

## **ŽENSKO PODUZETNIŠTVO I PODUZETNIČKA AKTIVNOST ŽENA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

### **WOMAN ENTREPRENEURSHIP AND ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF WOMEN IN CROATIA**

**Darija Ivanković, mr.sc., v. pred.**<sup>236</sup>

**Željka Kulenović, dr.sc., pred.**<sup>237</sup>

**Željko Sudarić, mr.sc., v. pred.**<sup>238</sup>

---

**Sadržaj:** *Žensko poduzetništvo prepoznato je na svjetskoj razini kao važan element gospodarskog rasta. No ipak, u većini zemalja broj žena poduzetnica u velikoj mjeri zaostaje za brojem muškaraca. Najveći uzrok tome su razne prepreke s kojima se žene, u borbi za samostalnim poduzećem, moraju nositi. Cilj rada je istražiti u kojoj mjeri žene poduzetnice participiraju u ekonomiji Hrvatske. Metodologija rada oslanja se na dosadašnje teorijske spoznaje, nacionalne dokumente i sekundarne podatke o poduzetničkoj aktivnosti žena publiciranih u okviru GEM istraživanja. Rezultati sugeriraju da je u zadnjih nekoliko godina prisutan trend rasta poduzetnica u Hrvatskoj. No unatoč tome, suočene su s određenim strukturnim i ekonomskim preprekama koji pred Vladu RH i resorno ministarstvo u godinama koje slijede postavljaju nove izazove, a koji su usmjereni na kreiranje novih programa i policy instrumenata.*

**Ključne reči:** *žensko poduzetništvo, poduzetnička aktivnost žena, GEM istraživanje, Hrvatska*

---

**Abstract:** *Woman entrepreneurship has been recognized at the global level as an important element of economic growth. However, in most countries the number of women entrepreneurs greatly inferior to that of men. The biggest cause of it is various barriers that the women, in the fight for an independent company, must bear. The aim of this paper is to explore the extent to which women entrepreneurs participating in the Croatian economy. Work methodology relies on previous theoretical knowledge, national documents and secondary data on entrepreneurial activity of women published in the context of the GEM research. The results suggest that in recent years is present a trend of growth of women entrepreneurs in Croatia. Nevertheless, they are faced with certain structural and economic barriers that before the Government and the line ministry in the coming years pose new challenges, which are focused on creating new programs and policy instruments.*

**Key words:** *Woman Entrepreneurship, entrepreneurial activity of woman, Global Entrepreneurship Monitor, Croatia*

---

<sup>236</sup> Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, Županijska 50, Vukovar

<sup>237</sup> Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, Županijska 50, Vukovar

<sup>238</sup> Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, Županijska 50, Vukovar

## 1. UVOD

Žensko poduzetništvo predstavlja svjetski fenomen u razvoju poduzetništva. Američki znanstvenici Peterson i Weirmair taj fenomen nazivaju “mirnom revolucijom u svjetskim razmjerima”. Intenzitet kojim se “val” ženskog poduzetništva širi diljem svijeta, otvara pitanje kolika je njihova participacija odnosno doprinos svjetskoj ekonomiji [1]. Također, pojava poduzetnica u proteklih dvadesetak godina u razvijenom svijetu usko je povezana i sa demokratizacijom društva, točnije, s izjednačavanjem muških i ženskih prava, prije svega prava na obrazovanje. Prema istraživanjima koje je 2011. godine proveo Ured pravobraniteljice za ravnopravnost spolova, smatra se da žene u Europi danas pokreću svaki četvrti novi posao. No ipak, u većini zemalja broj žena poduzetnica u velikoj mjeri zaostaje za brojem muškaraca uključenih u poduzetničke aktivnosti. Važnost poticanja ženskog poduzetništva prepoznao je i Europski parlament koji poziva sve države članice EU-a da smanje prepreke s kojima se suočavaju žene poduzetnice te pripreme konkretne strategije za puno iskorištavanje potencijala žena kako bi se osnažio rast i prosperitet u EU [2].

## 2. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO

Žensko poduzetništvo čini noviju disciplinu u okviru područja poduzetništva. Poduzetništvo se tradicionalno definiralo kao „muška“ djelatnost“, budući da su upravo muškarci bili primarni sudionici poduzetničke djelatnosti. Prvi članak o ženskom poduzetništvu objavila je 1976. godine autorica Eleanor Brantely Schwartz pod naslovom „Entrepreneurship, a New Female Frontier“. U tom članku autorica dolazi do zaključka da žene, kao i muškarce, vode isti motivi ulaska u poduzetništvo: želja za postignućem, zadovoljstvo poslom i neovisnost [3]. Iako je od tada prošlo gotovo 40 godina, ne jenjava interes akademske i poslovne zajednice za područje ženskog poduzetništva. Istraživanja diljem svijeta aspostrofiraju na činjenicu da su poduzetnički pothvati koje pokreću žene važne ne samo zbog ravnopravnosti spolova već i zbog jačanja kapaciteta žena za pokretanje poduzetničkog pothvata, a koji rezultiraju otvaranjem novih poduzeća, novih radnih mjesta.



*Željko Sudarić je magistar znanosti iz područja ekonomije i viši predavač na Veleučilištu „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru. Trenutno pohađa Sveučilišni poslijediplomski doktorski studij. Autor više znanstvenih i stručnih radova na Međunarodnim konferencijama. Urednik je udžbenika Osnove radnog prava (autora Herman, Ćupurdija), više puta član organizacijskog odbora Međunarodne konferencije „Razvoj javne uprave“, predsjednik povjerenstva za Izdavačku djelatnost. Uspješno završio nekoliko stručnih edukacija vezanih uz prodaju, financije i marketing, te sudjelovao u realizaciji EU projekata vezanih za zapošljivost i jačanje socijalnog dijaloga. Stručna znanja stekao kroz deset godina radnog iskustva u praksi. Na Veleučilištu „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru u svibnju 2010. godine postaje predavač, a 2014. godine i viši predavač u znanstvenom području društvenih znanosti, znanstvenom polju ekonomija, znanstvenoj grani ekonomika poduzetništva.*

Što je dakle žensko poduzetništvo? Žensko poduzetništvo je ekonomska aktivnost onih žena koje razmišljaju o vlastitom poslu, pokreću ga, organiziraju i kombiniraju razne čimbenike, upravljaju poduzećem, preuzimaju rizik odnosno ekonomsku nesigurnost koju podrazumijeva vođenje poduzeća [4]. Nadalje, američka definicija sugerira da je žensko poduzeće gospodarski subjekt koje je barem 51 posto u vlasništvu žene koja ga istovremeno kontrolira i vodi [5]. U hrvatskoj terminologiji koristi se izraz žensko poduzetništvo što neki autori (Avelini Holjevac i Galičić) smatraju pogrešnim. Naime, pojam poduzetništva ne obilježava spol poduzetnika pa nema ni muškog ni ženskog poduzetništva. Može se samo govoriti o eventualnim razlikama između poduzetnika i poduzetnica. Pravilan je izraz, dakle, «žene u poduzetništvu» ili skraćeno «poduzetnice» [6]. No, bez obzira na terminologiju evidentno da žensko poduzetništvo danas kako u Hrvatskoj, tako i u svijetu, moćan izvor ekonomske neovisnosti koje ženama pruža priliku za pokretanje i vođenje vlastitog poduzeća.

U nacionalnoj strategiji za razvoj ženskog poduzetništva ističu se i glavne karakteristike ženskog poduzetništva [7]:

- radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije (ženska poduzeća su manja, ali i zatvaraju manje radnih mjesta);
- veća briga za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose;
- više podupiru zaposlene u njihovim ambicijama;
- više ulažu u školovanje zaposlenih;
- uspjeh ne mjere samo profitom, nego zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međusobnim odnosima;
- spremnije su na timski rad, važniji im je uspjeh organizacije ili neke ideje nego vlastiti ego;
- nude više mogućnosti za naknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme, širokogrudnije su kada je u pitanju porođiljni dopust;
- opreznije su kod uzimanja kredita;
- bave se najviše uslužnim djelatnostima zato što su socijalno osjetljivije i zato što to iziskuje manja početna ulaganja.

## **2.1. PREPREKE I IZAZOVI ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA**

Osnovni hendikepi za značajniju zastupljenost i veću kompetitivnost žena u poduzetništvu ogledaju se u tradicionalnim predrasudama, sociološkim stavovima odgovornih za razvoj poduzetništva, nepovjerenju prema ženama i nedorečenosti zakonodavne infrastrukture kao pretpostavke za snažniji razvoj poduzetništva. Mogućnosti za žene koje ulaze u svijet poduzetništva rastu, no taj proces ovisi o funkcionalnom području, odnosno o vrsti djelatnosti, jer različite djelatnosti osiguravaju različite mogućnosti za brži razvoj poduzetništva kod žena [8]. U lipnju 2011. godine, u sažetku studije "Položaj žena na hrvatskom tržištu rada" po prvi puta se ozbiljnije raspravlja o preprekama za razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj. Autorice studije prepreke dijele u četiri glavna područja [9]:

- *socijalne prepreke*: manjak samopouzdanja, manjak vizije i aspiracija, manjak spremnosti na akciju, manjak hrabrosti, nespremnost na rizik;
- *obrazovanje i vještine*: manjak odgovarajućih poduzetničkih vještina i kvalifikacija;
- *okruženje*: administrativni su postupci složeni, financijska je potpora implementacije različitih programa razvoja poduzetništva od strane države nestabilna, negativna medijska prezentacija poduzetništva u društvu, nedovoljno promicanje pozitivnih

- primjera i dobre prakse, nedovoljna suradnja između različitih institucija, nedovoljna ili nekvalitetna poslovna infrastruktura (inkubatori, tehnološki centri, itd.);
- *financijske prepreke*: manjak početnog kapitala i ostalih izvora financiranja pokretanja poslovanja, neodgovarajuće informacije o postojećim državnim financijskim potporama, slaba ponuda poduzetničkog kapitala, nepovoljan sustav oporezivanja, neprimjeren odnos banaka prema malim poduzetnicima.

Nadalje, u Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine identificiraju se prepreke koje otežavaju rješavanje problema u jačanju poduzetništva žena i to: dominaciji žena u nezaposlenosti, postojani jaz u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena te nezastupljenost žena u upravljačkim tijelima. Takav niz prepreka koje su međusobno isprepletene i vrlo različite postavlja složene zahtjeve za njihovo otklanjanje (vrijeme, društvena volja, izvori financiranja, institucionalna podrška). Prepreke se mogu objediniti u tri skupine, kao strukturalne, ekonomske i „meke“ [10]. Uvažavajući navedene prepreke (ali i okruženje te poslovnu praksu) može se zaključiti kako su danas, žene poduzetnice u Hrvatskoj, suočene s preprekama i poteškoćama glede dostupnosti financijskih sredstava (nedovoljna informiranost o izvorima financiranja), informacija (nedostatak savjeta, mentorstva te pristup mrežama poduzetnika/ca), tržišta i educiranja (nedostatak programa osposobljavanja i obrazovnih programa namijenjenih tehnološki intenzivnim pothvatima). Jedna od većih poteškoća svakako je usklađivanje radnog i obiteljskog života. Iako je doživljaj poteškoća prilikom usklađivanja obaveza na poslu i u kućanstvu skoro jednako raširen među spolovima, očigledno je da žene obavljaju kućanske obaveze i brigu o djeci u mnogo većoj mjeri. Stoga fleksibilniji oblici zapošljavanja mogu doprinijeti da žene uspostave ravnotežu između svijeta rada i obitelji, a što će zasigurno doprinijeti i pozitivnijoj demografskoj situaciji u Hrvatskoj.

## 2.2. VLADNE POLITIKE PREMA ŽENSKOM PODUZETNIŠTVU

Tijekom posljednjih desetak godina usvojen je niz zakona koji uređuju pojedine aspekte socijalnog položaja žena, ili, preciznije, njihovog položaja na hrvatskom tržištu rada. Uz postojeće zakone Hrvatska je donijela i važne strateške dokumente, a koji se mogu smatrati okvirom za razvoj ženskog poduzetništva. Prvi takav dokument je Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2010. do 2013., a koja proizlazi iz obveze provedbe Nacionalne politike za promicanje ravnopravnosti spolova (razdoblje 2006. do 2010. godine). Razlozi definiranja posebne strategije razvoja ženskog poduzetništva mogli su se pronaći u [11]:

- dominaciji muškaraca u poduzetničkoj aktivnosti,
- dominaciji žena u nezaposlenosti,
- nepostojanju dugoročne vizije i konzistentne politike za zatvaranje jaza između uključenosti žena i muškaraca u poduzetničku aktivnost,
- nedostatne povezanosti između nositelja različitih aktivnosti za razvoj poduzetničkog kapitala na državnoj i lokalnoj razini te
- porastu stope rizika od siromaštva za žene, posebno starije dobi.

Strategija je bila namijenjena raznim inicijativama i institucijama čijim aktivnostima se trebalo omogućiti smanjenje nezaposlenosti žena kroz samozapošljavanje, ali i jačanje zaposlenosti u rastućim poduzetničkim pothvatima žena. Međutim, kasnija analiza<sup>239</sup> pokazala

<sup>239</sup> Analiza se oslanja na Ocjenu stanja ekonomske i poduzetničke aktivnosti žena u Republici Hrvatskoj te Izvješću o provedbi Strategije 2010.-2013.

je kako nije bilo uspostavljeno dovoljno usuglašenih akcija nositelja i dionika te da nije polučen odgovarajući rezultat. Također, pokazalo se da je i dalje značajan problem za praćenje i vrednovanje Strategije i za ocjenu stanja poduzetništva žena potrebnu pri izradi strateških dokumenata, nedovoljnost izvora podataka i informacija [12]. Stoga je Vlada Republike Hrvatske donijela novi dokument - Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. do 2020., a koja je nastavak na prethodno opisanu strategiju. Ona je na odgovarajući način povezana i prati Strategiju razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2020. čiji je opći cilj povećanje konkurentnosti malog gospodarstva. Također, važno je spomenuti kako se strategija temelji i na strateškom okviru EU, SBA aktu i Ženskoj povelji 2 te Strategiji Europa 2020. čiji su ciljevi postizanje pametnog, održivog i uključivog rasta što podrazumijeva široko i učinkovito ubrzanje poticanja ekonomskog potencijala žena [13].

Dugoročni strateški ciljevi strategije su:

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

Otkako je Vlada RH usvojila Strategiju, različite su se institucije (potporne institucije, udruge, mreže ambasadorica, HBOR) uključile u promociju i provedbu kako bi osnažile žene i njihovu ulogu u društvu.

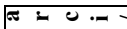
### **3. PODUZETNIČKA AKTIVNOST ŽENA**

Danas, nažalost, postoje tek skromna istraživanja koja prate uključenost žena u poduzetništvo. Jedno od takvih je GEM<sup>240</sup> istraživanje koji prati poduzetničku aktivnost na individualnoj razini te poduzetničku okolinu (kroz faze poduzetničkog ponašanja i obilježja poduzetničkog ponašanja). Pokazatelji poduzetničke aktivnosti žena u Republici Hrvatskoj potvrđuju da Hrvatsku još uvijek obilježava značajno veće učešće muškaraca nego žena u poduzetničkim aktivnostima.

<b>HRVATSKA</b>	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
<b>TEA žene %</b>	4,7	4,9	5,1	4,8	<b>5,7</b>
<b>TEA muškarci %</b>	8,7	11,8	11,5	11,3	9,7

Tablica 1: Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodnosti (GEM, 2015)

U Tablici 1. prikazana je poduzetnička aktivnost prema kriteriju rodnosti mjereno TEA indeksom. U razdoblju od 2012. do 2015. godine promjene u poduzetničkoj demografiji s obzirom na kriterij rodnosti pokazuju značajnije promjene samo u 2015. kada TEA indeks za žene iznosi 5,7 dok je u prethodnim godinama prilično stabilan jaz između poduzetničke aktivnosti muškaraca i žena u korist muškaraca [14].

	Godina	Dobne granice
---	--------	---------------

<sup>240</sup> Global Entrepreneurship Monitor - predstavlja jedinstveni međunarodni istraživački projekt pokrenut 1999. godine kao inicijativa istraživača s London Business School i Babson College-a iz Bostona, radi proučavanja povezanosti poduzetništva i ekonomskog rasta. Hrvatska je u GEM istraživanje uključena po prvi put 2002. godine

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	prosjeak
2012.	3,5	2,3	2,1	1,7	3,5	2,4
2013.	2,8	2,2	1,3	2,7	4,9	2,2
2014.	5,0	2,3	1,9	2,4	2,7	2,4
2015.	2,3	2,8	1,2	1,3	1,2	1,7

Tablica 2: Poduzetnička aktivnost po dobnoj skupini i rodnosti (GEM, 2015)

Promatrajući ove tendencije kroz omjer poduzetnički aktivnih muškaraca i žena (Tablica 2) vidljivo je da je značajniji jaz u ranijim starosnim skupinama (što je vezano za materinstvo), ali i u najstarijoj starosnoj skupini (izuzetak je 2015. godina). To dodatno potvrđuje da je poduzetnička aktivnost žena uvjetovana i drugim aspektima, a ne samo voljnosti žena (raspoloživost usluga koje olakšavaju obiteljski život, kulturološki stav prema ulozi žena u obitelji) [15].

	2010.		2011.		2012.		2013.	
	Prosjeak GEM zemalja	Hrvatska	Prosjeak GEM zemalja	Hrvatska	Prosjeak GEM zemalja	Hrvatska	Prosjeak GEM zemalja	Hrvatska
<b>Podrška poduzetnicama</b>	3,13	2,83	3,20	2,71	3,24	2,68	3,26	2,95

Tablica 3: Percepcija o podršci žena u pokretanju poslovnog pothvata (GEM, 2016)

Iako ocjena podrške poduzetnicama u Hrvatskoj raste u odnosu na 2012. godinu (u 2013. ocjena je 2,95, a u 2012. ocjena je bila 2,68), GEM istraživanje i dalje ukazuje na nižu razinu ocjene podrške u Hrvatskoj u odnosu na prosjeak zemalja koje sudjeluju u GEM istraživanju - prosječna ocjena GEM zemalja iznosi 3,26. Ovi pokazatelji ukazuju na postojanje značajnih prepreka (i/ili nedjelotvornosti primjenjenih programa i mjera) za razvoj ženskog poduzetništva u Hrvatskoj te potrebu za širim spektrom policy instrumenata i programa [16].

#### 4. ZAKLJUČAK

Žensko poduzetništvo moćan je izvor ekonomske neovisnosti koji ženama pruža priliku za ulazak u poduzetničke vode. Ono također podrazumijeva gospodarski rast, otvaranje radnih mjesta ali i jačanje položaja žena općenito. Niti Hrvatsku nisu zaobišli europski trendovi koji ukazuju na činjenicu da je još uvijek prisutan jaz između poduzetničke aktivnosti muškaraca i žena. No, u zadnjih nekoliko godina broj poduzetnica u Hrvatskoj raste o čemu svjedoči i TEA indeks (u 2015. godini TEA indeks za žene iznosi 5,7). Iako je Hrvatska jedna od rijetkih zemalja koja ima strategiju razvoja poduzetništva žena unutar koje su identificirana četiri ključna cilja, evidentno je kako postoje određene prepreke koje koče daljnji razvoj. Žene su obrazovanije, imaju potrebna stručna znanja i vještine nužne za pokretanje poslova, ali često, za razliku od muških poduzetnika, nemaju ravnopravan pristup financiranju, informacijama, podršci. Stoga je na razini države potrebno pojačati mjere kojima se pomaže poduzetnicama, olakšati dostupnost i provedbu istih te poboljšati pristup odgovarajućim izvorima financiranja. Konačno, kako bi se uspješno prevladale sve prepreke, na razini države potrebno je razvijati i dalje razvijati nove programme i policy instrumente.

## REFERENCES

- [1] Chirikova, A. (2001) Woman as a Company Head, Problems of Economic Transition, Vol 43, Iss. 9, pp. 6-19.
- [2] Trešćec, Z. (2016) EP poziva na poticanje ženskog poduzetništva, dostupno na: <http://eu.hina.hr/content/9127257>, pristup 20.04.2016.
- [3] Škrtić, M., Mikić, M. (2011) *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb, pp. 302.
- [4] Medha Dubhashi, V. (1987) *Women Entrepreneurs in India*, Mittal Publications, New Delhi, pp.112.
- [5] Miošić Lisjak, N., Čurlin, I. (2002) *Žene i poduzetništvo*, The STAR Network of World Learning, Zagreb, pp. 7.
- [6] Avelini Honjevac, I., Galičić, V. (2005) *Žene u poduzetništvu*, dostupno na: <http://www.krug.com.hr/default.aspx?id=85>, pristup 28.04.2016.
- [7] Ministarstvo poduzetništva i obrta (2013) *Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. - 2020.*, MINPO, Zagreb
- [8] Avelini Honjevac, I., Galičić, V. (2005) *Žene u poduzetništvu*, dostupno na: <http://www.krug.com.hr/default.aspx?id=85>, pristup 28.04.2016.
- [9] Hazl, V., Crnković Pozaić, S., Meštrović, B., Taylor, A. (2011) Položaj žena na hrvatskom tržištu rada, Zagreb, Hrvatski zavod za zapošljavanje, pp. 20
- [10] Vlada Republike Hrvatske (2014) *Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. do 2020.*, MINPO, Zagreb
- [11] Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2009./2010.) *Strategija razvoja ženskog poduzetništva 2010.-2013.*, MINPO, Zagreb
- [12] - [13] Vlada Republike Hrvatske (2014) *Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. do 2020.*, MINPO, Zagreb
- [14] - [15] Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2016) *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM HRVATSKA 2012-2015*, CEPOR, Zagreb, pp. 39-41.
- [16] Alpeza, M. et al (2015) *Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2014*, CEPOR, Zagreb, pp. 28-30.