rada, prikazat će se karakteristike žena poduzetnica i napraviti usporedba između poduzetnice i poduzetnika.

4.2. Specifičnosti žena poduzetnica

Čeke (2023:6, prema Avelini Holjevac, Galičić, 2005) navodi da se u literaturi često upotrebljava izraz „žensko poduzetništvo“. Neki autori taj izraz smatraju neispravnim, zato što sam pojam poduzetnika ne ukazuje na spol poduzetnika. Prema tome ne može postojati žensko odnosno muško poduzetništvo. Mogu postojati razlike u karakteristikama između poduzetnica i poduzetnika. Zato se smatra da je ispravan izraz „žena u poduzetništvu“. Stilin (2006) ističe da su u prošlosti muške osobine bile okarakterizirane kao superiornije. Smatra da muškarci nisu superiorniji nad ženama, te da osobine poput: samopouzdanja, odlučnosti i neovisnosti mogu podjednako imati oba spola.

Slika 2 Usporedba između poduzetnika i poduzetnice

Karakteristike	Poduzetnici	Poduzetnice
Motivacija	Postignuće – težnja da se stvari obave Osobna neovisnost – slika o samome sebi koja se odnosi na status temeljem uloge u korporaciji je nevažna Zadovoljstvo poslom proizlazi iz želje za kontrolom	Postignuće – ostvarenje cilja Neovisnost – uradi sam
Točka polaska	Nezadovoljstvo trenutačnim poslom Sporedna uloga na fakultetu, na trenutačnom poslu ili nadržavanje Odlazak ili otpuštanje Prilika za stjecanje	Frustracija poslom Zanimanje za i prepoznavanje prilike u tom području Promjena osobnih okolnosti
Izvor financija	Osobna imovina i uštedevina Bankovno financiranje Ulagači Zajmovi od obitelji i prijatelja	Osobna imovina i uštedevina Privatni zajmovi
Podrijetlo znanja	Iskustvo u tom poslu Priznati stručnjak ili osoba koja je dosegla visoku razinu postignuća u tom području Sposoban na raznim poslovnim funkcijama	Iskustvo u tom poslovnom području Iskustvo u srednjem menadžmentu ili administrativnoj razini na tom području Profesionalno podrijetlo vezano uz usluge
Karakterne osobine	Tvrđoglav i uvjerljiv Orijentiran prema cilju Inovativan i idealističan Visoka razina samopouzdanja Entuzijastičan i energičan Mora biti svoj šef	Fleksibilna i tolerantna Orijentirana prema cilju Kreativna i realistična Srednja razina samopouzdanja Entuzijastična i energična Sposobnost nošenja s društvenim i gospodarskim okruženjem
Podrijetlo	Dob pokretanja pothvata: 25-35 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovan – diploma iz ekonomije ili tehničkog područja (obično inženjerskog) Prvorođeno dijete	Dob pokretanja pothvata: 35-45 Otac je bio samozaposlen Fakultetski obrazovana – diploma iz humanističkih znanosti Prvorođeno dijete
Potporne skupine	Prijatelji, profesionalni suradnici (odvjetnici, računovođe) Poslovni suradnici Supruga	Bliski prijatelji Suprug Obitelj Ženske profesionalne grupe Trgovačka udruženja
Vrsta pokrenutog poslovanja	Proizvodnja ili građevina	Uslužna – edukacija, savjetovanje ili odnosi s javnošću

Izvor: Hirsch, 2011: 65

Hirsch (2011) navodi da su poduzetnici i poduzetnice slični po karakteristikama. Poduzetnice se razlikuju po motivaciji, profesionalnom iskustvu i poslovnim vještinama. Žene su češće motivirane potrebom za postignućem koji izlazi iz frustracije iz prethodnih loših iskustava. Dok su muškarci motivirani poticajem za kontrolom vlastite sudbine i za pokretanjem stvari. Muškarci imaju više pristupa financijskim sredstvima, dok se žene više oslanjaju na vlastitu uštedevinu i osobnu imovinu. Kad kreću u poslovni pothvat, i muškarci i žene imaju prethodno iskustvo u području kojim se žele baviti. Muškarci češće imaju iskustva u proizvodnji, financijama ili tehničkim područjima, a žene u administraciji i uslugama. Muškarci imaju više samopouzdanja, a žene više tolerancije i fleksibilnosti. A zajednička im je neovisnost i orijentiranost prema cilju. Žene najčešće kreću u poslovni pothvat sa 35 do 40 godina starosti, a muškarci sa 25 do 35 godina starosti.

Stilin (2006) navodi da žene češće pokreću poslovni pothvat iz nefinancijskih razloga kao što je zadovoljstvo poslom i postizanje ravnoteže između posla i obiteljskog života, te mogućnosti doprinosa zajednici. Žene češće primjenjuju transformacijski stil vodstva. On je određen kao zajednički interaktivni i grupni rad, gdje se nagrađuje pojedinačni ili grupni doprinos. Zirdum (2017) navodi transformacijskim vodstvom i načinom na koji žene poduzetnice pomažu svojim zaposlenicima da se kroz svoje interese integriraju u rad grupe ih čini odličnim vođama. Smatra da je upravo to razlog zašto je sve više žena uspješno u poduzetništvu. Nadalje, ODRAZ (2024) navodi da žene poduzetnice postavljaju nove standarde društveno odgovornog poslovanja što u konačnici vodi do povećanja konkurentnosti poduzeća na tržištu. Poduzetnica pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata stvara novo poduzeće na tržištu jedinstveno po svojoj poslovnoj viziji i načinu ostvarivanja. Poduzetnica ostvaruje svoju viziju na inspirativan način. Jedinstvena vizija je glavni pokretač i motivator kojom žena poduzetnica ostvaruje svoje poslovne ciljeve.

Karakteristike ženskog poduzetništva (Čeke, 2023, prema Mioš Lisjak i Ćurlin, 2002):

- Spremnost na timski rad
- Važniji im je uspjeh organizacije ili ideje nego vlastiti ego
- Sigurnost radnog mjesta koje otvori žena poduzetnica
- Veća briga za zaposlene i međusobne odnose
- Veća ulaganja u edukacije svojih zaposlenika
- Opreznije su kod uzimanja kredita
- Najviše se bave uslužnim djelatnostima
- Nude više mogućnosti za naknadu troškova, fleksibilnije radno vrijeme, udio u profitu
- Uspjeh je za njih ostvarivanje profita, zadovoljstvo kupaca i dobri međuljudski odnosi

4.3. Prepreke i izazovi žena poduzetnica

Singer, S. i sur. (2009) smatra da su žene bolje u uočavaju poslovne prilike. Ali da ih teško realiziraju zbog ograničenog pristupa financijskim sredstvima, a često i zbog nedostatka podrške u obitelji. Žene se susreću sa mnogim preprekama i izazovima koje se mogu podijeliti na: kontekstualne, ekonomske i „meke“. U kontekstualne prepreke su: tradicionalna uloga žene u obitelji i u društvu, stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji, te nedostatak podrške za zaposlene žene.. Ekonomske prepreke su: otežan pristup i neinformiranost o kreditima i

potporama, nepostojanost kontakata i slaba umreženost. „Meke“ prepreke su što nema dovoljno edukacija za poduzetnike početnike, nedovoljno mentora i umreženosti s drugim poduzetnicima kao vid podrške i mentorstva, nedostatak samopouzdanja kod žena i dr.

Zirdum (2017) se slaže da su glavne prijetnje razvoju poduzetništva žena: tradicionalan pogled na ulogu žene u društvu, spore promjene u društvu i ravnopravnost spolova u poduzetništvu. Također uz već spomenute prepreke spominje i nedovoljnu umreženost, visoke poreze i nedostatak potpore od institucija. Najveće slabosti u poduzetništvu žena vidi u organizaciji poslovnog i obiteljskog života, ne umreženosti, niskoj razini obrazovanosti, nedostatku samopouzdanja, te znanja i vještina u poduzetništvu. Prilike za rast i razvoj poduzetništva žena vidi u mentorstvu i jačanju udruga, potporama institucija, vlade, poduzetnika. Na postojeće izazove i prepreke u koje se pojavljuju na tržištu treba se gledati kao na prilike za žene poduzetnice, jer ovisno o načinu kojim će one prevladati te tržišne prepreke stvorit će se bolja budućnost s većim brojem žena poduzetnica u njoj. (ODRAZ, 2024)

4.4. Analiza poduzetništva žena u RH

U Hrvatskoj se ekonomska aktivnost žena promatra se kroz tri glavna područja: poduzetništvo u užem smislu (tj. pokretanje novih poslova), zaposlenost i sudjelovanje u upravljačkim funkcijama. (Singer, S. i sur., 2009:10) Poduzetništvo žena se u Hrvatskoj može statistički pratiti putem trgovačkih društava i obrta gdje žene posjeduju barem 51% vlasničkog udjela. (Singer, S. i sur., 2020:23)

Singer i sur. (2022) navodi da je u Hrvatskoj je u 2020. godini poslovalo oko 140 000 poduzeća. Velik dio poslovne aktivnosti čine obrti. U Hrvatskoj je 2020. godine bilo aktivno 90.968 obrta. Najveći udio od 22,5% aktivnih obrta odnosi se na uslužne obrte sa intelektualnim uslugama (2.464 obrta), ugostiteljske i turistički obrte (11 558 obrta) te trgovine (9,053 obrta). U Hrvatskoj je 2020. godine postotak zaposlenih žena bio 61,3%, a muškaraca 72,5%. Kada se uspoređuju plaće, prosječna plaća za žene bila je oko 88,7% plaće za muškarce. Stopa izloženosti riziku od siromaštva, za osobe starije od 65 godina, je 29,5% za žene, a 21,9% za muškarce. Što se tiče mirovina, žene u prosjeku imaju 23% niže mirovine od muškaraca, te manji udio zdravih godina (72,2%) u odnosu na muškarce (76,1%). Iz navedenog se vidi da je jaz između broja zaposlenih muškaraca i žena i dalje prisutan. Prema podacima Financijske agencije (FINA) dolazi do laganog rasta udjela žena kao vlasnica trgovačkih društava.

Tablica 7 Broj trgovačkih društava prema vlasničkoj strukturi i rodnom kriteriju

	Broj poduzetnika koji su predali GFI za promatranu godinu									
	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Žene osnivačice	16.458	16.933	18.564	19.972	18.115	23.201	24.572	26.676	28.100	28.759
Žene osnivačice %	18,01	18,49	19,65	20,36	18,35	21,77	21,92	22,04	22,08	22,03
Muškarci osnivači	47.361	47.802	49.872	52.385	47.225	59.436	63.565	70.078	75.146	77.763
Pravne osobe osnivači	7.543	7.551	7.509	7.607	6.444	7.745	8.086	8.473	6.871	8.726
Mješoviti osnivači	11.922	12.071	12.168	12.144	10.352	12.124	12.239	12.518	11.998	12.659
Žene osnivačice i mješoviti osnivači (%)	31,06	31,67	32,52	32,74	28,83	33,14	32,84	32,38	31,51	31,73
Neodređeno	8.093	7.231	6.380	5.986	16.609	4.087	3.622	3.289	5.143	2.639
Ukupno	91.377	91.588	94.493	98.094	98.745	106.593	112.084	121.034	127.258	130.546

Izvor: Singer, S. i sur., 2022:40, prema FINA, 2021

Udio trgovačkih društava u kojima su isključivo žene osnivačice iznosio je 2020. godine 22,03%, što je rast za 4,02 % u odnosu na 2011. godinu kada je iznosio 18,01%. Dok, udio trgovačkih društava u kojima su žene osnivačice i mješoviti osnivači 2020. godine je iznosio 31,73%, što je porast od 0,67% u odnosu na 2011.godinu kada je iznosio 31,06%. Kada se radi usporedba prema djelatnosti, najviše žena poduzetnica i vlasnica trgovačkih društava je u području stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti (30,9%) i području trgovine (21%). (Singer, S. i sur., 2022:40)

4.5. Poticanje razvoja ženskog poduzetništva kroz edukacije, potpore i umrežavanja

Brojni su načini poticanja poduzetništva žena kroz razne potpore, edukacije i umrežavanja. Njima se pokušava spriječiti jaz u poduzetničkoj aktivnosti između žena i muškaraca, osnažiti i ohrabriti žene kroz edukacije i umrežavanja radi jačanja poduzetničke aktivnosti žena.

U nastavku ovog potpoglavlja navedene su institucije i programi poticanja razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj kroz kreditiranja, potpore, subvencije, savjetovanje i dr.

Vlada Republike Hrvatske je 2014. godine usvojila nacionalnu Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za period 2014. – 2020. godine. Ta strategija je bila zasnovana na četiri ključna cilja: boljoj koordinaciji i povezanosti javnih politika, jačanju podrške žena u poduzetništvu, uvođenju poduzetništva žena u sveukupnu institucionalnu infrastrukturu i promocija ženskog poduzetništva. (Singer, S. i sur., 2020:25)

Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) je 2019. godine kreditirala program „Mladi, žene i početnici“ gdje je odobreno 43 kredita za žene poduzetnice. Singer, S. i sur. (2022) navodi da je HBOR usvojila Strategiju poslovanja Hrvatske banke za obnovu i razvitak za razdoblje 2020. – 2024. Strateškim ciljevima želi se poticati ekonomski i socijalno uravnoteženi i održivi razvoj regionalnog, ruralnog i urbanog dijela Hrvatske. Potiče se razvoj poduzetništva kroz program kreditiranja „Poduzetništvo, mladih, žena i početnika“. Tim programom se želi poticati osnivanje i razvoj poduzeća koja su u većinskom vlasništvu žena. Od ukupno odobrenih kredita čak 69% (odnosno 59 kredita) je odobreno ženama poduzetnicama. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG – BICRO) kroz svoje programe potiče razvoj poduzetništva žena, kao i razvoj mikro, malih i srednjih poduzeća, Cilj ovih programa je povećati dostupnost kredita po smanjenim kamatnim stopama, povećati privatna ulaganja i broj poduzeća koji primaju potporu, te povećanje zaposlenosti.

Vlada Republike Hrvatske usvajanjem Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021. – 2026. ima za cilj povoljnije kreditiranje mikro, malih i srednjih gospodarskih subjekata, kao i financiranje projekata i žena poduzetnica. (Singer, S. i sur., 2022:43)

Do 2019. godine iz Europskih strukturnih investicijskih fondova (ESI) sufinancirano je 912 projekata. Najveći broj projekata žena poduzetnica sufinanciranih iz tih fondova odnosi se na poziv E – impuls sa 233 projekta. (Singer, S. i sur., 2020:26)

Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD) kroz edukaciju „Korporativno upravljanje i rodna ravnopravnost u nadzornim odborima“ želi promovirati dobre međunarodne prakse i podržati žene za pozicije u raznim upravama i nadzornim odborima. Također kroz program „Blue Ribbon“ želi pomoći malim i srednjim poduzećima da povećaju organski rast, inovativnost i konkurentsku prednost na domaćem i međunarodnom tržištu. (Singer, S. i sur., 2022:45)

Poduzetničkim inkubatorima želi se pomoći poduzetnicima početnicima u prvim godinama njihovog poslovanja kroz savjetovanje i mentoriranje. A za primjer je i Poduzetnički inkubator u Splitu u kojem je Hrvatska gospodarska komora – Županijska komora Split još 2015. godine pokrenula Poduzetnički inkubator za žene poduzetnice kako bi se pomoglo razvoju

poduzetništva žena u Splitsko – dalmatinskoj županiji kroz mentorsku i savjetodavnu pomoć, ali i kroz opremljene uredske prostore za poduzetnice početnike. (Singer, S. i sur., 2022:46)

Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje (CESI) je ženska neprofitna udruga. CESI je provela niz aktivnosti i projekata kako bi pružila podršku ženama u lokalnim zajednicama i osnažila žene za tržište rada kroz razne tečajeve i edukacije. Tako je udruga pomogla u osnivanju prve ženske romske grupe u Hrvatskoj „Bolja budućnost“. Također projektom FREE od strane Europske komisije pomogli su ženama u pokretanju vlastitog posla s naglaskom na razvoj ruralnog poduzetništva. Od novijih projekata tu je projekt Radnica – Rodna jednakost u svijetu rada. Tim projektom se željela riješiti diskriminacija i nejednak položaj žena u svijetu rada. (Singer, S. i sur., 2022:46)

Hrvatska udruga poslovnih žena (KRUG) okuplja žene poduzetnice radi umrežavanja, edukacija i savjetovanja.

One se okupljaju kroz razne edukativne seminare, okrugle stolove, savjetovanja i organizacije neformalnog druženja članica radi umrežavanja. (Singer, S. i sur., 2022:47)

Udruga Women in Adria je pokrenuta 2012. godine. Njezin cilj je promocija, umrežavanja i osnaživanja žena u poduzetništvu. To ostvaruju kroz dodjele nagrada najboljim poduzetnicama, konferencije za poduzetnice, te za Mame poduzetnice, Networking breakfast, Women in Finance, Women in Banking i ostala slična događanja. (Singer, S. i sur., 2022:48)

DKolektiv je organizacija za društveni razvoj. Svojim projektom „Osnaži se, motiviraj, aktiviraj“ je od 2019. – 2020. godine pružila podršku nezaposlenim ženama kroz razne edukacije i radionice. (Singer, S. i sur., 2022:48)

Udruga Poduzetništvo s povjerenjem daje podršku muškim i ženskim katoličkim poduzetnicama kroz inicijative CatholicCroWomen i CatholicCroMen. Kroz razne edukacije i događanja i duhovnu podršku, tako stvaraju zajednicu koja vjeruje u poduzetništvo vođeno vjerom. (Poduzetništvo s povjerenjem, 2024)

5. Opis slučaja i analiza intervjua sa ženom poduzetnicom

U empirijskom dijelu rada napravljeno je kvalitativno istraživanje u kojem se koristila metoda intervjua kako bi se istražio i prikazao poslovni pothvat žene poduzetnice. Istražio se i analizirao način financiranja poslovnog pothvata, te važnost obrazovanja, podrške obitelji i poslovnih partnera i umrežavanja sa drugim poduzetnicama za uspjeh poslovnog pothvata.

Uspoređeni su podaci i razmišljanja poduzetnice dobiveni kroz intervju s teorijski obrađenim karakteristikama i izazovima žena poduzetnica. U nastavku opisan je slučaj i analiziran intervju sa ženom poduzetnicom.

5.1. Opis slučaja s poduzetnicom

Stefanija Čiček je vlasnica Studija Respect, koja za sebe kaže da je zaljubljenica u život s dušom i organizaciju prigoda koje slave čaroliju postojanja. Ona je kreativna duša koja obožava dizajn i stvaranje. Što se tiče obrazovanja, poduzetnica je po zanimanju magistra edukacije engleskog i hrvatskog jezika i književnosti. Dodatno je još završila Akademiju za organizatora vjenčanja, event managera, dizajnera i stilista interijera, time management, kaligrafiju i nekoliko poduzetničkih edukacija.

Kroz intervju i razgovor poduzetnica je istaknula da nije bilo nekog ključnog trenutka kada je odlučila biti poduzetnica, nego je prevagnuo mindset koji je imala dok je još studirala. To je svijest o vlastitom načinu funkcioniranja. Poduzetnica za sebe kaže da ima previše ideja, interesa i ambicija da bi mogla raditi samo jednu stvar.

Poduzetnicu je motivirala sama ideja o poslovnom pothvatu i želja da svoje vizije pretvori u djelo. Poduzetnica je na ideju o poslovnom pothvatu došla kroz razne korake. Dok je još bila zaposlena u školi pohađala je Akademiju za organizatora vjenčanja. Što joj je godinama bila želja. Ideji je prethodila velika ljubav prema dizajnu interijera i organiziranju evenata, višegodišnje skupljanje antikviteta, vječno pronalaženje u kreativnom stvaralaštvu i velika želja da to prenese kroz rad s ljudima. Poduzetnica je željela da u Osijeku stvori mjesto koje će ljudima omogućiti sadržajno i kvalitetno provođenje vremena u jedinstvenom uređenom art deco ambijentu. Željela je stvoriti topli i profinjeni ugođaj uz note elegancije, šarma i antikviteta, kako bi se ljudi osjećali ugodno bilo da dolaze sami ili u društvu, nahranili dušu i napunili se

pozitivnom energijom i inspiracijom. Međutim poduzetnici je bilo potrebno oko godinu i pol dana od ideje do realizacije svog poslovnog pothvata. Paralelno s radom u školi planirala je poslovni pothvat. Nakon što je dala otkaz u školi, otvorila je svoj obrt i započela sa davanjem usluga instrukcija iz engleskog jezika i tematskih večeri slikanja, koje se kasnije razvilo u „Feel Good and Paint“ radionicu. Nakon toga su došli drugi autorski programi i rođendaonice. Svoj poslovni pothvat financirala je iz vlastite uštedevine i iz potpore za samozapošljavanje Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ).

Slika 3 Studio Respect



Izvor: Studio Respect, 2024

Obrt Studio Respect osnovan je 2021. godine i jedan je od najljepših studija u centru Osijeka. Nalazi se u blizini Zimske luke. Studio Respect je osnovan 2021. godine kao multifunkcionalan studio koji ima mnoge namjene. Namijenjen za razne prigode, proslave, događanja i kako voli reći Stefanija na „sadržaje koji slave život“. Studio se sastoji od tri dijela: svečanog event prostora, ateljea i galerije sa pogledom na Dravu i knjižnicom. Studio je jedinstven po svojim

programima, ali i po svom dizajnu i konceptu. Ono što ga čini posebnim jesu detalji i antikviteti. Studio odiše elegancijom i nekim drugim vremenom.

Slika 4 Usluge i proizvodi



~ Studio Respect
Boutique Prigode ~

- ♥ Feel Good & Paint večeri – originalan, zabavan, profinjen, efektan izlazak
- ♥ Feel Good & Paint za rođendane, djevojke, zaruke, godišnjice, team buildinge, prigodna druženja... (kod nas ili na vašoj lokaciji)
- ♥ Just for us – počastite se jedinstvenom večeri udvoje ili je darujte kao originalan i luksuzan dar
- ♥ tematski rođendan Art & Teatime – manire, slikanje i english spikanje (za djecu i mlade od 7 do 18 godina)
- ♥ event & design (art deco) – elegantan i zadivljujući art ambijent za poslovne i privatne svečane boutique prigode
- ♥ My time večeri – nadahnujući i kvalitetan sadržaj, profinjena večer, ugodaj za dušu
- ♥ U ritmu duše i manira – inspirativna gostovanja i promocije
- ♥ Feel Good & Read
- ♥ Feel Good & Travel
- ♥ originalan prostor za photoshooting
- ♥ prostor za promocije vaših proizvoda
- ♥ prostor za vaše radionice
- ♥ Can't wait! – zabavno-edukativna druženja za djecu
- ♥ prijevod stručnih tekstova / instrukcije engleskog
- ♥ Program Poslaži svuđe
- ♥ kaligrafija na platnu – antique name/message
- ♥ najam dekorativnog programa
- ♥ gift boxovi / personalizirani elegantni poklon bonovi

www.boutiqueprigode.com
srespect.wa@gmail.com

Izvor: Studio Respect, 2024

Usluge koje nudi Studio Respect su: zabavno-opuštajuće večeri slikanja „Feel Good & Paint“, autorski programi pod nazivima: „Just for us“ (jedinstvena neprocjenjiva večer za dvije do šest osoba), zabavni obiteljski izlazak ili proslava “Magic Family Time”, dječji rođendan “Art & Teatime – Manire, slikanje i English spikanje”, gostovanja „U ritmu duše i manira“, privatne svečane prigode, gift program (personalizirani natpisi kaligrafijom na platnu te unikatni elegantni poklon bonovi za Feel Good & Paint, Just for us i photoshooting), druženja Mama time za majke i djecu uz slikanje i stvaranje trajne uspomene, uređen Art Deco prostor za poslovni ili privatni photoshooting (za zaruke, vjenčanje, obiteljske prigode). Sve usluge uključuju organizaciju i unikatno dizajnersko uređenje samog eventa.

Poduzetnici je bila važna podrška obitelji za uspjeh poslovnog pothvata. Imala je podršku i pomoć od strane obitelji kod poslova koji su se tiču dizajna prostora, kao što je prijenos namještaja i izlazak na teren i koji uključuju mnoštvo fizičkog rada što sama nije mogla izvesti. Jedna od prepreka u poslovanju Studija Respect poduzetnici je bio riješiti problem kako da ljudi saznaju za njen studio. Poduzetnica misli da je to put koji nema neku krajnju točku što bi značilo da još uvijek traje, jer poduzetnici uvijek traže način kako upoznati nove klijente sa svojim uslugama. Tako da to ne smatra preprekom, nego izazovom koji je uspjela riješiti kontinuiranim radom na društvenim mrežama, na webu i oglašavanjem. Poduzetnica smatra da postoje razlike između muškaraca poduzetnika i žena poduzetnica. Smatra da je razlika u načinu upravljanja vremenom, količini obveza koje žene preuzimaju na sebe te načinu na koji pristupaju svojim proizvodima i uslugama. Također smatra da žene poduzetnice, kao i nju samu kroz posao vodi emocija. Poduzetnica vidi važnost u umrežavanju i edukacijama uvijek zbog razmjene iskustava i različitih pogleda. Na cjeloživotno učenje gleda kao na nešto neophodno. Smatra da joj poduzetništvo i kreiranje poslovanja prema vlastitom pogledu na svijet otvara mogućnost spoznaje vlastite svrhe tako što daje neki svoj doprinos zajednici. Poduzetnica je istaknula da je poduzetnicama da bi bile uspješne potrebno: konstantno učenje, rad na sebi, znanje, predanost, vizija, velikodušnost, ustrajnost, odgovornost, entuzijizam, postavljanje standarda i kvalitete u poslovanju, voljeti ono što radiš i dati cijelu sebe u to.

U nastavku ovog poglavlja analizirati će se intervju sa ženom poduzetnicom.

5.2. Analiza intervjua s poduzetnicom

Poduzetnica je pokrenula svoj poslovni obrt 2021. godine. Pokrenuti pothvat nije došlo preko noći, već uz puno rada i truda, dodatnih edukacija i iz velike želje da prenese drugima dio kreativnog stvaralaštva koji je čučao u njoj. Bilo je potrebno oko godinu i pol dana da dođe od ideje do realizacije poslovnog pothvata. Kada usporedimo odgovor poduzetnice sa statistikom, dobijemo odgovor da je 2021. godine 9,2% žena prema TEA indeksu pokrenulo svoj poslovni pothvat. U odnosu na muškarce, 2021. godine bilo je 1,7 puta više muškaraca nego žena.

Glavni razlozi pokretanja poslovnog pothvata za poduzetnicu je bio napraviti promjenu u svijetu, a motivirala ju je sama ideja o poslovnom pothvatu i želja da svoje vizije pretvori u djelo. Poduzetnica smatra da je ulaskom u poduzetništvo dobila neki osjećaj svrhe tako što daje neki svoj doprinos zajednici. U završnom radu prikazani su podaci za 2022. godinu da je 42,6%

ispitanika je odgovorilo da ulaze u poduzetničku aktivnost jer žele napraviti promjenu u svijetu. Ipak najčešći razlog za ulazak u poduzetništvo i za muškarce (67,4%) i za žene (73,3%) je bio zaraditi za život jer nema mogućnosti zaposlenja.

Poduzetnica je navela da je željela u svom studiju stvoriti topli i profinjen ugođaj gdje će se ljudi osjećati ugodno. Ona kroz svoje usluge u studiju ljudima daje posebno iskustvo lijepo provedenog vremena uz ugodno društvo, tako stvarajući iskustvo i nezaboravne uspomene. Jedan od njenih glavnih djelatnosti je večer slikanja „Feel Good & Paint“, koji ima veliku popularnost i posjećenost.

Poduzetnica je fakultetski obrazovana. Može se vidjeti povezanost između razine i poduzetničkih atributa. 2021. godine 36,3% visokoobrazovanih ispitanika smatraju da imaju znanje i vještine za pokretanje poslovnog pothvata, a 34,7% je imalo namjeru pokrenuti poslovni pothvat u naredne tri godine. Poduzetnica smatra da je za uspjeh poslovnog pothvata važna podrška obitelji. Imala je podršku i pomoć od strane obitelji.

Poduzetnica je financirala poslovni pothvat iz vlastite uštedevine i iz potpore za samozapošljavanje Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ).

Poduzetnica smatra da joj je jedna od prepreka u poslovanju bilo riješiti problem kako da ljudi saznaju za njen studio. Nedovoljna umreženost i postojanje kontakata se ubraja u ekonomske prepreke. Osim ekonomskih prepreka, postoje još kontekstualne i „meke“. Ona na prepreku gleda kao na izazov koji treba prevladati. Problem umrežavanja i prepoznavanja je riješila kontinuiranim radom na društvenim mrežama, na webu i oglašavanjem. Poduzetnica navodi važnost umrežavanja i edukacije zbog razmjene iskustava i različitih pogleda. Na cjeloživotno učenje gleda kao na nešto neophodno.

Poduzetnica smatra da postoje razlike između muškaraca poduzetnika i žena poduzetnica. Smatra da je razlika u načinu upravljanja vremenom, količini obveza koje žene preuzimaju na sebe te načinu na koji pristupaju svojim proizvodima i uslugama. Također smatra da žene poduzetnice, kao i nju samu kroz posao vodi emocija. U usporedbi s ostalim poduzetnicama, poduzetnicu iz intervjua karakterizira: kreativnost, emotivnost, stvaranje, svestranost, ambicija, osobni razvoj, cjeloživotno učenje. Ono što joj je zajedničko s drugim poduzetnicama prilikom pokretanje poslovnog pothvata je velika motivacija i neovisnost, prepoznavanje prilike u poslovnom pothvatu, financiranje poslovnog pothvata uštedevinom, kreativnost i entuzijastičnost, te bavljenje uslužnom djelatnosti (edukacija).

Poduzetnica smatra da je poduzeticama da bi bile uspješne potrebno: konstantno učenje, rad na sebi, znanje, predanost, vizija, velikodušnost, ustrajnost, odgovornost, entuzijazam, postavljanje standarda i kvalitete u poslovanju, voljeti ono što radiš i dati cijelu sebe u to.

6. Zaključak

Poduzetništvo je ključni dio gospodarstva. Potiče stvaranje novih poslovnih pothvata i razvijanje novih proizvoda, usluga i inovacija. Tako potiče stvaranje novih radnih mjesta i povećava zaposlenost. Poduzetništvo je pokretač gospodarskog rasta i razvoja, jer poticanjem samozapošljavanja stvaraju se novi poslovni pothvati, te samim time i obrti i poduzeća. Poduzetništvo također igra veliku ulogu u funkcioniranju države, u pružanju zdravstvenih, obrazovnih i socijalnih usluga kroz jačanje inovativnosti i usmjerenosti na zadovoljenje potreba potrošača. Država kroz subvencije i poticaje podržava žensko poduzetništvo.

Poduzetništvo žena je jedan od oblika poduzetništva koji se javlja krajem 20. stoljeća. Iako se izraz „žensko poduzetništvo“ često koristi u literaturi, pravilnije je reći poduzetništvo žena ili žena u poduzetništvu (jer sam pojam poduzetnika ne ukazuje na spol poduzetnika, pa samim time se ne razlikuje žensko ili muško poduzetništvo). Poduzetništvo žena predstavlja jedan od načina ponovnog ulaska žena na tržište rada. Tu do važnosti dolaze načini financiranja pothvata i prepreke i izazovi s kojima se žene u poduzetništvu još uvijek suočavaju. Ali na njih treba gledati kao na prilike da se napravi nova i bolja budućnost i mogućnosti ako poslovni pothvat uspije.

Budućnost poduzetništva žena u Hrvatskoj obilježiti će rast žena poduzetnica i sve smjelije i odvažnije poslovne pothvate. Jača se utjecaj žena u društvu, a ključni za taj rast su umrežavanje i mentorstvo, obrazovanje u poduzetništvu, te pristup financiranju i kreditiranju iz državne blagajne i EU fondova.

Literatura

Brkić, M. (2000). Vizija poduzetništva: kako postati uspješan poduzetnik. Lubaški: B-trade, Poslovna škola „Benko Kotruljić“. Split: Croata man

Čeke, K. (2023) Poduzetništvo žena u Hrvatskoj i svijetu. [Online] Završni rad. Varaždin: Fakultet organizacije i informatike. Raspoloživo na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:696053> [pristupljeno 11.rujna 2024]

Gosarić, I. (2016) Povijesni razvoj poduzetništva na primjeru ženskog poduzetništva. [Online] Diplomski rad. Varaždin: Sveučilišni centar Varaždin. Raspoloživo na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:685922> [pristupljeno: 11.rujna 2024.]

Hisrich, R. D., Peters, M. P. i Shepard, D.A. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: Mate d.o.o.

Jozić, F. (2004) Sustav uspjelog poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga

Lalić I. (2012). Kako pokrenuti vlastiti biznis. Zagreb: Profil International d.o.o.

Razvojna agencija općine Dugopolje ODRAZ (2024). Prednosti razvoja ženskog poduzetništva. [Online] Raspoloživo na: <https://ra-odraz.hr/prednosti-razvoja-zenskog-poduzetnistva/> [pristupljeno: 27. kolovoza 2024.]

Ribić D., Pleša Puljić N.(2020). Osnove poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga

Singer S., Šarlija N., Oberman Peterka S (2022). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: Mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj u uvjetima pandemije bolesti COVID-19. [Online] Raspoloživo na: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/CEPOR-Mala-i-srednja-poduze%C4%87a-u-HR-u-vrijeme-pandemije-COVID-19.pdf> [27. kolovoza 2024.]

Singer S., Šarlija N., Oberman Peterka S (2022). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? [Online] Raspoloživo na: <https://www.cepor.hr/GEM%20zbornik%202022%2005%2007%202023.pdf> [pristupljeno:27. kolovoza 2024]

Singer, S. i sur. (2020) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. uključujući dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu [Online] Raspoloživo na: <https://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjescje-2020-HR-web.pdf> [pristupljeno: 27.kolovoza 2024.]

Singer, S., Delić, A., Perić J., Eterović Danica, Ćorić, G (2009). Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. [Online] Raspoloživo na: <https://www.cepor.hr/Strategija%20za%20razvoj%20zenskog%20poduzetnistva%20u%20RH.pdf> [pristupljeno:9. rujna 2024]

Stilin, A. (2006) Suvremeni trendovi u poduzetništvu. [Online] Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 7 No. 1 str. 39.-46. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/file/252559> [pristupljeno 10. rujna 2024.]

Studio Respect (2024) Studio Respect Boutique Prigode. Raspoloživo na: <https://boutiqueprigode.com/> [pristupljeno: 5. rujna 2024.g]

Udruga Poduzetništvo s povjerenjem (2024) Poduzetništvo s povjerenjem. Raspoloživo na: <https://www.poduzetnistvosповjerenjem.hr/> [pristupljeno: 5. rujna 2024]

Zelenika R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog rada. Ekonomski fakultet u Rijeci: Rijeka

Zirdum, G. (2017) Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. [Online] Obrazovanje za poduzetništvo – E4E: znanstveni stručni časopis u obrazovanju za poduzetništvo, Vol. 7 No.2. str. 205.-222. Raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/file/282757> [pristupljeno: 10. rujna 2024.]

Popis slika

Slika 1 Osobine uspješnog poduzetnika.....	5
Slika 2 Usporedba između poduzetnika i poduzetnice.....	13
Slika 3 Studio Respect.....	20
Slika 4 Usluge i proizvodi.....	21

Popis tablica

Tablica 1 Razlozi pokretanja poslovnog pothvata - za TEA poduzetnike, u % - 2022.....	6
Tablica 2 Individualni atributi potencijalnih poduzetnika.....	7
Tablica 3 Percepcija društvenih vrijednosti u poduzetništvu	7
Tablica 4 Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti, mjerena TEA indeksom	8
Tablica 5 Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi, mjerene TEA indeksom - udjel u dobnoj skupini - %	9
Tablica 6 Obrazovna razina i poduzetnički atributi - u % od odrasle populacije 18-64 godina starosti	10
Tablica 7 Broj trgovačkih društava prema vlasničkoj strukturi i rodnom kriteriju	16