

KOMPARATIVNA ANALIZA RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ I CRNOJ GORI

Ivanušević, Iva

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac
University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:602534>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-10**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied
Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Specijalistički diplomski stručni studij Poslovno upravljanje

Iva Ivanušević

**KOMPARATIVNA ANALIZA RAZVOJA
ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI
HRVATSKOJ I CRNOJ GORI**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.godine

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Specijalistički diplomski stručni studij Poslovno upravljanje

Iva Ivanušević

**KOMPARATIVNA ANALIZA RAZVOJA
ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI
HRVATSKOJ I CRNOJ GORI**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Ekonomika poduzetništva

Mentor: dr. sc. Mateja Petračić, viši predavač

Matični broj studenta: 061 941 8020

Karlovac, srpanj 2021.godine

ZAHVALA

Ovaj rad posvećujem svojoj obitelji koja mi je najveća podrška u životu.

SAŽETAK

Rad se bavi komparativnom analizom razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori. Rad obuhvaća dva dijela, odnosno podijeljen je na teorijski i praktični dio. Kroz teorijski dio rada definira se pojam poduzetništva i poduzetnika, navode se vrste i funkcije poduzetništva, te se pomoću dostupnih statističkih pokazatelja analizira trenutno stanje u Republici Hrvatskoj. Također, u sklopu teorijskog dijela definira se što je to žensko poduzetništvo, te s kojim izazovima i preprekama se žene danas susreću. Nadalje, kroz praktični dio analizira se ekonomska aktivnost žena u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori. Kroz rad analiziraju se Zakoni, politike i programi kojima se regulira razvoj ženskog poduzetništva u promatranim državama. Za promatrane države izrađena je SWOT analiza kroz koju su prikazane snage, slabosti, prilike i prijetnje ženskog poduzetništva.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnik, žensko poduzetništvo, Republika Hrvatska, Crna Gora

SUMMARY

The final thesis is concerning the topic of development of female entrepreneurship in Republic of Croatia and Republic of Montenegro. The topic is divided in two separate parts, more specifically on theoretical and practical part. The theoretical part is explaining the idea of entrepreneurship and the entrepreneur, the species and functions of entrepreneurship and the current stage of it in Croatia is explained by statistical data. Furthermore, it also defines what female entrepreneurship is and what issues females handle nowadays. Practical part analyses female activity in economics in Croatia and Montenegro. The laws, policies and programmes which regulate development of female entrepreneurship in those countries are also elaborated in practical part of the thesis. The SWOT analysis is also created for these specific countries.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, female entrepreneurship, Republic of Croatia, Montenegro

SADRŽAJ

1. UVOD	2
1.1. Predmet i cilj rada.....	2
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	2
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. TEORIJSKE ODREDNICE PODUZETNIŠTVA.....	3
2.1. Pojam i nastanak poduzetništva.....	3
2.1.1. Vrste poduzetništva	8
2.1.2. Funkcije poduzetništva.....	11
2.2. Pojam i karakteristike poduzetnika.....	13
2.3. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj	16
2.3.1. Analiza stanja i učinaka poduzetništva u Republici Hrvatskoj	16
2.3.2. Institucionalni okvir za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	23
3. PROBLEMATIKA RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA.....	31
3.1. Pojam i nastanak ženskog poduzetništva.....	31
3.2. Izazovi i prepreke u ženskom poduzetništvu.....	36
3.3. Usporedba ženskih i muških poduzetnika	38
4. ULOGA ŽENA U PODUZETNIŠTVU REPUBLIKE HRVATSKE I CRNE GORE	41
4.1. Analiza ekonomske aktivnosti žena u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori.....	41
4.2. Vlasnička i upravljačka zastupljenost žena	53
4.3. Ciljevi razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori	59

4.4.	Pravni i institucionalni okvir za žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori	62
4.4.1.	Međunarodni zakonodavni okvir vezan uz rad i prava žena	62
4.4.2.	Institucije odgovorne za razvoj ženskog poduzetništva	64
4.5.	SWOT analiza ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori	67
5.	PREPORUKE ZA UNARIJEĐENJE PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI ŽENA	70
6.	ZAKLJUČAK	73
	POPIS LITERATURE	75
	POPIS TABLICA	82
	POPIS GRAFIKONA	83
	POPIS ILUSTRACIJA	83

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada je komparativna analiza razvoja ženskog poduzetništva na području Republike Hrvatske i Crne Gore. Cilj rada je pojmovno odrediti poduzetništvo i žensko poduzetništvo, odrediti vrste i karakteristike poduzetništva, te navesti izazove s kojima se žene susreću na svom poduzetničkom putu. Analizirati poduzetničku aktivnost žena na području Republike Hrvatske i Crne Gore pomoću dostupnih statističkih pokazatelja. Iznijeti Zakone i Pravilnike kojima se regulira razvoj ženskog poduzetništva, ali i poduzetništvo općenito te navesti institucije koje su zadužene za njihovu provedbu. Cilj je skrenuti pozornost na važnost i ulogu žena u poduzetništvu.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Prikupljanje podataka za pisanje završnog rada započelo je istraživanjem na osnovi relevantne literature u pisanom obliku kao i u elektroničkom, odnosno metodom desk istraživanja. Podaci su obrađeni i prilagođeni radu metodom analize i sinteze, metodom kompilacije te deskripcije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad strukturiran je u šest glavnih poglavlja. Prvo poglavlje odnosi se na uvod, gdje su određeni predmet i cilj rada, izvori i metode prikupljanja podataka kao i struktura rada. Nakon uvodnog dijela rada, slijedi pojmovno određenje pojma poduzetništva i poduzetnika te njegovih vrsta i funkcija. Kroz treće poglavlje određuje se pojmovno značenje ženskog poduzetništva, te se ističu prepreke s kojima se susreću, kao i razlike između poduzetnica i poduzetnika. Četvrto poglavlje odnosi se na praktični dio koji se odnosi na razvoj ženskog poduzetništva na području Republike Hrvatske i Crne Gore. Kroz to poglavlje osvrće se na aktualno stanje, te se kroz statističke pokazatelje prikazuje koliko su žene zastupljene u poduzetništvu, i koliko doprinose razvoju gospodarstva. U petom poglavlju iznose se preporuke koje bi trebalo sprovesti u djelo kako bi se razvoj ženskog poduzetništva doveo na višu razinu. Zadnji dio rada odnosi se na zaključak u kojem je sažeto objektivno mišljenje autora o predmetu rada. Na kraju rada nalazi se popis literature, popis tablica, popis grafikona i popis ilustracija.

2. TEORIJSKE ODREDNICE PODUZETNIŠTVA

Ovo poglavlje sastoji se od nekoliko podtočaka, kroz koje se definira poduzetništvo i poduzetnik. Također navode se vrste i funkcije poduzetništva, te karakteristike poduzetnika. Na kraju ovog poglavlja analizira se trenutno stanje poduzetništva na području Republike Hrvatske kao uvod u detaljniju analizu razvoja ženskog poduzetništva.

2.1. Pojam i nastanak poduzetništva

Poduzetništvo je već stoljećima dio gospodarstva, ali i društva. Korijeni poduzetništva pronalaze se već kod starih civilizacija, kao što su babilonska, arapska, egipatska i kineska. Do većeg izražaja dolazi u antičkom dobu kada počinju jačati poduzetničke aktivnosti, kao što su trgovina i novčarsko poslovanje. Zanimljivost povezana s antičkim dobom je ta da su plemiće nazivali franšizantima, a vladare franšizorima što ujedno predstavlja i početak razvoja franšize.¹

Prvi oblici poduzetništva, kao djelatnosti kakvu danas poznajemo razvija se između 12. i 15. stoljeća, a obuhvaća prije svega trgovinu, bankarsko-kreditne djelatnosti, osvajanje novih teritorija, pomorstvo, razbojništvo i gusarstvo. Osnovni tipovi poduzetnika u to doba bili su – gusari, feudalci, državni činovnici, špekulanti, trgovci i obrtnici.²

Smatra se da se prvi začeci poduzetništva javljaju u Italiji u 12. stoljeću, dok se u 14. stoljeću pojavljuju trajna udruženja koja se mogu usporediti s trgovačkim društvima kakva danas poznajemo. Udruženja koja su bila aktivna u to doba, a koja su imala za cilj pružati uzajamnu pomoć prilikom obavljanja trgovačkog posla, te su trgovci posao obavljali na vlastiti rizik, ali i za vlastiti račun nazivala su se trgovačke gilde. Sve navedeno su povijesne činjenice, koje se smatraju počecima poduzetničke aktivnosti.

¹ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 82.

² Kolaković, M.; Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Singerija, Zagreb, 2006., str. 6.

Nadalje, u 15. stoljeću pojavljuju se poduzeća sa svim današnjim karakteristikama, te poduzetnici započinju razdvajati poslovnu imovinu od privatne. Postaju poslovni subjekti koji posluju pod vlastitim imenom, i samim time stječu pravo kupovanja i prodaje proizvoda. Poduzetništvo masovnom pojavom postaje u 17. stoljeću, kada dolazi do procvata različitih oblika obrta, ali i trgovačkih poduzeća.

S pojavom industrijske revolucije važnost poduzetništva raste, ali u jednom trenutku uloga poduzetništva se smanjuje i industrijska proizvodnja sve više dobiva na važnosti. U tome trenutku industrija je uspjela potisnuti poduzetništvo. S vremenom dolazi do razvoja informacijsko – telekomunikacijske tehnologije što je ustvari poduzetništvo pozicioniralo na prvo mjesto, odnosno ono postaje temeljna gospodarska djelatnost.

Kako se poduzetništvo razvijalo kroz povijest, tako su nastajale i različite definicije koje su postavljene od strane brojnih autora. Upravo iz toga razloga poduzetništvo kao pojam teško je jednoznačno definirati. Brojni su ekonomski teoretičari iznijeli svoje poimanje pojma poduzetništva, međutim među njima posebno se ističu Richard Cantillon, Jean Baptiste Say, i u Hrvatskoj je to Benedikt Kotruljević.

Richard Cantillon je u svom djelu „Opća rasprava o prirodi trgovine“ definirao poduzetnika kao osobu koja kupuje po poznatim cijenama, a prodaje po nepoznatim cijenama.³ Pod nepoznatim cijenama misli se na to da će one tek biti definirane. Smatra se začetnikom teorije poduzetništva. Povezuje poduzetništvo i rizik, te smatra da će rizik biti veći ukoliko će i definirane cijene biti veće.

Nadalje, Jean Baptiste Say definirao je uloge i funkcije poduzetnika, te navodi da poduzetništvo nije ograničeno samo na ekonomsku djelatnost, već i na društvenu. Poduzetnika definira kao posrednika između vlasnika kapitala i najamnog radnika.⁴ Daljnjim proučavanjem učio je da poduzetnik kombinira različite proizvodne faktore kako bi stvorio jedinstveni proizvod. Osim toga, poduzetnik je osoba koja posjeduje sposobnost upravljanja, što je jedna od ključnih funkcija.

³ Kolaković, M.; Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Singerija, Zagreb, 2006., str. 9.

⁴ Kolaković, M.; Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Singerija, Zagreb, 2006., str. 10.

Kako se razvijala teorija poduzetništva u Europi, isto tako i u Hrvatskoj su djelovali brojni teoretičari, među kojima se posebno ističe Benedikt Kotruljević. U svojem djelu „Knjiga o umijeću trgovanja“ definirao je trgovinu, te tko je to „savršeni trgovaca“. On ističe da „savršeni trgovac“ treba poštovati određena načela koja se i danas mogu povezati s pojmom poduzetnika.

Bit poduzetništva je prepoznati prilike i ostvariti ideje. Ono predstavlja proces stvaranja vrijednosti iskorištavanjem jedinstvene kombinacije resursa kako bi se iskoristile prilike. To je posebna ekonomska funkcija čiji je cilj usmjeriti postojeće resurse na pokretanje novih poslovnih ideja, koje će nakon realizacije dovesti do dobitka.

Cilj poduzetništva je stvoriti kvalitetan gotovi proizvod koji će dovesti do širenja na nova tržišta, privući nove potrošače i zahtijevati ulaganje u nova tehnološka rješenja. Naravno, sve to za sobom povlači daljnja ulaganja, pronalaženje novih ideja, uvođenje inovacija i praćenje želja i potreba potrošača.

Poduzetništvo zauzima vodeće mjesto u gospodarskom razvoju iz razloga što ono osigurava gospodarski rast. Da bi se poduzetništvo moglo razvijati u željenom smjeru, prije svega mora dobiti potporu društva, te biti popraćeno adekvatnom pravnom regulativom. Poduzetnik mora biti osoba koja je spremna preuzeti rizik i posjedovati određeni kapital da bi mogao realizirati vlastitu ideju. Kada se govori o kapitalu, treba se naglasiti da on može biti vlastiti ili tuđi. Ukoliko, poduzetnik u ostvarenje poduzetničke aktivnosti ulaže vlastiti kapital, tada u cijelosti sam snosi rizik. U slučaju da se koristi tuđim kapitalom tada se rizik dijeli na sve sudionike.

Poduzetnik je osoba koja mora posjedovati širok spektar znanja kako bi mogao opstati na tržištu na koje se plasira. Znanjem dolazi do novih inovacija kojima želi poboljšati postojeće gotove proizvode, ali i uvoditi nešto novo što će zadovoljiti želje i potrebe potrošača. Osim što mora posjedovati znanje, to je osoba koja mora biti spremna na rizik, odgovorna, imati povjerenja u vlastite sposobnosti, znati reagirati u pravom trenutku, biti organizirana, imati želju za uspjehom i gledati u budućnost.

Kao i svaka djelatnost tako i poduzetništvo ima određene prednosti, ali i nedostatke. U nastavku rada istaknuti će se prednosti i nedostaci i svaka od njih će se pojasniti uz adekvatan primjer.

Prednosti koje se ističu su:⁵

- preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom,
- mogućnost mijenjanja stvari,
- mogućnost iskorištavanja svojih potencijala,
- ostvarivanje neograničenih profita,
- priznatost u društvu, i
- raditi posao s ljubavlju.

Ukoliko netko zaista posjeduje određenu ideju, i u trenutku kada ju krene stavljat na papir i razmišlja o tome da li da je realizira, ali u tome ga sputava strah, treba promisliti da li je to nešto što stvara osjećaj slobode i zadovoljstva. Tada treba preuzeti kontrolu nad vlastitom sudbinom, odbaciti strah i krenuti ostvarivati vlastite ciljeve.

Svaka nova ideja koja se rađa u čovjekovoj svijesti može dovesti do toga da nešto promijeni. Bilo da se radi o gradnji stambenih zgrada, otvaranju servisa za čišćenje, pružanju ugostiteljskih usluga ili nekoj sasvim drugoj ideji možda je upravo to ono nešto što će dovesti do društvenog razvoja. Ulaganje u društvo dovodi do stvaranja boljih pretpostavki za razvoj u budućnosti.

Poduzetnik je osoba koja posjeduje širok spektar znanja, međutim isto tako treba znati iskoristiti vlastite potencijale. Upuštanjem u ostvarivanje vlastitih ideja, poduzetnik postaje svjestan svojih sposobnosti, za koje do tada nije ni mislio da nosi u sebi.

Profit za svakog poduzetnika predstavlja vrlo važan čimbenik, koji ga ustvari i motivira na ulazak u poduzetništvo. Realiziranjem vlastitih ideja dolazi do otvaranja poduzeća, a samim time i ostvarivanja vlastitih želja.

⁵ Dračić, I. (2012.): Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin, str. 5. dostupno na: <https://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (pristupljeno 18.11.2020.)

Plasiranjem gotovih proizvoda na tržište cilj je privući što veći broj potrošača. Zadatak poduzeća je i dalje ostati na plasiranoj razini i ne izgubiti stečeno povjerenje. Konstantnim ulaganjem u proizvode i uvođenjem inovacija, priznatost u društvu će postajati sve veća. I ono što je najvažnije kada se netko odluči baviti poduzetništvom to zaista mora biti nešto što voli i što ga ispunjava.

Naravno u svakoj djelatnosti, pa tako i u poduzetništvu postoje određeni nedostaci.

Nedostaci koji se ističu su:⁶

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

Iako svaki poduzetnik se odlučuje baviti poduzetništvom zato što očekuje da će ostvariti dobiti, ipak ne postoji jamstvo da će poduzetnik ostvariti zaradu. Poduzeća se osobito na početku poslovanja susreću s velikim financijskim poteškoćama, i ukoliko ne posjeduju određenu ušteđevinu teško da će opstati. Naravno uz mogućnost neostvarivanja određenog dohotka, javlja se i rizik gubitka uloženog kapitala. Ukoliko, dođe do gubitka uloženog kapitala tada se događa ono što niti jedan poduzetnik ne želi, a to je bankrot.

Ulaskom u poduzetništvo, osobito na početku potrebno je uložiti mnogo truda, ali i vremena da bi se ciljevi ostvarili. Često se od poduzetnika zahtjeva cjelodnevni rad sedam dana u tjednu. Tada se zaboravlja na privatni život, i za poduzetnika postoji jedino posao kojem se u cijelosti posvećuje, što može imati negativne posljedice.

⁶ Dračić, I. (2012.): Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin, str. 5. – 6. dostupno na: <https://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (pristupljeno 18.11.2020.)

Vođenje vlastitog poduzeća izuzetno je stresno, a istodobno izazovno. Da bi poduzeće plasirali na željeno tržište i proizveli kvalitetne proizvode poduzetnici često ulažu velike količine kapitala i tako sebe ostavljaju bez dohotka. U svakom poslu, pa tako i u poduzetništvu javljaju se velike prepreke koje često obeshrabruju poduzetnika. Nailaskom na prepreku ne treba odustati i povući se, već upravo suprotno, treba ustati i nastaviti dalje.

Iz svega navedenog može se zaključiti da je poduzetništvo djelatnost koja teži stvoriti nešto novo, drugačije od konkurencije i privlačno potrošačima. Cilj je stvoriti poduzetničku klimu koja će biti orijentirana na inovativnost i kreativnost, te stvoriti novo zadovoljnije društvo. Iako poduzetništvo predstavlja veliki izazov, ne treba ga se bojati već skupiti hrabrost i krenuti u stvaranje boljih i kvalitetnijih proizvoda koji će doprinijeti boljoj budućnosti.

2.1.1. Vrste poduzetništva

Kada se govori o vrstama poduzetništva, tada se misli na:⁷

- tradicionalno poduzetništvo,
- korporativno poduzetništvo, i
- socijalno poduzetništvo.

Tradicionalno poduzetništvo obuhvaća poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima. To su samostalne gospodarske jedinice, čiji je osnovni cilj ostvarivanje profita. Malo gospodarstvo obuhvaća obrte, zadruge, mala i srednja trgovačka društva, te ostale oblike privatne poduzetničke aktivnosti.⁸ Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva ističe da mala gospodarstva godišnje zapošljavaju manje od 250 radnika, te su u svojem poslovanju neovisna. Gospodarski subjekti su sve fizičke i pravne osobe koje samostalno i trajno obavljaju dopuštene djelatnosti.

⁷ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 6. - 31.

⁸ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 7.

Tablica 1. Podjela poduzetnika na temelju pokazatelja

Kategorija	Iznos ukupne aktive (HRK)	Iznos prihoda (HRK)	Broj zaposlenika
Mikro poduzetnici	2.600.000,00	5.200.000,00	10
Mali poduzetnici	30.000.000,00	60.000.000,00	50
Srednji poduzetnici	150.000.000,00	300.000.000,00	250

Izvor: obrada autora prema podacima Zakona o računovodstvu (NN 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20), Narodne novine, Zagreb, 2020., članak 5, stavak 1., 2., 3., i 4. (17.12.2020.)

Tablica 1. prikazuje kriterije razvrstavanja subjekata u malim i srednjim poduzećima, koji su definirani Zakonom o poticanju razvoja malog gospodarstva, ali i Zakonom o računovodstvu. Pokazatelji koji se uzimaju u obzir prilikom razvrstavanja su ukupna aktiva, iznos prihoda i prosječan broj zaposlenika tijekom poslovne godine. Poduzetnici se dijele na mikro, male i srednje poduzetnike. Prema definiranim pokazateljima mikro poduzetnicima smatraju se poduzetnici čija ukupna aktiva ne prelazi 2,6 milijuna kuna, a prihodi 5,2 milijuna kuna, te tijekom poslovne godine imaju zaposleno ne više od 10 radnika. Nadalje, malim poduzetnicima se smatraju poduzetnici čija ukupna aktiva ne prelazi 30 milijuna kuna, a prihodi 60 milijuna kuna, te broje najviše 50 zaposlenika. Srednji poduzetnici su oni čija ukupna aktiva ne prelazi 150 milijuna kuna, a ukupni prihodi 300 milijuna kuna. Srednja poduzeća imaju zaposleno najviše 250 radnika.

Ukoliko srednji poduzetnici prekorače jedan od tri temeljna uvjeta, tada se radi o novoj kategoriji – veliki poduzetnici. U navedenu kategoriju najčešće se ubrajaju banke, društva za osiguranje, društva za reosiguranje, društva za upravljanje investicijskim fondovima, društva koja upravljaju obveznim i dobrovoljnim mirovinskim fondovima, te ostala veća društva.

Kroz poglavlje „Analiza stanja i učinaka poduzetništva u Republici Hrvatskoj“ uz pomoć statističkih pokazatelja prikazati će se stanje malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Korporativno poduzetništvo najčešće se povezuje s velikim tvrtkama koje žele primjenom novih trendova u gospodarstvu unaprijediti poslovanje. Pojavom sve veće konkurencije i stalnih promjena na tržištu velika poduzeća u svoje poslovanje uvode inovacije i fleksibilnost.

Prepreke koje su karakteristične za poduzetništvo u velikim poduzećima odnose se na prirodu velikih organizacija, potrebu za kratkoročnim profitima, nedostatak poduzetničkog talenta i neprikladne metode kompenzacija.⁹ Najveća prepreka u velikim poduzećima se odnosi na - međuljudske odnose, previše razina odlučivanja, potreba za kontrolom, korporativna kultura i vremenska dimenzija. Ono što krasi velika poduzeća je konstantna potreba iskorištavanja postojećih kompetencija.

Socijalno poduzetništvo je umjetnost simultanih težnji ka financijskom i socijalnom povratu investicija.¹⁰ Navedenu definiciju dao je Institut za socijalno poduzetništvo. Ova vrsta poduzetništva primjenjuje u svojem poslovanju sljedeća poduzetnički načela - inovativnost, preuzimanje rizika, uporan rad, postavljanje ciljeva i odgovornost u društvenom sektoru. Primjenom navedenih načela socijalno poduzetništvo ima za cilj unaprijediti kvalitetu življenja. Ono što se želi stvoriti je nova društvena vrijednost.

⁹ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 19.-20.

¹⁰ Dračić, I.; Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin, 2012., str. 11. dostupno na:

<https://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (pristupljeno 17.12.2020.)

2.1.2. Funkcije poduzetništva

Kroz ovo poglavlje dati će se pregled svih funkcija poduzetništva, te će se svaka od njih ukratko objasniti.

Funkcije poduzetništva obuhvaćaju grupe poslovnih aktivnosti, ali i zadataka koji se pojavljuju u poduzetništvu. Poduzetnik je osoba koja u malim poduzećima provodi sve funkcije, dok u slučaju porasta poduzeća se funkcije dijele na menadžere koji su specijalizirani za njihovu provedbu.

Najvažnije funkcije u suvremenom poduzetništvu su:¹¹

- strateška funkcija,
- planska funkcija,
- organizacijska funkcija,
- upravljačka funkcija, i
- kontrolna funkcija.

Svaka od navedenih funkcija za cilj ima ostvariti uspješno poslovanje, ali i unaprijediti daljnji razvoj malog poduzeća. Uloga navedenih funkcija je puno izraženija u velikim poduzećima, iz razloga što su za njihovu provedbu zaduženi menadžeri.

Strateška funkcija ima za cilj definirati strategiju razvoja malog poduzeća, te ju poduzetnik može provoditi samostalno ili u suradnji s menadžmentom. Strategija se definira kao plan akcija koje poduzetnik treba poduzeti da bi mogao definirati misiju, ostvariti vlastitu viziju, i postaviti ciljeve. Autori navode da je temeljno načelo svake dobre poslovne strategije ostvariti sinergiju.¹² Pod time se podrazumijeva da strategija obuhvaća planove koji će zajedničkim djelovanjem ostvariti veće učinke, nego što bi se ostvarili da djeluju samostalno.

Planiranje prije svega obuhvaća proces donošenja odluka između više ponuđenih opcija da bi se ostvario cilj poduzeća. Upravo iz toga razloga je izuzetno važno da poduzetnik, ali i njegovi suradnici poznaju proces planiranja. Cilj same planske funkcije je izgraditi strateški poslovni plan razvoja poduzeća. Strateški poslovni plan predstavlja dugoročni plan koji je usmjeren na aktivnosti svih zaposlenika i suradnika unutar poduzeća, te povećanje prodaje

¹¹ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 37.

¹² Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 38.

proizvoda i usluga. Poslovni planovi se dijele na dugoročne, srednjoročne, kratkoročne i tekuće planove. Da bi se plan mogao realizirati u zadanom vremenskom razdoblju, potrebno je od samog početka krenuti promišljeno, i poznavati svaki korak procesa. Svrha planiranja je smanjiti rizik, odnosno povećati sposobnost poduzeća da se zna nositi s većim rizicima.

Temeljna funkcija poduzetništva je upravo organizacijska funkcija koja ima za cilj razviti organizacijsku strukturu koju će biti moguće povezati s planom ili strategijom poduzeća. Sama organizacijska struktura obuhvaća čitav proces uspostavljanja odnosa između svih elemenata koji sudjeluju u poduzetničkoj aktivnosti. Njome se unutar poduzeća želi stvoriti pozitivna okolina kojom će se osigurati adekvatna koordinacija svih aktivnosti poduzeća. Razlog zbog kojeg dolazi do stvaranja organizacijske strukture je taj što se na taj način žele jasno definirati zadaće i odgovornosti.

Nadalje, upravljačka funkcija predstavlja funkciju koju poduzetnik unutar poduzeća mora svakodnevno primjenjivati. Ustvari radi se o funkciji čija je zadaća planirati i organizirati rad te poslovanje, angažirati i voditi zaposlenike i suradnike, te kontrolirati ljudske, materijalne i informacijske resurse. Kod ove funkcije izuzetno je važno znati upravljati ljudskim resursom, iz razloga što su zaposlenici ključ uspjeha. Vođa mora znati motivirati i poticati svoje zaposlenike, komunicirati s njima te ulagati u njihovo znanje. Takvim pristupom dolazi do pojave sve veće produktivnosti zaposlenika što na kraju svega ima pozitivan učinak na cjelokupno poslovanje.

I na kraju dolazi se do upravljačke funkcije koja je prije svega usmjerena na usporedbu planiranih i ostvarenih rezultata u poslovnom procesu. Povezana je sa svim funkcijama kojima je potrebno upravljati od samoga početka, kako bi se moglo ustvrditi da li je poslovanje usmjereno na ostvarenje postavljenih ciljeva.

Funkcije poduzetništva međusobno su povezane, te se nadovezuju jedna na drugu. Zajedničkim djelovanjem dovode do stvaranja kvalitetnog poslovnog procesa koji na kraju kao rezultat daje kvalitetan gotov proizvod. Naravno da bi se željena kvaliteta ostvarila, potrebni su stručnjaci koji će znati voditi svoje zaposlenike, te upravljati resursima kojima poduzeće raspolaže.

2.2. Pojam i karakteristike poduzetnika

Kroz ovo poglavlje definirati će se tko je to poduzetnik, te će se navesti osobine koje bi trebao posjedovati kako bi bio što uspješniji u svome poslovanju. Također, navesti će se i rizici s kojima se tijekom poslovanja susreće, te na koji način upravlja njima.

Poduzetnik je osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna preuzeti rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja.¹³ Osoba koja sudjeluje u procesu u kojem se gradi nešto novo kako bi s vremenom ostvarila određenu dobit. Riječ poduzetnik dolazi od francuske riječi „entre“ što znači između i francuske riječi „prendre“ što znači uzeti. Poduzetnik bez obzira čime se bavi mora biti inovativan, kreativan, uporan, i ono najvažnije spreman preuzeti rizik.

Također za poduzetnika se može reći da je to osoba koja kombinira različite resurse, rad, materijal i drugu imovinu kako bi stvorio veću vrijednost i na taj način uveo određene promjene i inovacije u poslovanje. To je osoba koja posluje na vlastiti rizik, osmišljava poduzetnički projekt, samostalno donosi odluke, dobro poznaje struku i sposoban je upravljati i rukovoditi poduzećem. Mora znati prepoznati nove prilike i mogućnosti, te svoje ideje prenijeti na druge ljude. Uvođenjem novih proizvoda, tehnologija, procesa i inovacija razvijaju se industrije koje osiguravaju nova radna mjesta, ali i pokreću ekonomiju.

Ekonomski teoretičari izdvojili su nekoliko tipova poduzetnika, a to su idealisti, optimizatori, radnici, žongleri i održavatelji.¹⁴ Idealisti su poduzetnici koji posjeduju sjajnu poslovnu ideju, uživaju u kreativnom radu, te se prilikom donošenja odluka usredotočuju na cijenu. Dok su optimizatori vrsta poduzetnika koja preferira slobodu i fleksibilnost u poslovanju. Unutar poduzeća koriste se različitim tehnologijama kako bi što više smanjili troškove i povećali produktivnost.

¹³ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 101.

¹⁴ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 104. – 105.

Nadalje, radnici su grupa poduzetnika koja ima razvijen dugoročni poslovni plan kojim se vodi u poslovanju, kako bi ostvarili zacrtane ciljeve. Ostvarivanjem zacrtanih ciljeva žele osigurati rast poduzeća. Žongleri su poduzetnici koji najčešće sve poslove obavljaju sami iz razloga što imaju problem s delegiranjem. Pozitivna strana ove grupe je to što su spremni prihvatiti nove tehnologije i istražuju nove mogućnosti kojima će unaprijediti poslovanje. I zadnja skupina poduzetnika su održavatelji koji vlasnicima određenog poduzeća postaju njegovom kupnjom ili nasljedstvom.

Često se vodi rasprava o osobinama koje bi poduzetnik trebao posjedovati da bi bio uspješan, te da li se poduzetnik rađa ili stvara. Za poduzetnika se kaže da je to osoba koja je rođena sa „šestim čulom“, i osoba koja mora posjedovati široka znanja. Da bi bio što uspješniji treba biti dobar organizator, znati osmisliti i isplanirati poslovne pothvate, prenijeti odgovornost, biti uporan, marljiv, samostalan, te moći preuzeti rizik. Također, mora znati na optimalan način upravljati ljudima, te materijalnim i financijskim sredstvima.

Postoji mnogo različitih osobina koje se navode da određena osoba treba posjedovati da bi bila što uspješnija, međutim osnovne osobine koje se izdvajaju su:¹⁵

- inovativnost,
- razumno preuzimanje rizika,
- samouvjerenost,
- uporan rad,
- postavljanje ciljeva i
- odgovornost.

Inovativnost obuhvaća kreiranje i uvođenje promjena, razvoj novih proizvoda, procesa, usluga i njihovu primjenu. Gospodarski razvoj u novije vrijeme sve više ovisi o stupnju inovativnosti i ulaganju u nove poslovne ideje. Uvođenjem inovacija dolazi do stvaranja veće konkurentske prednosti, i upravo zbog toga je potrebno kontinuirano raditi na uvođenju novih ideja.

¹⁵ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 119.

Do pojave poduzetničkog rizika može doći zbog loših odluka, zakazivanja ljudskog faktora ili nastanka nekog događaja zbog kojeg će nastati šteta ili gubitak. Četiri su glavne vrste rizika koji se koriste u klasifikaciji, a to su:¹⁶

- eksterni rizici – pravni, zakonski, tehnološki, politički, tržišni,
- interni rizici – organizacijski, menadžerski, komunikacijski, kulturalni, personalni,
- operativni rizici – proizvodnje, razvoja, prodaje, informacijsko – tehnološki,
- financijski rizici – financijskog tržišta, potraživanja, likvidnosti, cjenovni, promjene tečaja.

Kako bi se što više smanjio rizik potrebno je istražiti i ispitati sve okolnosti koje bi mogle dovesti do ugrožavanja poduzetničkog projekta. Mogućnost nastanka određenog rizika moguće je umanjiti kontinuiranim provođenjem analiza kojima će se odrediti rizične aktivnosti, ali i stalnim prikupljanjem i obrađivanjem informacija, te povećanim sigurnosnim mjerama. Iako su neki rizici nepredvidivi svaki poduzetnik mora biti spreman na njih, i znati se suočiti s istima kako bi mogao nastaviti svoje poslovanje.

U poslovanju poduzetnik treba vjerovati u sebe, zacrtane ciljeve i imati određene ambicije kako bi uspio ostvariti poslovni uspjeh. Put od ideje do realizacije je dug i potrebno je uložiti puno vremena, truda i rada kako bi se ostvarili ciljevi. Postavljeni ciljevi povezani su s poslovnim planom, kroz koji se iznose vizija, misija i svrha poduzetničke ideje. U poduzetničkoj aktivnosti profit ima izuzetno veliku važnost iz razloga što se njime najčešće mjeri uspješnost poslovanja.

Poduzetnik nastoji spojiti nove ideje, spoznaje, tehnologije i kapital u jedinstveni poduzetnički proces kako bi stvorio nove proizvode i usluge kojima će zadovoljiti ljudske želje i potrebe, ostvariti profit i doprinijeti razvoju gospodarstva.

¹⁶ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 190.

2.3. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Kroz ovo poglavlje na temelju dostupnih statističkih pokazatelja analizirati će se trenutno stanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj, te će se navesti Zakoni, institucije, politike i programi kojima se regulira razvoj malog i srednjeg poduzetništva.

2.3.1. Analiza stanja i učinaka poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Kroz ovo poglavlje pomoću statističkih pokazatelja analizirati će se stanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Stanje će se analizirati u trogodišnjem kontekstu, te će se u obzir uzeti razdoblje od 2017. do 2019. godine.

Već prethodno u radu istaknuto je kako su kriteriji razvrstavanja malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj definirani Zakonom o računovodstvu i Zakonom o poticanju razvoja malog gospodarstva. Kada se govori o strukturi poduzeća u gospodarstvu Hrvatske ona je izrazito stabilna, te sektor malih i srednjih poduzeća ima najveći udio u ukupnom broju poduzeća.

Tablica 2. Struktura poduzeća u Republici Hrvatskoj s obzirom na veličinu za razdoblje od 2017. do 2019. godine

SEKTOR	BROJ SUBJEKATA		
	2017.	2018.	2019.
Mikro i mala poduzeća	118.352	129.259	134.365
Srednja poduzeća	1.400	1.498	1.525
Velika poduzeća	329	360	370
Ukupno	120.081	131.117	136.260

Izvor: obrada autora prema Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., str. 9., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjesce-2020-HR-web.pdf> (20.12.2020.)

Analizom podataka prikazanih u Tablici 2., dolazi se do zaključka da je broj poduzeća u Republici Hrvatskoj u konstantnom porastu. Najveći udio u broju poduzeća zauzima sektor malih i srednjih poduzeća, te njihov udio u ukupnom broju iznosi 99,7%. Udio velikih poduzeća iznosi svega 0,3%. Upravo su to subjekti koji osiguravaju najviše radnih mjesta, i zapošljavaju najviše zaposlenika.

Tablica 3. Broj zaposlenih i ukupan prihod poduzeća za razdoblje od 2018. do 2019. godine

	VELIČINA PODUZEĆA							
	Mikro		Mala		Srednja		Velika	
	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.
Broj zaposlenih	255.819	286.603	238.392	249.826	184.278	183.189	261.465	250.158
Ukupan prihod	102.094	126.003	172.766	189.187	161.166	165.172	315.134	315.765

Izvor: Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., str. 10., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-EN-WEB.pdf> (20.12.2020.)

Na temelju podataka prikazanih u Tablici 3., može se zaključiti da je najviše zaposlenih u mikro i malim poduzećima, te nešto manja u velikim, a najmanja u srednjim poduzećima. Promatrajući dostupne podatke može se zaključiti kako je u mikro poduzećima u 2019., ostvareno povećanje zaposlenosti za 12% u odnosu na 2018. godinu.

U malim poduzećima zaposlenost se u 2019. godini povećala za 4,8% u odnosu na prethodnu godinu. Iako mikro poduzeća ostvaruju najveći udio u zaposlenosti, promatrajući prihode može se zaključiti da ostvaruju najmanje udjele u ukupnim prihodima. Najveći udio u ukupnim prihodima ostvaruju velika poduzeća. Pozitivan trend porasta prihoda ostvaruju svi subjekti, osim malih poduzeća gdje je u 2019. godini zabilježen pad u odnosu na prethodnu godinu. Sektor mikro, malih i srednjih poduzeća u 2019. godini ostvario je 60,3% ukupnih prihoda ostvarenih na razini Republike Hrvatske.¹⁷

Analizirajući podatke prikazane u Tablici 4., dolazi se do zaključka da je u mikro i malim poduzećima u 2019. godini bilo prosječno zaposleno četiri zaposlenika, u srednjim poduzećima za promatrano razdoblje prosječno 120,5 zaposlenika, a u velikim poduzećima je bilo prosječno zaposleno 676,1 zaposlenika.

¹⁷ Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., str. 11., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-EN-WEB.pdf> (pristupljeno 31.01..2021.)

Tablica 4. Prosječan broj zaposlenih u mikro, malim, srednjim i velikim poduzećima za 2019. godinu

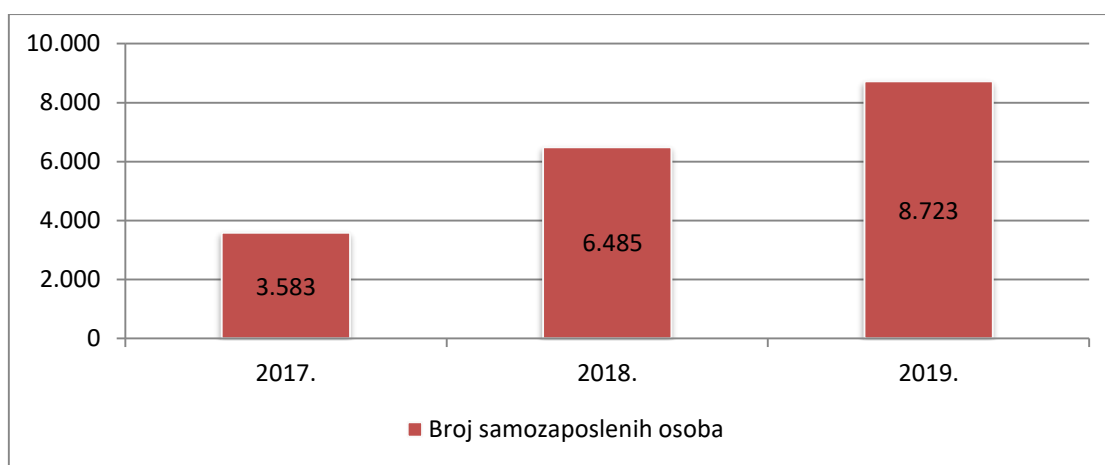
	Broj subjekata	Broj zaposlenih	Prosječan broj zaposlenih
Mikro i mala poduzeća	134.365	536.429	4
Srednja poduzeća	1.525	183.189	120,1
Velika poduzeća	370	250.158	676,1

Izvor: obrada autora prema Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., str. 12. – 13., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-EN-WEB.pdf> (31.01.2021.)

Iz dosada prikazanih podataka može se zaključiti kako mikro, mala i srednja poduzeća ostvaruju veliku zaposlenost, i zauzimaju najveći udio poslovnih subjekata u Republici Hrvatskoj. S druge strane upravo ta poduzeća ostvaruju najmanji udio u ukupnim prihodima što ukazuje da unutar poslovanja postoje određene nesuglasnosti koje je potrebno otkriti i riješiti kako bi se taj udio povećao. Ono što se može navesti kao jedan od problema je niska produktivnost ili proizvodnost. Produktivnost ili proizvodnost se definira kao omjer između proizvodnog učinka i proizvodnog faktora. Na proizvodnost prije svega utječe tehnologija, organizacija proizvodnje, znanje, kapitalna opremljenost, te sposobnost zaposlenika i menadžera. Ono što je karakteristično za ovu skupinu poduzeća je to što u većini slučajeva jedna osoba upravlja cjelokupnim procesom, što daje dosta loše rezultate. Također za hrvatsko gospodarstvo veliki problem predstavlja zastarjela tehnologija i nedovoljna iskorištenost kapaciteta što uvelike utječe na mikro, mala i srednja poduzeća. Dok u velikim poduzećima procesom upravlja puno više osoba, odnosno menadžera i cjelokupni proces daje bolje rezultate, a jedan od njih su i ukupni prihodi.

U Republici Hrvatskoj za pokretanje poslovnog pothvata Hrvatski zavod za zapošljavanje dodjeljuje potpore za samozapošljavanje. Na taj način pruža se financijska pomoć osobama koje su u sustavu evidentirane kao nezaposlene, te realizacijom poslovnog plana rješavaju problem nezaposlenosti. Visina potpore za 2019. godinu iznosila je 55.000,00 kuna.¹⁸ Sve više osoba se odlučuje za opciju samozapošljavanja, a posljednjih godina sve veći udio je žena.

Grafikon 1. Broj korisnika potpora za samozapošljavanje za razdoblje od 2017. do 2019. godine



Izvor: obrada autora prema Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., str. 16., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-EN-WEB.pdf> (31.01.2021.)

Podaci prikazuju kako broj korisnika potpora za samozapošljavanje u razdoblju od 2017. do 2019. godine u stalnom porastu. Najveći broj korisnika zabilježen je u 2019. godine, te je zabilježen porast za 34,5% u odnosu na 2018. godinu.

¹⁸ Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., dostupno str. 15. dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-EN-WEB.pdf> (pristupljeno 31.01.2021.)

Motivi koji pokreću potencijalnog poduzetnika da krene u realizaciju poslovnog pothvata utvrđeni su provođenjem GEM istraživanja. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) najveće je svjetsko empirijsko istraživanje poduzetničke aktivnosti.¹⁹ Republika Hrvatska u GEM istraživanju sudjeluje od 2002. godine. Ono se temelji na konceptualnom okviru koji polazi od pretpostavke da nacionalni ekonomski rast ovisi o kapacitetu društva da se kroz usklađene interakcije makroekonomskih faktora, poduzetničkih okvirnih uvjeta i poduzetničkog djelovanja na razini pojedinca doprinosi stvaranju nove vrijednosti.²⁰ Istraživanje se provodi na 2.000 ispitanika u uzorku, te sudjeluje oko 35 stručnjaka iz područja poduzetništva.

Prema GEM istraživanju motivi koji pokreću potencijalnog poduzetnika na realizaciju poslovnog pothvata grupirani su u dvije grupe – zbog uočene prilike ili zbog nužde. Ukoliko, je poslovnih pothvat realiziran zbog uočene prilike tada možemo zaključiti da je poduzetnik u posao ušao svojom voljom, te želi iskoristiti priliku koja mu se ukazala. Ukoliko se određeni poslovnih pothvat realizira zbog toga što je netko ostao bez posla tada kažemo da je motiv nastao zbog nužde. Tablica 5., prikazuje ukupan broj osnovanih pravnih osoba za razdoblje od 2017. do 2019. godine.

Tablica 5. Broj osnovanih pravnih osoba za razdoblje od 2017. do 2019. godine

	2017.	2018.	2019.
Trgovačka društva	14.882	15.671	14.805
Ostali	1.877	1.743	1.766
Ukupno	16.759	17.414	16.571

Izvor: obrada autora prema Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., str. 14., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-EN-WEB.pdf> (31.01.2021.)

Iz navedenih pokazatelja može se zaključiti kako se broj osnovanih poduzeća u 2018. godini povećao za 3,9% u odnosu na 2017. godinu, dok se broj novo osnovanih poduzeća u 2019., smanjio za 4,8% u odnosu na prethodnu godinu.

¹⁹ Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, Zagreb, 2019., str. 15., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (pristupljeno 31.01.2021.)

²⁰ Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, Zagreb, 2019., str. 15. dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (pristupljeno 31.01.2021.)

Veliki dio poslovne aktivnosti u gospodarstvu Republike Hrvatske realiziraju obrti. Obrt se definira kao samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti s ciljem ostvarivanja dobiti. U ovom slučaju dobit se može ostvariti prometom, proizvodnjom ili pružanjem drugih usluga na tržištu. Prema dostupnim statističkim pokazateljima može se zaključiti kako se broj aktivnih obrta svake godine povećava, a samim time i broj zaposlenih u tome dijelu gospodarstva.

Tablica 6. Broj aktivnih obrta i zaposlenih za razdoblje od 2017. do 2019. Godine

	2017.	2018.	2019.
Broj aktivnih obrta	77.335	81.430	88.640
Broj zaposlenih	176.805	180.155	186.696

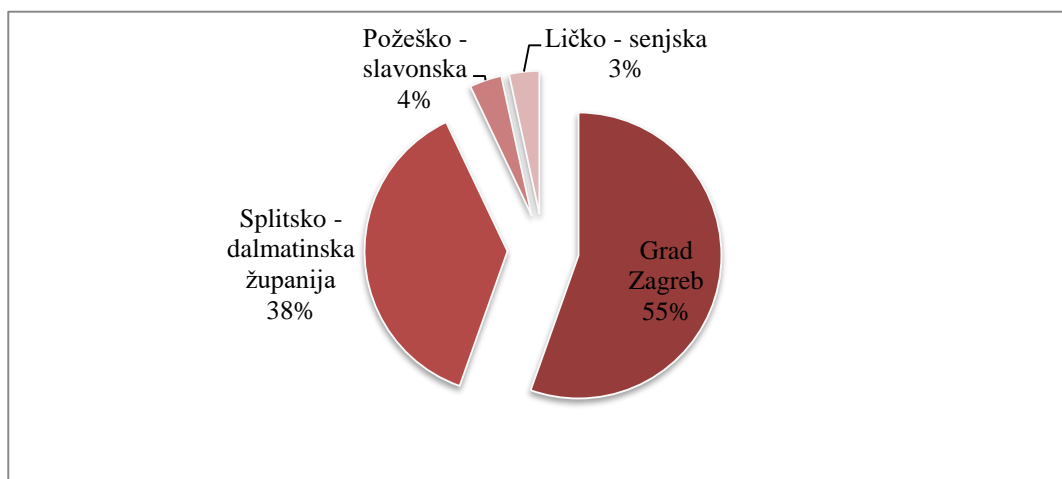
Izvor: obrada autora prema Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., str. 17., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-EN-WEB.pdf> (01.02.2021.)

Iz navedenog prikaza (Tablica 6.) može se zaključiti kako je 2019. godine zabilježen porast broja aktivnih obrta za 8,9% u odnosu na prethodnu godinu, te je ukupno zaposleno 186.696 zaposlenika. Ukupan broj aktivnih obrta uključuje obrte u radu, privremenoj obustavi i bez početka. Tijekom 2019. godine ukupan broj aktivnih obrta u Republici Hrvatskoj iznosio je 88.640 obrta od čega je 87.136 klasificirano kao obrti u radu, 910 kao obrti u privremenoj obustavi i 594 kao obrti bez početka.²¹ Najviše aktivnih obrta nalazi se na području Grada Zagreba (16.961) i Splitsko – dalmatinske županije (11.476), dok je najmanje aktivnih obrta na području Ličko – senjske (1.166) i Požeško – slavonske (1.045) županije.²²

²¹ Obrtništvo u brojkama XII/2019., Hrvatska obrtnička komora, Zagreb, 2020., str.8., dostupno na: https://www.hok.hr/sites/default/files/page-docs/2020-03/Obrtni%C5%A1tvo_u%20brojkama_%20OUB_XII_2019.pdf, (pristupljeno 01.02.2021.)

²² Obrtništvo u brojkama XII/2019., Hrvatska obrtnička komora, Zagreb, 2020., str. 9., dostupno na: https://www.hok.hr/sites/default/files/page-docs/2020-03/Obrtni%C5%A1tvo_u%20brojkama_%20OUB_XII_2019.pdf, (pristupljeno 01.02.2021.)

Grafikon 2. Broj aktivnih obrta prema odabranim županijama za 2019. godinu



Izvor: obrada autora prema Obrtništvo u brojkama XII/2019., Hrvatska obrtnička komora, Zagreb, 2020., str. 9., dostupno na: https://www.hok.hr/sites/default/files/page-docs/2020-03/Obrtni%C5%A1tvo_u%20brojkama_%20OUB_XII_2019.pdf (01.02.2021.)

Nadalje, kako postoje motivi za ulazak u realizaciju poslovnog pothvata, isto tako postoje i motivi koji utječu na prekid poslovne aktivnosti. Najčešći motivi koji uzrokuju prekid poslovne aktivnosti u Republici Hrvatskoj biti će navedeni u nastavku, te prikazani u tabelarnom prikazu.

Tablica 7. Razlozi prekida poslovne aktivnosti u Republici Hrvatskoj od 2017. do 2019. godine

UZROCI PREKIDA POSLOVNE AKTIVNOSTI	2017.	2018.	2019.
Prilika za prodaju	0	0,6	6,4
Poduzeće nije profitabilno	34,2	19,7	24,5
Problemi u pristupu financiranju	15,2	7,4	11,9
Drugi posao ili poslovna prilika	5,7	18,5	16,3
Izlaz je bio planiran	1,4	1,9	2,8
Umirovljenje	4,7	9,1	5
Osobni ili obiteljski razlozi	25,4	16,5	11,3
Incidentne situacije	1,1	7,1	0
Porezna politika i administracija	12,5	19,2	21,8

Izvor: Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, Zagreb, 2020., str. 16., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-EN-WEB.pdf> (01.02.2021.)

Iz prikazanog (Tablica 7.) je vidljivo kako su kroz promatrana razdoblja prekidi poslovne aktivnosti bili povezani s problemima profitabilnosti poslovanja, problemima u pristupu informacija, poreznoj politici i administraciji, te s osobnim ili obiteljskim razlozima. A kao najmanje zastupljeni uzroci prekida poslovne aktivnosti identificirani su prilika za prodaju, umirovljenje, izlaz je bio planiran, te incidentne situacije.

Na temelju iznesenih podataka može se zaključiti kako je Republika Hrvatska država koja posjeduje izuzetno veliki potencijal za razvoj poduzetništva, ali nažalost taj potencijal nije dovoljno iskorišten. Veliki problem predstavlja inovativnost koja nije dovoljno izražena u poslovanju. Da bi poduzeće što duže moglo ostati aktivno na tržištu potrebno je svakodnevno ulagati u poslovanje, te uvoditi inovacije kojima će unaprijediti postojeći ili uvesti novi proizvodi ili usluge. Samim time proizvod dolazi na novu veću razinu, što kao posljedicu ima stvaranje dodatne vrijednosti.

2.3.2. Institucionalni okvir za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Pravno – regulatorni okvir relevantan za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj odnosi se na zakonska rješenja, politike i programe relevantne za razvoj. Sve odluke donesene su na razini državnih institucija kako bi se na što kvalitetniji način mogla pružiti podrška sektoru poduzetništva.

Institucije odgovorne za razvoj malog i srednjeg poduzetništva

Ključna institucija u čijoj je nadležnosti sektor malih i srednjih poduzeća je **Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja**. Ono ima za cilj odrediti strategije, planove i programe održivog razvoja društva koja će biti u skladu s načelima zelenog i kružnog gospodarstva, a sve zbog stvaranja konkurentnog gospodarstva. Osim navedenoga Ministarstvo obuhvaća i poslove koji se odnose na razvoj mikro, malog i srednjeg poduzetništva, industrijsku politiku koja obuhvaća poslove vezane uz inovacije, upravljanje i poticanje unapređenja industrije, te poticanje ulaganja i izvoza. Također, obuhvaća i poslove koji se odnose na zaštitu okoliša, te što je to ujedno i najzahtjevnija aktivnost. Aktivnostima koje se provode želi se postići održivi razvoj koji će biti popraćen prihvatljivim korištenjem resursa, kružnom gospodarstvu, te novim tehnologijama.

Nadalje, **Hrvatska gospodarska komora (HGK)** je samostalna organizacija koja promiče, zastupa i usklađuje interese svojih članova pred državnim i drugim tijelima u Republici Hrvatskoj, ali i u inozemstvu. Svojim članovima pruža potrebne informacije, organizira poduzetničke edukacije, sufinancira nastupe na sajmovima, te savjetuje oko sufinanciranja i korištenja sredstava od strane Europske Unije. Hrvatska gospodarska komora sastoji se od nekoliko sektora i odjela, među kojima je i Odjel za industriju – Sektora za industriju i održivi razvoj.

Poslovna organizacija koja je osnovana s ciljem promicanja i zastupanja interesa obrtnika je **Hrvatska obrtnička komora (HOK)** čiji su članovi obrtnici koji obavljaju obrt na području Republike Hrvatske. Usluge koje pruža svojim članovima su informiranje o novitetima, rješavanje sporova, nastupe na sajmovima, besplatna objava web stranice, upis u bazu obrta, digitalno poslovanje, provedba majstorskih ispita, seminari i edukacije.

Važnu ulogu u zaštiti i promicanju prava i interesa svojih članova ima i **Hrvatska udruga poslodavaca (HUP)** koja je osnovana kao dobrovoljna, neprofitna i neovisna udruga. Utemeljena je na principu dobrovoljnog članstva i na načelima demokratskog zastupanja i očitovanja volje njezinih članova, te promiče poduzetnički duh i poduzetnička prava i slobode.²³ Osim navedenoga, jedan od važnijih ciljeva je i promicanje društveno odgovornog poslovanja.

Osim navedenih organizacija, važnu ulogu u poticanju razvitka hrvatskog gospodarstva ima i **Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR)**. Djelatnosti koje banka obavlja su financiranje obnove i razvitka hrvatskog gospodarstva što je ujedno i osnovna uloga. Nadalje, to su financiranje infrastrukture, pružanje potpore za razvoj malog i srednjeg poduzetništva, poticanje zaštite okoliša, te poticanje i osiguravanje izvoza.

²³ Hrvatska udruga poslodavaca, dostupno na: <https://www.hup.hr/o-nama.aspx> (pristupljeno 08.02.2021.)

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG – BICRO) nastala je 2014. godine spajanjem dviju agencija. Svrha takvog spajanja je bila je stvoriti jedinstveni sustav koji će poticati razvoj malog gospodarstva i poduzetništva. Djelatnosti koje su obuhvaćene takvim sustavom pružaju podršku kroz sve faze poslovanja. Neke od djelatnosti su poticanje ulaganja u malo gospodarstvo, financiranje, kreditiranje te davanje jamstva subjektima malog gospodarstva.²⁴ Ovakvim pristupom agencija želi potaknuti razvoj cjelokupnog gospodarstva.

Neprofitna organizacija koja je osnovana temeljem Sporazuma između Republike Hrvatske i Instituta Otvoreno društvo – Hrvatska je **Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR)**. Organizacija prati ulogu malih i srednjih poduzeća, te poduzetništva općenito u razvoju hrvatskog gospodarstva. Provedbom istraživanja želi se oblikovati poduzetnička kultura, te definirati regulatorni okvir koji će potaknuti ekonomski rast.

I na kraju, na području Republike Hrvatske djeluje novoosnovana udruga pod imenom **Glas poduzetnika (UGP)**. Udruga je osnovana u ožujku 2020. godine, te okuplja vlasnike mikro, malih i srednjih poduzeća. Cilj udruge je javnim istupanjem ukazati na nedostatke, te nelogičnosti zakonskih propisa.

U nastavku rada prikazati će se zakonodavni okvir koji se primjenjuje u razvoj malog i srednjeg poduzetništva.

²⁴ Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije, dostupno na: <https://hamagbicro.hr/ot-nama/osnivanje/> (pristupljeno 08.02.2021.)

Zakonodavni okvir za razvoj malog i srednjeg poduzetništva

Razvoj malog i srednjeg poduzetništva definiran je u Republici Hrvatskoj brojnim zakonima koji čine zakonodavni okvir. Zakonima kojima se posebno regulira poslovanje malog i srednjeg poduzetništva su Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, Zakon o trgovačkim društvima, Zakon o obrtu, Zakon o računovodstvu, Zakon o radu, Zakon o zaštiti potrošača, Ovršni zakon te mnogi drugi.

Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16) uređuje mjere gospodarske politike koje su usmjerene na razvoj i restrukturiranje malog gospodarstva. Ovim Zakonom definirano je da malo gospodarstvo čine subjekti u poduzetništvu i obrtu koji su u svojem poslovanju neovisni. To su sve fizičke i pravne osobe koje samostalno i trajno obavljaju dopuštene djelatnosti. Također, ovim Zakonom subjekti su klasificirani u tri skupine, a to su mikro, mali i srednji subjekti. Mjere koje se primjenjuju u razvoju malog gospodarstva su davanje jamstva za kredite, osnivanje fondova, davanje različitih potpora, kreditiranje subjekata, promicanje poduzetništva, te niz drugih mjera. Sve uvjete za dobivanje financijske potpore utvrđuje Vlada Republike Hrvatske, te se nakon utvrđivanja objavljuju.

Zakonom o trgovačkim društvima (NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19) se uređuje osnivanje, ustroj, prestanak i ostale promjene društava. Ovim Zakonom definira se pojam trgovca i trgovačkog društva. Postoje dvije skupine društva, a to su društva osoba i društva kapitala. U društva osoba ubrajaju se javno trgovačko društvo, komanditno društvo i gospodarsko interesno društvo, a društvo kapitala čine društvo s ograničenom odgovornošću i dioničko društvo. Za navedena društva kroz Zakon su definirane obveze i odgovornosti, te predmet poslovanja društva.

Obrt predstavlja samostalno i trajno obavljanje gospodarske djelatnosti što je definirano **Zakonom o obrtu** (NN 143/13, 127/19, 41/20). Zakonom se uređuju sadržaji i uvjeti za obavljanje obrta, definira se pojam obrtnika, te prava i obveze obrtnika. Također, definirano je i potrebno obrazovanje i osposobljavanje za obavljanje određene gospodarske djelatnosti. Obrtnik može obavljati sve gospodarske djelatnosti koje nisu zakonom zabranjene. Obrt se može obavljati trajno i sezonski, s time da je važno naglasiti ako se radi o sezonskom obrtu tada ono može poslovati samo devet mjeseci unutar jedne kalendarske godine. Obrtnik može

obavljati samo poslove koji su obuhvaćeni obrtnicom. Za sve djelatnosti koje se obavljaju obrtnik mora posjedovati određeno znanje, odnosno mora zadovoljiti uvjete stručne osposobljenosti. Također, obrtniku u radu mogu pomagati članovi obitelji, te nije potrebno zasnivanje radnog odnosa. Obrt s radom može prestati odjavom ili po sili zakona.

Zakon o računovodstvu (NN 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20) određuje standard izvještavanja, te uređuje računovodstvo poduzetnika. Zakonom je definirano tko je to poduzetnik, te su razvrstani u nekoliko kategorija. Zakon o računovodstvu poduzetnike grupira na male, srednje i velike poduzetnike. Kriteriji po kojima se razvrstavaju su iznos ukupne aktive, iznos prihoda, i prosječan broj radnika. Obveze poduzetnika tijekom poslovne godine su prikupljati i obrađivati podatke, voditi poslovne knjige, sastavljati mjesečne, kvartalne i godišnje financijske izvještaje. Prilikom sastavljanja financijskih izvještaja, poduzetnik mora primjenjivati Hrvatske standarde financijskog izvještavanja ili Međunarodne standarde financijskog izvještavanja. Zakonom su propisani godišnji financijski izvještaji koje je poduzetnik dužan sastavljati, a to su izvještaj o financijskom položaju, račun dobiti i gubitka, izvještaj o sveobuhvatnoj dobiti, izvještaj o promjenama kapitala, izvještaj o novčanim tokovima, te bilješke uz financijske izvještaje. Kompletna računovodstvena dokumentacija koju je poduzetnik dužan voditi mora biti ispravna, potpuna, razumljiva i povjerljiva. Knjigovodstvenom ispravom smatra se svaki pisani dokument ili elektronički zapis o nekom poslovnom događaju. Zakonom je definiran sadržaj knjigovodstvene isprave, odnosno obvezni dijelovi. Izuzetno je važno da su knjigovodstvene isprave točne, iz razloga što se svi podaci s knjigovodstvenih isprava unose u poslovne knjige. A u poslovne knjige ubrajaju se dnevnik, glavna knjiga i pomoćne knjige. Svaki poduzetnik dužan je poslovne knjige čuvati najmanje jedanaest godina, dok se financijski izvještaji moraju trajno čuvati.

Jedan od najvažnijih Zakona kojeg su poduzetnici dužni izuzetno dobro poznavati je **Zakon o radu** (NN 93/14, 127/17, 98/19). Ovim Zakonom se uređuju radni odnosi u Republici Hrvatskoj. Zakonom je definiran pojam radnika i poslodavca, te prava i obveze radnika i poslodavca. Poslodavac je dužan voditi evidenciju o zaposlenim osobama, te je dužan svakom radniku za obavljeni rad isplatiti plaću, a radnik je obavezan za poslodavca obaviti plaćeni rad. Uvjeti za rad moraju biti sigurni, te se ne smije u pitanje dovesti zdravlje radnika. Svaki radni odnos zasniva se ugovorom o radu, a koji može biti sklopljen na određeno i neodređeno vrijeme. Poslodavac je također dužan donijeti i objaviti pravilnik o radu kojim se uređuje organizacija rada, mjere za zaštitu dostojanstva i diskriminaciju radnik, plaće te ostala važna

pitanja. Zakonom je definirano radno vrijeme koje može biti puno, nepuno i skraćeno radno vrijeme, te prava na odmor i plaćeni ili neplaćeni dopust. Svaki radnik ima pravo na plaćeni godišnji odmor za svaku kalendarsku godinu i to od najmanje četiri tjedna. Ugovor o radu prestaje smrću radnika ili poslodavca, istekom vremena na koje je sklopljen ugovor, sporazumom radnika i poslodavca, umirovljenjem, te otkazom.

Još jedan u nizu zakona je i **Zakon o zaštiti potrošača** (NN 41/14, 110/15, 14/19) kojim se uređuje zaštita prava potrošača pri kupnji proizvoda i usluga. Svaki proizvod koji se nalazi na tržištu Republike Hrvatske mora sadržavati obilježja proizvoda, naziv i sjedište proizvođača ili uvoznika, te istaknutu cijenu. Svi podaci moraju biti jasni, vidljivi i razumljivi, te ukoliko su napisani na stranom jeziku moraju biti prevedeni na hrvatski jezik. Trgovac je dužan svakom potrošaču izdati račun, te mu omogućiti podnošenje pisanog prigovora. Također, trgovac ima pravo sniziti cijenu svojih proizvoda ili usluga, ali mora za to postojati valjani razlog. Prije nego potrošač sklopi ugovor, trgovac ga je dužan obavijestiti o glavnim obilježjima proizvoda ili usluge, nazivu i sjedištu trgovca, maloprodajnoj cijeni, uvjetima i načinima plaćanja, uvjetima dostave, vremenskom roku za povrat ili reklamaciju, te trajanju ugovora.

Kada se radi o regulatornom okviru malog i srednjeg poduzetništva važno je spomenuti i porezni sustav. Porezi predstavljaju prisilna davanja koja su fizičke i pravne osobe dužne plaćati državi. U Republici Hrvatskoj porezna opterećenja poduzetnika odnose se na porez na dohodak, porez na dodanu vrijednost i porez na dobit i prirez. Zakonima kojima su obuhvaćena navedena opterećenja su Zakon o porezu na dohodak, Zakon o porezu na dodanu vrijednost, i Zakon o porezu na dobit.

Politike i programi za razvoj malih i srednjih poduzeća

Malo i srednje poduzetništvo u Republici Hrvatskoj kao i u ostalim članicama Europske Unije igra važnu ulogu u jačanju konkurentnosti, ostvarivanju inovativnih proizvoda i stvaranju novih radnih mjesta. Mala i srednja poduzeća zauzimaju udio od 99,7% u ukupnom broju poduzeća. Upravo iz toga razloga država kontinuirano provodi poticajne mjere i aktivnosti koje su usmjerene na rast i razvoj malog i srednjeg poduzetništva.

Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020., usmjerena je na povećanje broja žena u poduzetništvu koje će realizirati vlastiti poslovni pothvat. Raznim aktivnostima, kao što su promjene u ponašanju i okolini, te drugim čimbenicima želi se ojačati poduzetnička aktivnost. Cilj same strategije je poboljšati usklađenost i umreženost javnih politika, poboljšati sustavnu podršku poduzetništvu, uvesti poduzetništvo žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu te promovirati poduzetništvo žena.²⁵ Nažalost, kada se radi o poduzetništvu žena nailazi se na veliki broj prepreka. Najzahtjevnijim preprekama smatraju se one koje nastaju kao rezultat kulturoloških nasljeđa. Izuzetno je važno neprestano raditi na promociji, kako bi se promijenio stav javnosti o ženama u poduzetništvu.

Strateški plan Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta za razdoblje 2019. – 2021. godine temelji se na stvaranju konkurentnijeg tržišnog gospodarstva. Za cilj ima smanjiti troškove poslovanja, uvesti digitalizaciju u gospodarstvo, povećati konkurentnost gospodarstva poticanjem investicija i inovacija, i osigurati lakši pristup trgovine na tržište Europske Unije.

²⁵ Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Zagreb, 2014., str. 6., dostupno na: <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf> (pristupljeno 10.02.2021.)

Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011. – 2020., ima za cilj prepoznati klustere i klasterske organizacije kao alat za jačanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva. Klasteri su geografske koncentracije međusobno povezanih poduzeća, specijaliziranih dobavljača, pružatelja usluga, poduzeća u povezanim sektorima i povezanih institucija u područjima koji međusobno konkuriraju.²⁶ Republika Hrvatska klasterskom politikom koja je usklađena s drugim europskim zemljama želi ojačati konkurentnost i inovacije. Ciljevi klusterskih organizacija su omogućiti pristup novim tržištima, povećati izvoz, uvesti nove tehnologije, poboljšati uvjete inovacija, te povezati komplementarne sektore i posredničke organizacije.

Osim navedenih Strategija postoji i niz drugih koje se primjenjuju u razvoju poduzetništvu i poduzetničke okoline, kao što su:

- Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine,
- Strategija poticanja inovacija Republike Hrvatske 2014. – 2020.,
- Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014. – 2020.,
- EUROPA 2020. – Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast,
- Operativni program Konkurentnosti i kohezije 2014. – 2020.,
- Akcijski plan za administrativno rasterećenje gospodarstva, te
- Nacionalni program reformi 2020.

Ministarstva, institucije i organizacije primjenom definiranih zakona, strategija i planova u razvoju poduzetništva imaju za cilj ostvariti gospodarski rast, unaprijediti poslovno okruženje i uvesti potrebne promjene koje će poduzetništvo u Republici Hrvatskoj dovesti na željenu razinu.

U nastavku rada detaljnije će se analizirati razvoj poduzetništva, ali na primjeru ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori.

²⁶ Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011. – 2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Zagreb, 2011., str. 5., dostupno na: http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategija_razvoja_klastera.pdf (pristupljeno 10.02.2021.)

3. PROBLEMATIKA RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

Kroz naredna poglavlja definirati će se pojam ženskog poduzetništva, njegove karakteristike, problemi i prepreke s kojima se poduzetnice i danas susreću. Također, usporediti će se razvoj ženskog poduzetništva na području Republike Hrvatske i Crne Gore pomoću dostupnih statističkih pokazatelja te će se na temelju iznesenoga izraditi SWOT analiza.

3.1. Pojam i nastanak ženskog poduzetništva

Žensko poduzetništvo je noviji pojam koji se sve više počinje upotrebljavati krajem 20. stoljeća. Ova vrsta poduzetništva nastala je u trenutku kada je veliki broj žena ostajao bez posla, te se tada odlučuju na pokretanje vlastite poduzetničke inicijative. Uključivanjem u svijet poduzetništva žele dokazati da su spremne preuzeti rizik i da poduzetništvo nije isključivo muška djelatnost.

O ženskom poduzetništvu počelo se više raspravljati tek prije nekoliko godina, iako su se brojne žene tijekom povijesti istaknule kao uspješne poduzetnice. Kako bi ženama pružile potporu u realizaciji njihova poduzetničkog pothvata 1922. godine Clara E. i Lillian M. Westropp osnovale su organizaciju za štednju i pozajmice pod nazivom „Women’s Federal Savings & Loan“. Organizacija je bila namijenjena isključivo ženama, a svrha organizacije bila je pružiti budućim poduzetnicama savjete kako pametno upravljati financijskim sredstvima.

Nadalje, modna dizajnerica Paulina Trigere u New Yorku je otvorila krojačku radionicu, te je 1942. godine lansirala svoju prvu kolekciju koja se sastojala od samo jedanaest haljina. Tada nije ni sanjala da će njezina mala krojačka radionica s godinama prerasti u veliku modnu industriju koja na svjetska tržišta lansirala odijela, haljine, šalove i nakit za žene, te muške kravate. Kroz godine osvajala je brojne nagrade, a njezino poduzeće od prodaje je ostvarivalo veliku dobit.

Još jedna žena tijekom povijesti se istaknula kao velika poduzetnica, a njezini proizvodi poznati su i danas. Estee Lauder je žena koja je svojim radom, trudom, znanjem i voljom zasjela na sami vrh kozmetičke industrije. Na samom početku svoje karijere proizvode je proizvodila u vlastitoj kuhinji uz pomoć supruga. Promociju proizvoda vršila je obilazeći frizerske salone i tako privlačila ciljanu skupinu. Godine 1948., zaprimila je veću narudžbu koja joj je u potpunosti promijenila život, i od tada je na tržište lansirala mnoge linije proizvoda. Estee Lauder je žena koja je stvorila svjetski poznati brend koji i danas osvaja svjetska tržišta. Godine 1998., svrstana je među 20 najutjecajnijih poslovnih ljudi 20. stoljeća.

Kako je društvo s godinama napredovalo, tako su i poduzetnice postajale sve utjecajnije što dokazuju i organizacije koje su se osnivale kako bi ženama pružile potporu. Jedna od takvih organizacija je „The Federation of Business and Professional Women’s Clubs“. Navedena organizacija bavila se organizacijom radionica, a cilj radionica bio je motivirati i potaknuti mlade žene na pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata. Nadalje, u Francuskoj je krajem Drugog svjetskog rata Yvonne Edmond Foinant osnovala prvo žensko poduzetničko udruženje pod nazivom „Femmes Chef d’Enterprises“. Udruženje je osnovala kako bi svoje iskustvo podijelila s drugim poduzetnicama i na taj način im pružila potporu. S vremenom je udruženje počelo djelovati i u drugim državama te se iz francuskog udruženja razvio Svjetski savez poduzetnica u koji je učlanjeno oko 30 država.

Značajnu ulogu u razvoju ženskog poduzetništva imala je Nacionalna udruga žena poduzetnica (The National Association of Women Business Owners – NAWBO) koja je osnovana 1975. godine u Sjedinjenim Američkim Državama. Organizacija je i danas aktivna, a cilj je umrežavanje žena koje su vlasnice tvrtki te pružanje podrške. Organizacija se 1988. godine uspjela izboriti da se zabrani diskriminacija žena prilikom uzimanja pozajmica i kredita. Takvim postupkom ženama je olakšan pristup financijskim sredstvima, što im je uvelike pomoglo pri realizaciji poduzetničke ideje.

Žene su oduvijek na neki način bile poduzetnice, što je vidljivo i kroz povijest. Veliki broj žena posjeduje potrebnu kreativnost, vještine i znanja za pokretanje poduzetničkog pothvata, međutim zbog nedostatak samopouzdanja ti pothvati neće biti realizirani. Bez obzira na sve veću prihvaćenost od strane društva, i dalje su u manjini i nisu u potpunosti ravnopravne s muškarcima. U poduzetništvo ulaze s istim motivom kao i muškarci a to je želja za postignućem, neovisnost i zadovoljstvo poslom. Sve veći broj žena u današnje vrijeme ima potrebu ostvariti se u ulozi majke, ali i izgraditi karijeru.

Ono što karakterizira žensko poduzetništvo je sljedeće:²⁷

- radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije jer su ženska poduzeća manja i zatvaraju manje radnih mjesta,
- žene vode veću brigu za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose,
- žene više podupiru zaposlene u njihovim ambicijama,
- žene više ulažu u obrazovanje zaposlenih,
- žene ne mjere uspjeh samo profitom, već i zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međuljudskim odnosima,
- žene su spremnije na timski rad, važniji im je uspjeh organizacije ili neke ideje nego ego,
- žene nude više mogućnosti za naknadu troškova, udio u profitu, fleksibilnije radno vrijeme,
- žene su opreznije kod uzimanja kredita, i
- žene se najviše bave uslužnim djelatnostima zašto su socijalno osjetljivije i zato jer to iziskuje manja početna ulaganja.

Iz navedenoga se može zaključiti kako poduzetnice bolje razumiju ljude oko sebe zato što su ih spremne saslušati. U poslovanje uključuje zaposlenike, te su spremne prihvatiti njihove ideje i savjete kako bi što uspješnije riješile određeni problem ili situaciju. Takvim načinom rada žele povezati zaposlenike i poticati timski rad što je u današnjim poduzećima izuzetno važno za ostvarenje željenih ciljeva.

Također, postoje određeni faktori koje svaki poduzetnik treba posjedovati kako bi uspio u poslovanju, međutim oni su puno izraženiji kod žena. Faktori koji utječu na žensko poduzetništvo su sposobnost, samopouzdanje, samoizražavanje, znanje, iskustvo, motiviranost, snalažljivost, timski rad i komunikacija.²⁸ Navedeni faktori puno su izraženiji kod žena zbog stereotipa koji vlada u društvu, te se upravo zbog toga moraju puno više dokazivati od muškaraca.

²⁷ Poduzetništvo žena – prepreke i izazovi, Županijsko vijeće za obrazovni sektor Ekonomija, trgovina i poslovna administracija, Split, 2015., dostupno na: https://loomen.carnet.hr/pluginfile.php/4097878/mod_resource/content/1/Poduzetni%20%A1tvo%20%C5%BEena%20_%20prepreke%20i%20izazovi.pdf (pristupljeno 27.04.2021.)

²⁸ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 304. – 306.

Tablica 8. Faktori koji utječu na žensko poduzetništvo

FAKTORI	OBJAŠNENJE
Sposobnost	<ul style="list-style-type: none"> - odnosi se na savladavanje prepreka - žene su zbog svojih majčinskih i obiteljskih obveza u kombinaciji s karijerom morale razviti i jake organizacijske sposobnosti
Samoizražavanje	<ul style="list-style-type: none"> - žene u poslovnom svijetu imaju se potrebu izraziti, iznijeti vlastita gledišta i progovoriti o stvarima koje smatraju važnim i za tvrtku
Znanje	<ul style="list-style-type: none"> - obrazovanje, rad na sebi i s ljudima ženama pomaže u njihovom poslovanju - statistika pokazuje da su obrazovanije od muškaraca, a uz to žene se kontinuirano dodatno educiraju
Iskustvo	<ul style="list-style-type: none"> - predstavlja prednost kod ulaska u poduzetništvo - raste s godinama proboja kroz svijet muškaraca i stakleni labirint, pa je u njemu sadržano iskustvo potrebno za krizne situacije
Motiviranost	<ul style="list-style-type: none"> - imaju veću motivaciju kako bi suzbile stereotipe i dokazale da mogu ostvariti svoj cilj
Komunikacija	<ul style="list-style-type: none"> - komunikacijom prikupljaju informacije, razmjenjuju iskustva i preispituju vlastite odluke i postupke - vještina komunikativnosti i način prenošenja poruke jedno su od najjačih alata žena za napredovanje u karijeri
Snalažljivost	<ul style="list-style-type: none"> - 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 ili tima racionalnije od muškaraca
Timski rad	<ul style="list-style-type: none"> - povezuje zaposlenike što dovodi do boljeg radnog učinka - upravo žene koordiniraju cijeli proces jer su socijalno inteligentnije, pa lakše modeliraju timski rad
Samopouzdanje	<ul style="list-style-type: none"> - odnosi se na učenje, razmišljanje, donošenje odluka, te savladavanje promjena - najčešće je narušeno kod žena zbog raznih stereotipa, no jačaju ga upravo ostalim navedenim osobnostima

Izvor: obrada autora prema Žene u poslovnom svijetu, Deloitte SheXO klub i Hrvatska udruga poslodavaca, Zagreb, 2019., str. 11., dostupno na: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_Zene_u_poslovnom_svijetu_2019.pdf (pristupljeno 27.04.2021.)

Svjesne toga da ih se podcjenjuje i da im se nanosi nepravda time što ih se u potpunosti ne prihvaća imaju potrebu istaknuti se i dokazati društvu da su sposobne upravljati obiteljskim i poslovnim obvezama. Kako bi bile uspješne na oba područja potrebna im je izuzetna organiziranost i fleksibilnost, ali i potpora od strane obitelji. Upornost i snalažljivost kojom se vode dovodi ih do ostvarenja zacrtanog cilja i time postaju pravi primjer drugima kako je sve moguće. Put do uspjeha prepun je brojnih prepreka i izazova s kojima se svaka poduzetnica susreće o kojima će se nešto više istaknuti u nastavku rada.

3.2. Izazovi i prepreke u ženskom poduzetništvu

Žene poduzetnice susreću se s brojnim preprekama na svom poduzetničkom put koje su međusobno isprepletene i očekuje se od njih da ih prepoznaju i otklone. Prepreke na koje nailaze povezane su s nedostatkom financijskih sredstava, neadekvatnom podrškom, nedostupnim informacijama, ali i nedostatkom edukacija. Položaj žena i dalje je nepovoljan na tržištu i kako bi se to promijenilo potrebno ih je što više uključivati u razne aktivnosti kojima će steći potrebno znanje, ali i samopouzdanje. Prepreke s kojima se susreću na poslovnom planu kategoriziraju se na strukturne, ekonomske i „meke“ prepreke.

Slika 1. Vrste prepreka u ženskom poduzetništvu

STRUKTURNE PREPREKE	EKONOMSKE PREPREKE	"MEKE" PREPREKE
<ul style="list-style-type: none">• obrazovni izbor žena,• stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji,• tradicionalni pogledi o ulozi žene u društvu,• nedostatak podrške za žene s dva posla,• političko - regulatorni okvir i njegova provedba u cilju jačanja rodne ravnopravnosti	<ul style="list-style-type: none">• otežan pristup financijskim resursima,• nedovoljno kontakata otežava pristup izvorima financiranja	<ul style="list-style-type: none">• nedostatak savjeta i mentorstva,• nedostatak pristupa mrežama poduzetnica,• nedostatak treninga i edukativnih programa fokusiranih na tehnološki intenzivne pothvate,• nedostatak uzora, posebno iz područja poduzetničkih pothvata u tehnološki intenzivnim djelatnostima i znanosti,• percepcija žena o nedostatku samopouzdanja, kapaciteta za preuzimanje rizika

Izvor: obrada autora prema Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020., Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR, Zagreb, 2009., dostupno na: <http://www.cepor.hr/Strategija%20za%20razvoj%20zenskog%20poduzetnistva%20u%20RH.pdf> (pristupljeno 28.04.2021.)

Prvu skupinu čine strukturne prepreke koje su najzahtjevnije zato što obuhvaćaju kulturološke vrijednosti i političko – regulatorne okvire. Da bi se navedene prepreke otklonile potrebno je provoditi aktivnosti kojima će se postići dugoročno poboljšanje na svim područjima. Aktivnosti koje je potrebno provoditi su definiranje jasnog i razumljivog regulatornog okvira kojim će se proširiti poslovne aktivnosti i oblici samozapošljavanja. Raznim radionicama i seminarima poduzetnicama osigurati kontinuiranu edukaciju kako bi bile u korak s potrebama tržišta. Također, subvencioniranjem vrtića i dnevnih boravaka, pojednostavljenom administracijom, definiranjem fleksibilnog radnog vremena, te poticanjem muškaraca da koriste porodiljni dopust država bi uvelike pomogla poduzetnicama.

Nedostatnost početnog kapitala i drugih financijskih sredstava predstavlja veliki problem prilikom pokretanja poslovanja. Iako su današnji bankarski sektori u Europi stabilni i dalje je pristup financijskim sredstvima otežan, iz razloga što dostupni financijski instrumenti nisu u potpunosti prilagođeni potrebama postojećih i budućih korisnika – poduzetnica. Posljednjih godina dostupnost financijskim sredstvima se poboljšala, ali i dalje postoje dosta velika ograničenja po pitanju ponude i potražnje. Veliki problem stvar dugotrajnost odobravanja zatraženih sredstava, nedovoljna kreditna sposobnost, nepoznavanje financijskih pojmova odnosno financijska nepismenost.

Zadnju skupinu čine takozvane „meke“ prepreke koje se baziraju na nedostatku informacija, obrazovnih programa, te samopouzdanja. Zbog nedostataka samopouzdanja žene često odustaju od realizacija vlastitih ideja. Manjak samopouzdanja kod žena se javlja zbog stereotipa koji kruže društvom. Potrebno je na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini umrežiti žene poduzetnice kako bi međusobno mogle razmjenjivati iskustva i informacije. Takvim umrežavanjem smanjila bi se neravnopravnost treninga, edukacija i mentorstva, te bi se ženama osiguralo učenje na dobrim uzorima.

Uklanjanjem navedenih prepreka poboljšalo bi se cjelokupno poslovno okruženje i povećala bi se konkurentnost gospodarstva. Poboljšanje poslovnog okruženja pozitivno utječe na razvoj ženskog poduzetništva što ujedno utječe na cjelokupnu ekonomiju, rast životnog standarda i smanjenje nezaposlenosti.

3.3. Usporedba ženskih i muških poduzetnika

Na tržištu rada još uvijek su prisutne razlike u spolovima, što je posebno naglašeno u poduzetništvu. Udio žena u poduzetništvu polako ali sigurno raste na svim razinama, što dokazuje da poduzetništvo nije isključivo „muška“ djelatnost. Zbog brojnih prepreka na koje nailaze, i sposobnosti prilagođavanja raznim ulogama koje ih prate u privatnom i poslovnom životu dokazuju da su sposobne savladati razne izazove.

Stjecanje novih vještina, upravljanje ljudskim resursima, održavanje ravnoteže između privatnog i poslovnog života su samo neke od vještina u kojima su žene bolje u odnosu na muškarce. Također, razlikuju se i po stilu vođenja i upravljanja poduzećem, muškarci su privrženiji tradicionalnom načinu, dok žene preferiraju demokratski način vođenja. Pod tradicionalnim načinom vođenja misli se na to da je muški stil agresivan, natjecateljski te asertivan, dok se ženski temelji na suradnji, poticanju samopoštovanja i timskom radu. Bez obzira koliko dobro i stručno obavljaju svoj posao i dalje manje zarađuju u odnosu na muške kolege. Razlog tome je što u samom početku pokretanja poslovanja raspolažu manjim kapitalom jer nisu sklone zaduživanju.

Karakteristike poduzetnika i poduzetnica su dosta slične, međutim ipak se razlikuju u nekima, a to su motivacija, profesionalno iskustvo i poslovne vještine. Muškarci u poduzetništvo često ulaze kako bi ostvarili uočenu priliku i preuzeli kontrolu nad vlastitom sudbinom, dok žene u poduzetništvo ulaze kako bi mogle napredovati i dokazati da su sposobne preuzeti rizik. Prema nekim istraživanjima žene u poduzetničke aktivnosti ulaze u dobi između 25. i 34. godine života, a iskusnim poduzetnicama postaju u dobi između 35. i 44. godine života.²⁹ Razlog tako kasnog ulaska u poduzetništvo je to što ih je većina zaposlena, te se zbog nemogućnosti napretka, potplaćenosti i iskrivljene percepcije o njihovim sposobnostima, znanjima i vještinama odlučuju na samozapošljavanje.

Ženama je od samog početka puno teže nego muškarcima bez obzira što su fleksibilnije, otvorenije i spremnije suočiti se s različitim izazovima. Temeljne razlike između poduzetnica i poduzetnika vidljive su u motivaciji, točki pokrića, izvoru financiranja, znanju, karakteru, podrijetlu, podršci i vrsti pokrenutog posla što će detaljnije biti prikazano u sljedećoj tablici.

²⁹ Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011., str. 303.

Tablica 9. Razlike između poduzetnica i poduzetnika

KARAKTERISTIKE	PODUZETNICE	PODUZETNICI
Motivacija	<ul style="list-style-type: none"> - postignuće – ostvarenje cilja - neovisnost – uradi sam 	<ul style="list-style-type: none"> - postignuće – težnja da se stvari obave - osobna neovisnost
Točka pokrića	<ul style="list-style-type: none"> - frustracija poslom - zanimanje i prepoznavanje prilike - promjena osobnih okolnosti 	<ul style="list-style-type: none"> - nezadovoljstvo trenutačnim poslom - sporedna uloga na fakultetu - odlazak ili otpuštanje - prilika za stjecanje
Izvor financiranja	<ul style="list-style-type: none"> - osobna imovina i uštedevina - privatni zajmovi 	<ul style="list-style-type: none"> - osobna imovina i uštedevina - bankovno financiranje i ulagači - zajmovi od prijatelja i obitelji
Podrijetlo znanja	<ul style="list-style-type: none"> - iskustvo u poslovnom području - iskustvo u srednjem menadžmentu ili administrativnoj razini - profesionalno podrijetlo vezano uz usluge 	<ul style="list-style-type: none"> - iskustvo u tom poslu - priznati stručnjak ili osoba - sposoban na raznim poslovnim funkcijama
Karakter osobine	<ul style="list-style-type: none"> - fleksibilna i tolerantna - orijentirana prema cilju - kreativna i realistična - srednja razina samopouzdanja - entuzijastična i energična - sposobnost nošenja s društvenim i gospodarskim okruženjem 	<ul style="list-style-type: none"> - tvrdoglav i uvjerljiv - orijentiran prema cilju - inovativan i idealističan - visoka razina samopouzdanja - entuzijastičan i energičan - mora biti svoj šef
Podrijetlo	<ul style="list-style-type: none"> - dob pokretanja pothvata 35-45 - otac je bio samozaposlen - fakultetski obrazovana - prvorodeno dijete 	<ul style="list-style-type: none"> - dob pokretanja 25-35 - otac je bio samozaposlen - fakultetski obrazovan - prvorodeno dijete
Potporne skupine	<ul style="list-style-type: none"> - bliski prijatelji, suprug, obitelj - ženske profesionalne grupe - trgovačka udruženja 	<ul style="list-style-type: none"> - prijatelji, profesionalni suradnici - poslovni suradnici - supruga
Vrsta pokrenutog posla	<ul style="list-style-type: none"> - uslužna djelatnost 	<ul style="list-style-type: none"> - proizvodnja ili građevina

Izvor: obrada autora prema Hisrich R. D., Peters M. P., Shepherd D. A.; Poduzetništvo, MATE d.o.o., Zagreb, 2011., str. 65. (28.04.2021.)

Razlozi pokretanja poduzetničke aktivnosti kod oba spola su slični, a karakterizira ih interes i iskustvo. Žene postojeći posao često napuštaju zbog postojanja frustracije poslom, ali zato u novi ulaze s velikom željom i entuzijazmom. Muškarci se za novi poduzetnički pothvat također odlučuju zbog nezadovoljstva, ali ponajviše kako bi preuzeli kontrolu nad vlastitim poslom. Nadalje, poduzetnice se na početku realizacije vlastite ideje oslanjaju na privatnu imovinu i uštedevinu, dok se poduzetnici više oslanjaju na bankovne zajmove i investitore. Poduzetnice su u svom poslu puno fleksibilnije, tolerantnije i kreativnije, dok su poduzetnici uvjerljiviji, tvrdoglaviji i imaju više samopouzdanja, za razliku od poduzetnica.

Muškarci u svijet poduzetništva ulaze u nešto ranijoj dobi od žena i najčešće se bave građevinom ili proizvodnjom. Žene poduzetnički aktivne postaju u nešto starijoj dobi i bave se uslužnim djelatnostima. Kao što je već navedeno prilikom ulaska u poduzetništvo izuzetno im je važna podrška. Poduzetnice kao najvažniju podršku navode obitelj i bliske prijatelja, i tek onda poslovne suradnike, ženska i trgovačka udruženja. Kada su poduzetnici u pitanju poredak je nešto drugačiji, te oni na prvo mjesto stavljaju poslovne suradnike, i tek onda obitelj i bliske prijatelje.

Iako postoje brojne razlike između poduzetnica i poduzetnika, iz svega navedenog može se zaključiti da su vrlo slični i da na kraju krajeva oba spola imaju isti cilj, a to je biti što uspješniji u svome poslu.

4. ULOGA ŽENA U PODUZETNIŠTVU REPUBLIKE HRVATSKE I CRNE GORE

Kroz ovo poglavlje analizirati će se ekonomska aktivnost žena u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori na temelju dostupnih statistički pokazatelja. Također navesti će se ciljevi ženskog poduzetništva, te međunarodni i nacionalni zakonodavni okviri kojima se regulira rad žena. I na kraju poglavlja izraditi će se SWOT analiza kojom će se istaknuti snage i slabosti ženskog poduzetništva, te prilike i prijetnje koje bi u budućnosti mogle uzrokovati negativne posljedice.

4.1. Analiza ekonomske aktivnosti žena u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori

Iako se već godinama nastoji postići određena ravnoteža po pitanju ravnopravnosti između žena i muškaraca, velike razlike i dalje su vidljive posebice kada je u pitanju poduzetnička aktivnost žena. Poduzetnička aktivnost žena ima vrlo važnu ulogu u razvoju gospodarstva, s obzirom da njihova aktivnost utječe na rast potencijalnog bruto domaćeg proizvoda, profitabilnosti i produktivnosti. Potrebno je maksimalno iskoristiti poduzetničko djelovanje žena jer time se osigurava gospodarski rast, ali i stvaranje novih radnih mjesta.

Žene predstavljaju većinu ukupnog stanovništva u Republici Hrvatskoj kao i u Crnoj Gori. Na području Republike Hrvatske u 2019. godini živjelo je ukupno 4.065.253 stanovnika od toga 2.094.569 žena. Dok je iste godine na području Crne Gore živjelo ukupno 621.873 stanovnika i od toga 314.318 žena. Udio žena u ukupnom broju stanovnika u Republici Hrvatskoj iznosi 51,5%, dok u Crnoj Gori žene čine oko 50,5% ukupnog stanovništva.

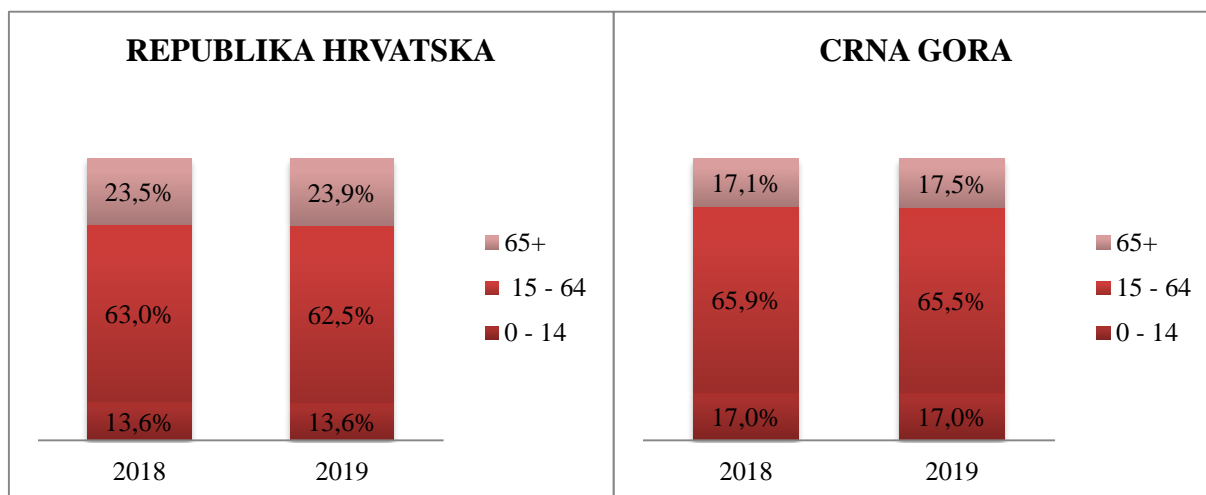
Tablica 10. Broj žena prema dobnoj skupini u 2018. i 2019. godini

STAROSNA SKUPINA	REPUBLIKA HRVATSKA		CRNA GORA	
	2018.	2019.	2018.	2019.
0 – 14	286.768	284.094	53.572	53.371
15 – 64	1.330.556	1.309.902	207.240	205.921
65+	495.467	500.573	53.658	55.026
	2.112.791	2.094.569	314.470	314.318

Izvor: obrada autora prema Procjena stanovništva Republike Hrvatske u 2018.; Procjena stanovništva Republike Hrvatske u 2019., DZS, Zagreb 2019., 2020. (dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/07-01-03_01_2019.htm; https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/07-01-03_01_2020.htm) i prema Žene i muškarci u Crnoj Gori 2018.; Žene i muškarci u Crnoj Gori 2019., MONSTAT, Podgorica, 2019., 2020. (dostupno na: <https://monstat.org/uploads/files/publikacije/%C5%BDene%20i%20mu%C5%A1karci%20u%20Crnoj%20Gori.pdf>; <https://www.monstat.org/userfiles/file/publikacije/Zene%20i%20muskarci%20u%20Crnoj%20Gori%202019%200preview%20FINAL.pdf>); (04.05.2021.)

Na temelju iznesenih podataka u Tablici 10., može se zaključiti kako je na području Republike Hrvatske u 2019. godini živjelo 18.222 žena manje u odnosu na 2018. godinu. Dok je u Crnoj Gori u 2019., živjelo 152 žene manje u odnosu na 2018. godinu. Obje države bilježe pad broja žena iz godine u godinu, i najveći pad zabilježen je u dobnoj skupini od 15 do 64. U nastavku je grafički prikazana dobna struktura žena izražena u postoku.

Grafikon 3. Dobna struktura žena izražena u postotku (%) u 2018. i 2019. godini



Izvor: obrada autora prema dostupnim podacima u Tablici broj 10. Broj žena prema dobnoj skupini 2018. i 2019. godini

Iz grafičkog prikaza može se zaključiti kako se starenje stanovništva kontinuirano nastavlja, što pokazuje povećanje broja žena u dobnoj skupini 65+. Stanovništvo starosti 65 i više godina u Republici Hrvatskoj čini 23,9% žena u ukupnom broju žena u 2019., dok u istom razdoblju u Crnoj Gori 17,0% žena se ubraja u promatranu dobnu skupinu. Procesu starenja doprinosi opadanje broja mladog stanovništva.

Jedan od razloga povećanja broja žena u poduzetništvu je dostupnost sve većeg obrazovnog programa. Razvoju poduzetništva doprinosi činjenica da je poduzetništvo nešto što se može naučiti, i da svatko može biti uspješan bez obzira da li je rođen sa „šestim čulom“ ili nije. Udio ženske populacije među završenim učenicama i studentima raste od osnovnog do visokog obrazovanja. U Republici Hrvatskoj, kao i u Crnoj Gori obrazovanje promatra se kroz osnovno, srednjoškolsko i visoko obrazovanje.

Visoko obrazovanje u Crnoj Gori izvodi se na univerzitetu, fakultetu, umjetničkoj akademiji i visokoj školi.³⁰ Ustanove visokog obrazovanja osnivaju se kao državne ili privatne, i realiziraju se kao osnovni (180 ECTS), master (120 ECTS) i doktorski studiji (180 ECST). U Republici Hrvatskoj visoko obrazovanje izvodi se kroz sveučilišne i stručne studijske programe, odnosno na sveučilištima, veleučilištima, visokim školama i umjetničkim akademijama. Isto kao i u Crnoj Gori osnivaju se kao državne i privatne ustanove.

³⁰ National Policies Platform- Crna Gora: Visoko obrazovanje, European Commission, dostupno na: https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/higher-education-51_me (pristupljeno 04.05.2021.)

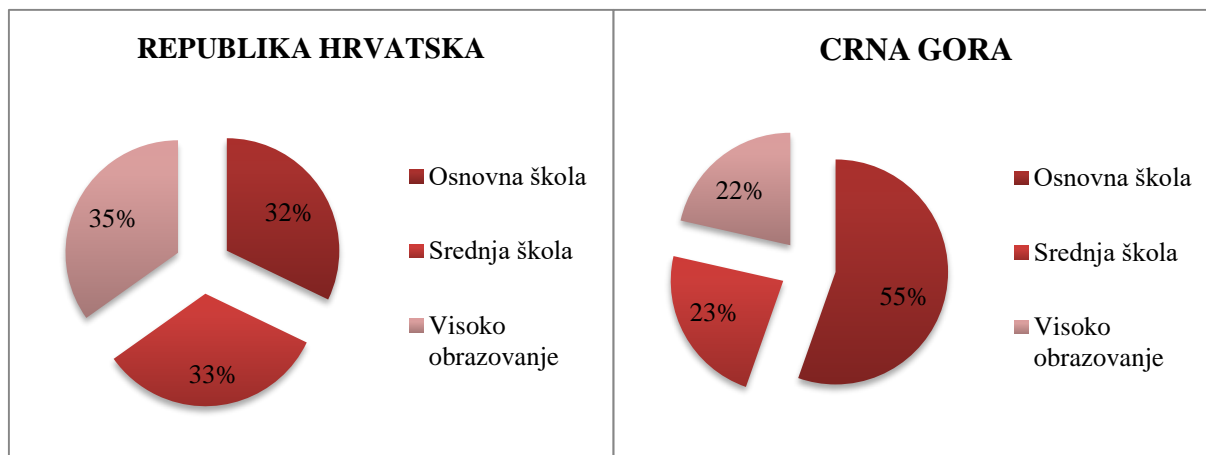
Tablica 11. Broj žena koji je završio osnovno, srednjoškolsko i visoko obrazovanje u 2019. godini

	REPUBLIKA HRVATSKA		CRNA GORA	
	Ukupno	Žene	Ukupno	Žene
OSNOVNA ŠKOLA	38.646	18.722	67.700	32.384
SREDNJA ŠKOLA	38.874	19.235	28.008	13.529
VISOKO OBRAZOVANJE	33.704	20.286	22.709	12.549

Izvor: obrada autora prema Žene i muškarci u Hrvatskoj 2020., DZS, Zagreb, 2020., str. 25.–33. (dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2020.pdf) i prema Crna Gora u brojkama 2019., MONSTAT, Podgorica, 2019., str. 29. (dostupno na: http://www.monstat.org/userfiles/file/publikacije/cg2019/CG%20u%20brojkama%202019_Part1_Part1.pdf) (05.05.2021.)

U Republici Hrvatskoj u 2019., osnovnu i srednju školu završilo je ukupno 77.338 stanovnika od čega 37.957 žena, dok je u Crnoj Gori osnovnu i srednju školu završilo ukupno 95.708 stanovnika od čega 45.913 žena. Na visokim učilištima u Republici Hrvatskoj diplomiralo je ukupno 20.286 žena, dok je u Crnoj Gori diplomiralo 12.549 žena. Udio diplomiranih žena u ukupnom broju diplomiranih na području Republike Hrvatske iznosi 60,19%, dok je u Crnoj Gori u 2019., diplomiralo 55,26% žena. Na temelju iznesenih podataka može se zaključiti kako se na daljnje obrazovanje nakon završene srednje škole odlučuje više žena nego muškaraca.

Grafikon 4. Broj žena koji je završio osnovno, srednjoškolsko i visoko obrazovanje izražen u postotku u 2019. godini



Izvor: obrada autora prema dostupnim podacima u Tablici broj 11. Broj žena koji je završio osnovno, srednjoškolsko i visoko obrazovanje u 2019. godini

Iz grafičkog prikaza vidljivo je koliki je udio obrazovanih žena u 2019. godini u ukupnom broju žena koji je tijekom promatranog razdoblja završio školovanje. U Republici Hrvatskoj 58.243 žena završilo je osnovnu i srednju školu, te diplomiralo na nekom od visokih učilišta. Tijekom 2019., u Crnoj Gori 58.462 žena je završilo svoje obrazovanje u nekoj od navedenih obrazovnih institucija. Iako je broj žena koji je završio školovanje u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori skoro pa jednak, ipak u Crnoj Gori udio žena u obrazovanju je puno veći u odnosu na Republiku Hrvatsku. Od ukupnog broja žena koji je živio na području Republike Hrvatske tijekom 2019. godine školovanje je završilo svega 2,78% žena, dok je u Crnoj Gori školovanje završilo 18,60% žena.

Žene se sve više odlučuju na obrazovanje kako bi se osjećale ispunjeno, zadovoljno i stekle potrebne kompetencije kojima će izgraditi ili nadograditi vlastiti poduzetnički pothvat. Ukoliko se promatra aktivnost žena na tržištu rada, podaci ukazuju na to da je na području Crne Gore u ukupnom broju ženskog stanovništva udio radno aktivnih žena veći u odnosu na Republiku Hrvatsku. Od ukupnog broja žena koji živi na području Republike Hrvatske na tržištu radno aktivno je samo 45,5% žena, dok je u Crnoj Gori aktivno 73,2% žena u dobnoj skupini od 25 do 49 godina. Ovakvo stabilno stanje na tržištu rada zabilježeno je zbog velikih napora koje države ulažu u poticanje razvoja ženskog poduzetništva kroz ekonomsko osnaživanje i postizanje rodne ravnopravnosti.

Zaposlenost se prikazuje stopom zaposlenosti koja nam govori o postotku zaposlenih osoba u radno sposobnoj kategoriji stanovništva. Radno sposobnu kategoriju stanovništva čine sve zaposlene i nezaposlene osobe od 15 i više godina. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku na području Republike Hrvatske tijekom 2019. godine bilo je aktivno 1.683.718 stanovnika od kojih je 1.555.068 zaposlenih i 128.650 nezaposlenih osoba. U istom razdoblju u Crnoj Gori aktivno je bilo 287,3 tisuće stanovnika od kojih je 243,8 tisuća zaposlenih i 43,4 tisuće nezaposlenih osoba.

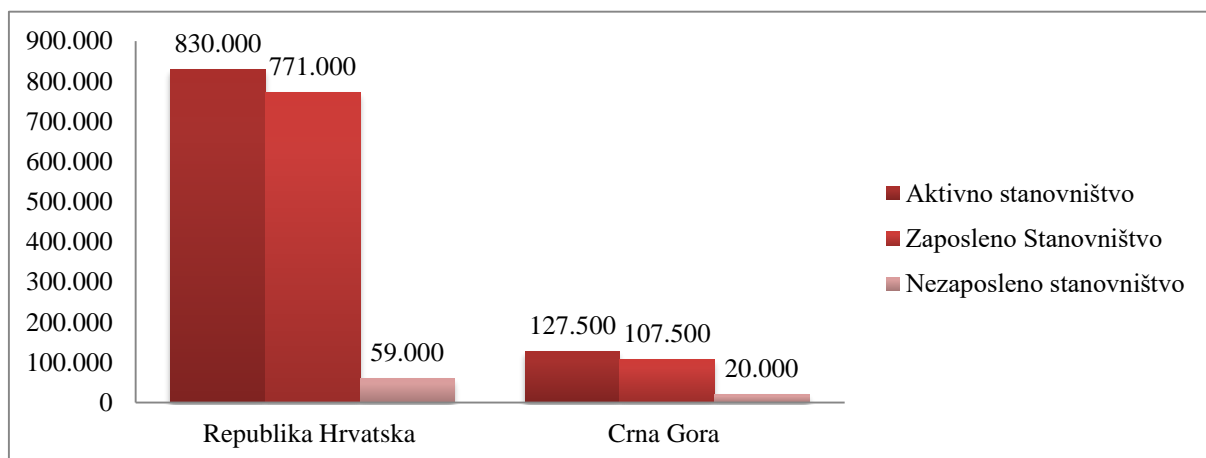
Tablica 12. Stopa aktivnosti, zaposlenosti i nezaposlenosti u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori u 2019. godini

	REPUBLIKA HRVATSKA	CRNA GORA
Stopa aktivnosti	51,1%	57,4%
Stopa zaposlenosti	47,7%	48,7%
Stopa nezaposlenosti	7,6%	15,1%

Izvor: obrada autora prema Aktivno stanovništvo u Republici Hrvatskoj u 2019., DZS, Zagreb, 2020. (dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/09-02-07_01_2020.htm) i prema Statistički godišnjak Crne Gore 2020., MONSTAT, Podgorica, 2020., str. 58. (dostupno na: <http://www.monstat.org/uploads/files/publikacije/godisnjak%202020/GODISNJAK%202020%20.pdf>) (05.05.2021.)

Stopa aktivnosti za 2019. godinu u Crnoj Gori iznosi 57,4% te je veća u odnosu na Republiku Hrvatsku i iznosi 51,1%. Nadalje stopa zaposlenosti u Republici Hrvatskoj u 2019., iznosi 47,7% , dok u Crnoj Gori svega 48,7%. I na kraju stopa nezaposlenosti u Republici Hrvatskoj iznosi 7,6%, dok je u Crnoj Gori zabilježena puno veća nezaposlenosti i iznosi 15,1%. Obje države trebaju poraditi na smanjenju nezaposlenosti.

Grafikon 5. Žensko radno sposobno stanovništvo u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori u 2019. godini



Izvor: obrada autora prema Aktivno stanovništvo u Republici Hrvatskoj u 2019., DZS, Zagreb, 2020. (dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/09-02-07_01_2020.htm) i prema Statistički godišnjak Crne Gore 2020., MONSTAT, Podgorica, 2020., str. 58. (dostupno na: <http://www.monstat.org/uploads/files/publikacije/godisnjak%202020/GODISNJAK%202020%20.pdf>) (05.05.2021.)

Od ukupnog broja aktivnog stanovništva u Republici Hrvatskoj 830 tisuća ili 46,2% čine žene, dok u Crnoj Gori čine 127,5 tisuća ili 44,4% žena. Od ukupnog broja zaposlenih na području Republike Hrvatske 771 tisuća ili 45,9% čine žene, a u Crnoj Gori žene čine 107,5 tisuća ili 44,1% zaposleni. Nadalje broj nezaposlenih žena na području Republike Hrvatske u 2019., iznosi 59 tisuća ili 49,6% u ukupnom broju nezaposlenih, dok u Crnoj Gori 20 tisuća ili 46% žena je bilo nezaposleno.

S obzirom na rodnost postoje velike razlike ovisno o djelatnosti zato što postoje muške i ženske djelatnosti. Žene svoje poduzetničke pothvate najviše pokreću u djelatnostima vezanim za obrazovanje, zdravstvene skrbi i socijalne zaštite, uslužnim i financijskim djelatnostima. A najmanje ženske poduzetničke aktivnosti vezan je uz građevinarstvo, djelatnosti vezane za opskrbu vodom i električnom energijom i rudarstvo.

Tablica 13. Broj zaposlenih žena u Republici Hrvatskoj prema djelatnostima u 2019. godini

	REPUBLIKA HRVATSKA		
	Ukupno	Žene	Udio žena u %
Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	24.351	6.914	28,4
Rudarstvo i vađenje	4.185	538	12,9
Prerađivačka industrija	232.513	82.209	35,4
Opskrba električnom energijom	13.947	3.020	21,7
Opskrba vodom	25.890	5.447	21,0
Građevinarstvo	93.761	9.635	10,3
Trgovina na veliko i na malo	206.730	114.081	55,2
Prijevoz i skladištenje	74.358	17.597	23,7
Djelatnosti pružanja smještaja i pripreme hrane	85.337	45.634	53,5
Informacije i komunikacije	42.992	15.595	36,3
Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	38.062	26.296	69,1
Poslovanje nekretninama	9.332	4.540	48,6
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	62.971	31.517	50,1
Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	52.576	23.166	44,1
Javna uprava i obrana	111.984	55.492	49,6
Obrazovanje	115.118	90.844	78,9
Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	99.714	77.875	78,1
Umjetnost, zabava i rekreacija	26.711	15.026	56,3
Ostale uslužne djelatnosti	20.901	13.556	64,9

Izvor: obrada autora prema Žene i muškarci u Hrvatskoj 2020., DZS, Zagreb, 2020., str. 43., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2020.pdf (08.05.2021.)

Iz tabelarnog prikaza može se vidjeti kako je udio zaposlenih žena najveći u „ženskim“ djelatnostima, a najmanji u „muškim“ djelatnostima. Tijekom 2019. godine od ukupnog broja zaposlenih žena njih 90.844 bilo je zaposleno u djelatnostima koje se odnose na obrazovanje, zatim 77.875 žena bavilo se djelatnostima zdravstvene zaštite i socijalne skrbi, te 26.296 žena bilo je aktivno na području financijskih djelatnosti.

Također veliki broj žena bavio se uslužnim djelatnostima, djelatnostima vezanim za pružanje smještaja, pripremu i usluživanje hrane i pića, te trgovinom na veliko i na malo. Najmanje žena bilo je zaposleno u rudarstvu oko 538 žena, zatim u djelatnostima koje se odnose na opskrbu vodom i električnom energijom bilo je zaposleno oko 8.467 žena i u građevinarstvo je bilo uključeno 9.635 žena.

Tablica 14. Broj zaposlenih žena u Crnoj Gori prema djelatnostima u 2019. godini

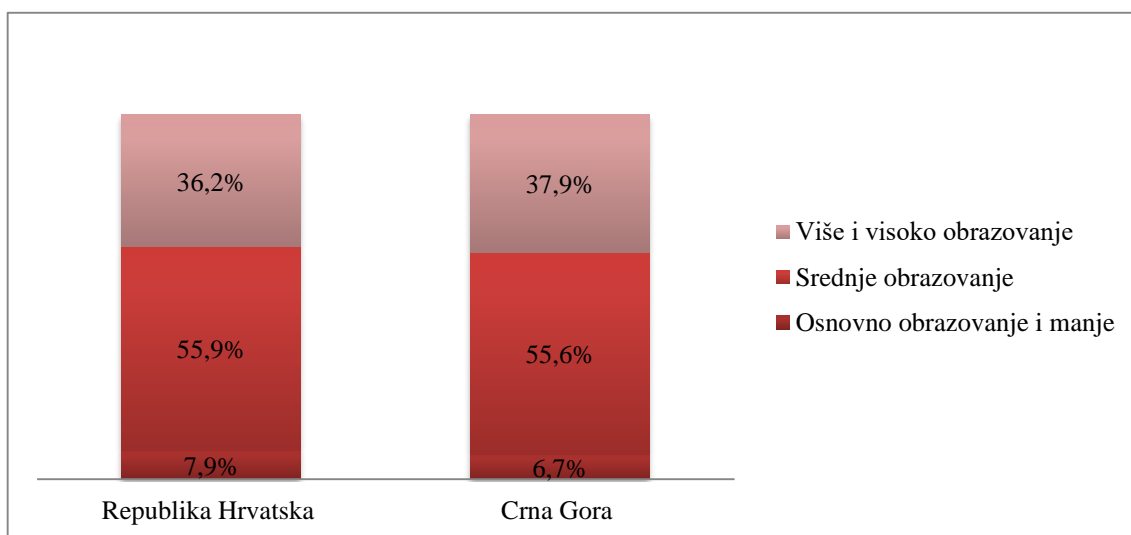
	REPUBLIKA HRVATSKA		
	Ukupno	Žene	Udio žena u %
Poljoprivredne djelatnosti	17.400	7.100	40,8
Vađenje ruda i kamena	1.400	-	-
Prerađivačka industrija	14.600	4.400	30,1
Opskrba električnom energijom	2.500	-	-
Opskrba vodom	4.700	-	-
Gradevinarstvo	24.200	2.400	9,9
Trgovina na veliko i na malo	46.800	25.100	53,6
Prijevoz i skladištenje	13.400	2.100	15,7
Usluge smještaja i prehrane	20.600	8.700	42,2
Informacije i komunikacije	5.300	3.000	56,6
Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	3.900	2.500	64,1
Poslovanje nekretninama	-	-	-
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	13.100	6.700	51,1
Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	12.800	3.700	28,9
Državna uprava i obrana	20.300	9.700	47,8
Obrazovanje	14.400	10.700	74,3
Zdravstvena i socijalna zaštita	12.400	10.100	81,4
Umjetnost, zabava i rekreacija	5.900	2.900	49,1
Ostale uslužne djelatnosti	7.900	5.200	65,8

Izvor: obrada autora prema Žene i muškarci u Crnoj Gori, MONSTAT, Podgorica, 2020., str. 80., dostupno na: <https://monstat.org/uploads/files/publikacije/%C5%BDene%20i%20mu%C5%A1karci%20u%20Crnoj%20Gori.pdf> (08.05.2021.)

Od ukupnog broja zaposlenih žena na području Crne Gore njih 10.100 bilo je zaposleno u nekoj od obrazovnih institucija, zdravstvenom i socijalnom zaštitom bavilo ih se 10.700, te je oko 2.500 žena bilo radno aktivno na području financija i osiguranja. Najmanji broj zaposlenih žena zabilježen je u građevinarstvu, te prijevozu i skladištenje. U odnosu na Republiku Hrvatsku u Crnoj Gori tijekom 2019., niti jedna žena nije se bavila rudarstvom, djelatnostima koje se odnose na opskrbu električnom energijom i strujom te poslovanjem nekretnina. Iako se navedene djelatnosti uglavnom klasificiraju kao muške, u Republici Hrvatskoj ipak se određeni broj bavi istima.

Zaposlenost žena u obje države može se promatrati prema obrazovanju. Kao što je prethodno navedeno sve veći broj žena se odlučuje nastaviti školovanje nakon srednje škole i tako postići više zvanje.

Grafikon 6. Zaposlene osobe prema razini obrazovanja u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori u 2019. godini



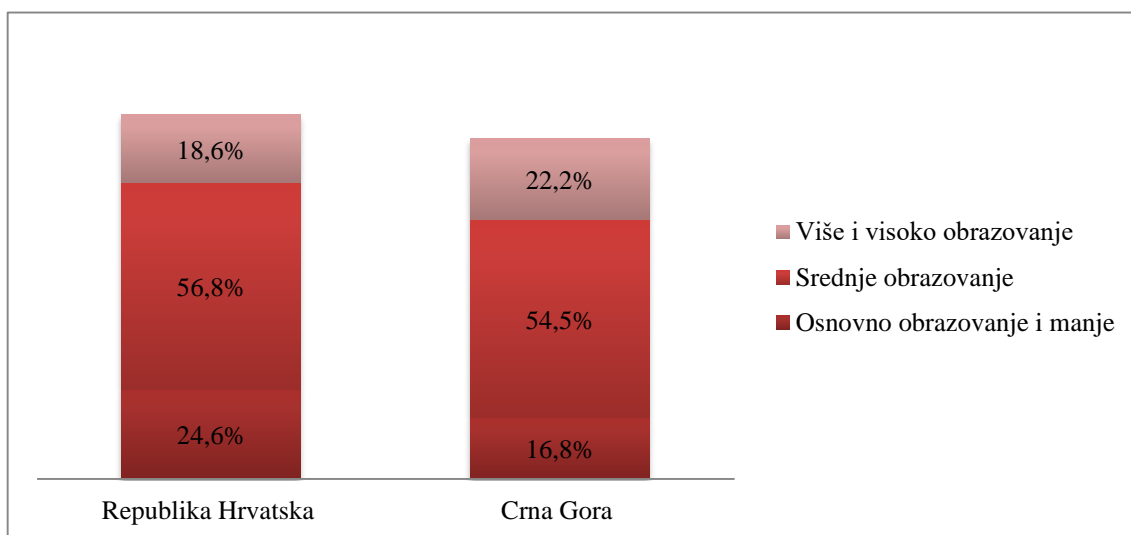
Izvor: obrada autora prema Žene i muškarci u Hrvatskoj 2020., DZS, Zagreb, 2020., str. 46. (dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2020.pdf) i prema Statistički godišnjak Crne Gore 2020., MONSTAT, Podgorica, 2020., str. 60. (dostupno na: <http://www.monstat.org/uploads/files/publikacije/godisnjak%202020/GODISNJAK%202020%20.pdf>) (12.05.2021.)

Najveće učešće u obrazovnoj strukturi zaposlenog stanovništva imaju žene sa završenim srednjim obrazovanjem i to 55,9% u Republici Hrvatskoj i 55,6% u Crnoj Gori. Obrazovna struktura pokazuje da 37,9% žena ima završeno visoko obrazovanje što je nešto više u odnosu na Republiku Hrvatsku. I na kraju najmanje zaposlenih prema obrazovnoj strukturi ima završenu samo osnovnu školu.

Žene nisu diskriminirane samo kada je u pitanju obrazovanje ili zapošljavanje, već i po pitanju plaća. Muškarci su puno bolje plaćeni od žena, te su razlike u isplaćenim plaćama ogromne. Upravo zbog toga žene se zapitkuju da li dovoljno dobro rade svoj posao, te da li ih se uopće cijeni. Na razini država potrebno je definirati plaću za svaku djelatnosti koja će biti jednaka i za muškarce i za žene.

Nadalje, među nezaposlenima dominiraju žene, te je iz godine u godinu broj nezaposlenih žena skoro pa nepromijenjen. U Republici Hrvatskoj u 2019. godini 59 tisuća žena bilo je nezaposleno, dok je u Crnoj Gori 20 tisuća žena bilo bez posla. U nastavku će se prikazati prosječan broj nezaposlenih žena prema razini obrazovanja. Važno je napomenuti kako je prosječan broj nezaposlenih u Republici Hrvatskoj za 12 525 žena veći u odnosu na registrirani broj nezaposlenih žena.

Grafikon 7. Nezaposlene osobe prema razini obrazovanja u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori u 2019. godini



Izvor: obrada autora prema Statističke informacije 2020., DZS, Zagreb, 2020., str. 32. (dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/StatInfo/pdf/StatInfo2020.pdf) i prema Statistički godišnjak Crne Gore 2020., MONSTAT, Podgorica, 2020. (dostupno na: <http://www.monstat.org/uploads/files/publikacije/godisnjak%202020/GODISNJAK%202020%20.pdf>) (12.05.2021.)

Najveće učešće u obrazovnoj strukturi nezaposlenog stanovništva imaju žene sa završenim srednjim obrazovanjem i to 56,8% u Republici Hrvatskoj i 54,5% u Crnoj Gori. Obrazovna struktura pokazuje da 18,6% nezaposlenih žena ima završeno visoko obrazovanje u Republici Hrvatskoj, što je nešto manji postotak u odnosu na Crnu Goru gdje je 22,2% žena nezaposleno. I na kraju najmanje nezaposlenih prema razini obrazovanja ima završenu osnovnu školu.

Nezaposlenost je dosta neravnomjerno raspoređena unutar država, te je uglavnom veća u ruralnim područjima, nego u urbanim. Zaključak zašto je to tako ne proizlazi samo iz tržišta rada, nego i iz toga da nema dovoljno raspoloživih vrtića, cjelodnevnih boravaka u osnovnim školama, kao ni smještaja za starije osobe. Najveći udio nezaposlenih žena zabilježen je u dobnoj skupini od 25 do 49 godina, dok je najveći rast nezaposlenih žena evidentiran u dobnoj skupini 50 i više godina. U odnosu na ranije godine postignut je napredak po pitanju smanjenja broja nezaposlenih, međutim on i dalje nije na ciljanoj razini.

4.2. Vlasnička i upravljačka zastupljenost žena

Zadnja kategorija koja će se analizirati u sklopu ovog poglavlja odnosi se na upravljačku zastupljenost žena, rodne uloge i profesije. Sve više se povećava broj visokoobrazovanih žena, što dovodi do samnjenja broja muškaraca na vodećim pozicijama na tržištu rada. I upravo to je dokaz da na rukovodećim i upravljačkim pozicijama ne mora uvijek biti muškarac.

Udio poduzeća za ženskim udjelom vlasništva u Republici Hrvatskoj iznosio je 31,7%, dok je u Crnoj Gori 23% poduzeća u vlasništvu žena. Razlozi ovakve podzastupljenosti temelje se na:

- podzastupljenost žena u poduzetničkoj aktivnosti podudara se s njihovom podzastupljenošću u broju sudionica na tržištu;
- žene kasnije ulaze na upravljačke funkcije;
- manja primanja žena u odnosu na muškarce, kao i manja zaposlenost;
- podijeljenost poslova na rukovodećoj razini;
- nedostatana podrška za razvoj ženskog poduzetništva;
- nedovoljnoj dostupnosti statističkih podataka.

Osim navedenoga nisku razinu poduzetničke aktivnosti žena prati financijska nepismenost, ograničen pristup financijskim sredstvima, informacijama, novim znanjima i tehnologiji, nedostatak programa za stjecanje novih vještina, te neusklađenost privatnog i poslovnog života. U Republici Hrvatskoj stanje ženskog poduzetništva može se pratiti kroz aktivnosti trgovačkih društava i obrta, dok u Crnoj Gori prema broju žena vlasnica malih i srednjih poduzeća.

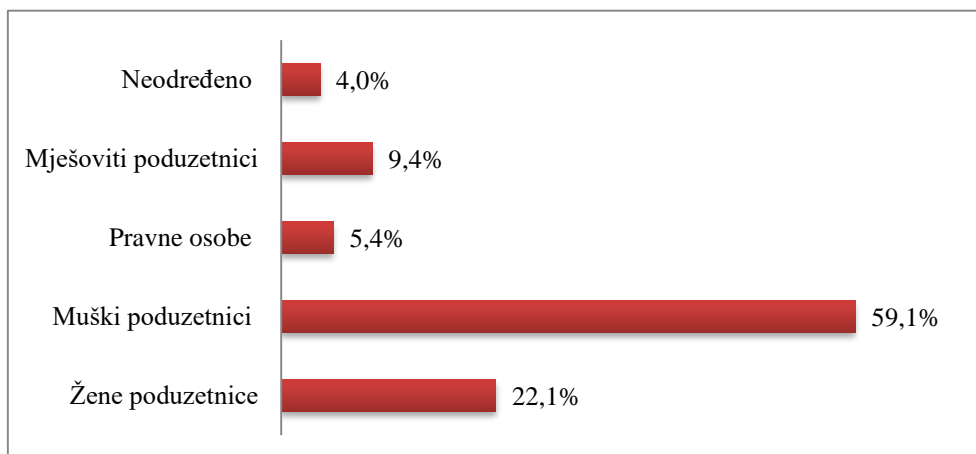
Dosadašnje analize koje su provedene na području Republike Hrvatske ukazuju na to da udio žena vlasnica trgovačkih društava bilježi porast unazad nekoliko godina. Udio društava u kojima su isključivo žene osnivačice u ukupnom broju trgovačkih društava bio je 22,1% u 2019. godini. Ukoliko se broju trgovačkih društava koji su ženskom vlasništvu pribroji i broj društava koji je u mješanom vlasništvu tada je poduzetnička aktivnost žena još veća. Mješovito vlasništvo predstavlja kombinaciju vlasništva, a u tome slučaju vlasnici mogu biti žene, muškarci i pravne osobe. Udio trgovačkih društava koji je u mješovitom vlasništvu u ukupnom broju trgovačkih društava bio je 33,1% za promatrano razdoblje.

Tablica 15. Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2019. godini u Republici Hrvatskoj

STRUKTURA OSNIVAČA		
	Broj osnivača	Udio (%)
Žene osnivačice	28.100	22,1
Muškarci osnivači	75.146	59,1
Pravne osobe	6.871	5,4
Mješoviti osnivači	11.998	9,4
Neodređeno	5.143	4,0
Ukupno	127.258	100

Izvor: obrada autora prema dostupnim podacima Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava – razdoblje od 2011. do 2019. godine, FINA, Zagreb, 2020., dostupno na: <https://www.fina.hr/-/udio-zena-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-u-hrvatskoj-u-2018.-godini-iznosi-31-3-> (16.05.2021.)

Grafikon 8. Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2019. godini u Republici Hrvatskoj izražena u postotku (%)



Izvor: obrada autora prema Tablici 15. Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2019. godini u Republici Hrvatskoj

U 2019. godini na području Republike Hrvatske bilo je aktivno ukupno 127.258 društava, od čega je 22,1% bio u vlasništvu žena, 59,1% u vlasništvu muškaraca, 5,4% u vlasništvu pravnih osoba, 9,4% u mješovitom vlasništvu. Od ukupnog broja društava za njih 5.143 ili 4,0% nije moguće odrediti kojoj skupini vlasnika pripadaju.

Tablica 16. Broj trgovačkih društava u isključivo ženskom i mješovitom vlasništvu u 2019. godini

	BROJ PODUZETNIKA		
	Ukupno	Žene	Mješovito
Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	2.521	454	279
Rudarstvo i vađenje	204	17	31
Prerađivačka industrija	13.839	2.404	1.466
Opskrba električnom energijom	794	76	92
Opskrba vodom	786	62	53
Građevinarstvo	15.549	1.830	1.021
Trgovina na veliko i na malo	27.356	5.742	2.845
Prijevoz i skladištenje	6.170	847	355
Djelatnosti pružanja smještaja i pripreme hrane	12.031	2.988	1.028
Informacije i komunikacije	6.698	863	695
Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	441	89	38
Poslovanje nekretninama	5.822	1.060	873
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	20.348	6.271	2.242
Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	6.727	1.643	631
Javna uprava i obrana	14	0	1
Obrazovanje	1.050	433	84
Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	859	351	110
Umjetnost, zabava i rekreacija	1.722	445	156
Ostale uslužne djelatnosti	4.325	2.524	206

Izvor: obrada autora prema dostupnim podacima Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava – razdoblje od 2011. do 2019. godine, FINA, Zagreb, 2020., dostupno na: <https://www.fina.hr/-/udio-zena-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-u-hrvatskoj-u-2018.-godini-iznosi-31-3-> (16.05.2021.)

Ukoliko se vlasnička struktura promatra po područjima djelatnosti žene poduzetnice prevladavaju u području ostalih uslužnih djelatnosti sa 58,4% udjela u ukupnom broju poduzetnika, zatim sa 30,8% udjela u području stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti, te sa 21% udjela u djelatnostima vezanim za trgovinu na malo i veliko. Najmanja zastupljenost žena poduzetnica prevladava u djelatnostima vezanim za rudarstvo i vađenje, opskrbu

električnom energijom i vodom, te financijskim djelatnostima. Zanimljivo je da od ukupno 441 društva koji se bavi financijskim djelatnostima samo 89 njih je u vlasništvu žena i 38 u mješovitom vlasništvu, dok je broj zaposlenih žena prevladava u ovoj djelatnosti. Iako se građevinarstvo klasificira kao „muška“ djelatnost od ukupno 15.549 društava čak njih 1.830 je isključivo u ženskom vlasništvu, a 1.021 u mješovitom.

U Republici Hrvatskoj u 2019. godini ukupno 40.098 društava bilo je isključivo u ženskom ili mješovitom vlasništvu. U ukupnom broju društava u ženskom ili mješovitom vlasništvu bilo je 175.376 zaposlenih koji su ostvarili ukupan prihod u iznosu od 110,9 milijardi kuna.

Iz svega navedenog može se zaključiti kako je najveći udio žena u uslužnim djelatnostima, dok u ostalim djelatnostima koje su proizvodnog karaktera prevladavaju muškarci. I dalje u upravljačkoj strukturi Republike Hrvatske glavnu ulogu imaju muškarci.

Nadalje, u Crnoj Gori oko 23% poduzeća nalazi se u vlasništvu žena, što je i dalje dosta mali postotak s obzirom na broj radno aktivnih žena.

Tablica 17. Broj žena vlasnica mikro, malih i srednjih poduzeća u Crnoj Gori u 2018. i 2019. godini

	2018	2019
Ukupno	29.534	32.084
Žene vlasnice mikro, malih i srednjih poduzeća	6.460	6.996
Udio žena vlasnica (%)	21,8	21,8

Izvor: obrada autora prema Strategiji razvoja ženskog preduzetništva Crne Gore 2021 – 2024. godine, Ministarstvo ekonomskog razvoja, Podgorica, 2021., str. 6., dostupno na: <http://eusluge.euprava.me/eParticipacija/GetFile.aspx?Id=887> (17.05.2021.)

Tablica broj 17 prikazuje broj žena vlasnica mikro, malih i srednjih poduzeća u odnosu na ukupan broj mikro, malih i srednjih poduzeća u Crnoj Gori. Od ukupno 32.084 poduzeća, samo 6.996 poduzeća je u vlasništvu žena. U odnosu na 2019. godinu broj poduzeća povećao se za 536 u odnosu na 2018., međutim udio žena vlasnica je isti bez obzira na povećanje broja poduzeća. Poticanje razvoja ženskog poduzetništva putem raznih programa dovelo je do navedenog povećanja. Iako je svako povećanje važno, potrebno je naglasiti kako ono i dalje nije na zadovoljavajućoj razini, te da je većina poduzeća u vlasništvu muškaraca.

Tablica 18. Broj žena poduzetnica u 2018. i 2019. godini

	2018	2019
Ukupno	9.335	9.104
Žene poduzetnice	2.673	2.802
Udio žena poduzetnica (%)	28,6	30,8

Izvor: obrada autora prema Strategiji razvoja ženskog preduzetništva Crne Gore 2021 – 2024. godine, Ministarstvo ekonomskog razvoja, Podgorica, 2021., str. 6., dostupno na: <http://eusluge.euprava.me/eParticipacija/GetFile.aspx?Id=887> (17.05.2021.)

Tablica 18., prikazuje broj žena poduzetnica u odnosu na ukupan broj poduzetnika u Crnoj Gori. Tijekom 2019. godine broj poduzetnica se povećao za 129 žena u odnosu na 2018. godinu. U ukupnom broju poduzetnika udio ženskih poduzetnica je 30,8%. Razlog zbog kojeg se sve više žena okreće poduzetničkim aktivnostima temelji se na definiranju mjera u okviru posebne politike ženskog poduzetništva.

Nažalost, na području Crne Gore ne prikupljaju se kontinuirano podacima o zastupljenosti žena u upravljačkoj strukturi, stoga će u nastavku biti izneseni podaci iz 2017. godine. Tijekom 2017. godine u upravnim odborima poduzeća 10% žena nalazi se na vodećim pozicijama, međutim i dalje je najmanja zastupljenost žena na najvišoj razini menadžmenta.

U malim i srednjim poduzećima na poziciji izvršnog direktora tijekom 2017. godine bilo 11% žena, dok je u upravi u malim poduzećima sjedilo 33,7% žena, a u srednjim 24,7% žena. Nadalje u velikim poduzećima na poziciji izvršnog direktora bilo je zaposleno 4,4% žena, a u upravi je bilo aktivno 21,7% žena.

Na temelju do sada iznesenog može se zaključiti da obje države imaju malu zastupljenost žena u poduzetništvu iako aktivno rade na definiranju mjera i politika ženskog poduzetništva.

4.3. Ciljevi razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori

Kada se govori o ženama poduzetnicama, tada se prije svega misli na žene koje tek ulaze ili su već aktivne u svijetu poduzetništva. Poduzetnicama je neophodna podrška u svim fazama poslovanja poduzeća. Potrebno je definirati politike unutar kojih će se osigurati povezanost različitih programa koji će doprinijeti ostvarenju cilja, a to je povećati učešće poduzetnički aktivnih žena.

Postoji nekoliko osnovnih problema s kojima se poduzetnice susreću a to su prije svega nedostatak iskustva, obrazovnih programa i usluga savjetovanja, te nedostupnost financijskih sredstava. Kako bi se otklonili navedeni problemi svaka država je kroz Strategiju razvoja ženskog poduzetništva definirala i detaljno razradila ciljeve kojima planiraju povećati poduzetničku aktivnost žena.

Ciljeve koje je Vlada Republike Hrvatske definirala kroz Strategiju razvoja ženskog poduzetništva su četiri strateška cilja koja se odnose na:³¹

- poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika,
- poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena,
- uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu, i
- promocija poduzetništva žena.

U sklopu navedenih ciljeva definirane su mjere kojima se potiče daljnji razvoj ženskog poduzetništva. U sklopu strateškog cilja poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika definirane mjere odnose se na međuresornu radnu skupinu i koordinaciju, statističku osnovicu i povezivanje izvora informacija, te na stvaranje poticajnog okruženja. Ovim mjerama želi se jačati rad međuresorne radne skupine koja će osigurati potrebite informacije i podatke o ženskom poduzetništvu. Na temelju prikupljenih podataka pratiti će se promjene koje se zbivaju na tržištu rada, te će se analizirati regulatorni okvir kako bi se mogli na vrijeme ustvrditi problemi s kojima se žene susreću.

³¹ Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020., Vlada Republike Hrvatske, Zagreb, str., 24.-29.; dostupno na: <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf> (pristupljeno 20.05.2021.)

Kako bi se poboljšala sustavna podrška u poduzetništvu potrebno je ojačati sudjelovanje žena u definiranju i formiranju politika kojima se u budućnosti planira utjecati na uključivanje žena u poduzetničku aktivnost. U definiranje novih politika trebalo bi uključiti žene koje su već aktivne na tržištu rada iz razloga što one najbolje znaju na čemu je potrebno poraditi kako bi buduće poduzetnice imale kvalitetnu podršku koja je njima nedostajala. Potrebno je razviti nove modele za osposobljavanje i usavršavanje žena kojima će stjeći potrebne kompetencije za vođenje i upravljanje poduzećem. Kako bi sustavna podrška bila u cijelosti zaokružena potrebno je mjerama osigurati povoljnije financiranje i poticati korištenje sredstava iz Strukturnih fondova i drugih programa. I na kraju potrebno je poticati poslovno umrežavanje kojim će se poduzetnice povezati s različitim institucijama, udrugama i drugim akterima jer ono doprinosi razvoju ženskog poduzetništva.

Mjere koje su definirane za ostvarenje strateškog cilja koji se odnosi na uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu odnose se na savjetovanje i mentorstvo na regionalnoj razini, pružanje stručne potpore za poduzetničke projekte, te podršku. Realizacijom navedenih mjera nastojati će se izgraditi kapaciteti za pružanje usluga savjetovanja žena i organizirati razni seminari kojima će se poticati poduzetnice s iskustvom da savjetuju buduće poduzetnice. Prilagođeni programi mentorstva kod poduzetnica smanjuju osjećaj usamljenosti i ostavljaju pozitivan utisak. Najveći broj poduzetnica živi u razvijenim urbanim sredinama, dok u ruralnim i otočnim sredinama zastupljenost žena u poduzetništvu je izuzetno mala. Kako bi se izjednačio broj poduzetnica u urbanim sredinama sa ruralnim i otočnim potrebno je formulirati posebne programe pomoću kojih će to biti ostvarivo.

I zadnji, ali ne manje važan cilj odnosi se na promociju poduzetništva žena, njime se nastoji izraditi plan komunikacije i promidžbe organiziranjem skupova i konferencija, putem službenih web stranica te društvenih mreža. Kvalitetna promocija omogućuje ženama da svoj uspjeh prezentiraju javnosti i s time stječu određenu prepoznatljivost što je u današnje vrijeme izuzetno važno.

Nadalje, Vlada Crne Gore i javni sektor u suradnji s privatnim sektorom provodi politiku razvoja ženskog poduzetništva na lokalnoj i nacionalnoj razini realiziranjem definiranih mjera

koje su usmjerene na ekonomsko osnaživanje žena. Strategijom razvoja ženskog poduzetništva definirana su tri strateška cilja koja se odnose na:³²

- izgradnju okruženja povoljnog za održivi razvoj ženskog poduzetništva,
- pružanje boljeg pristupa financiranju i jačanju konkurentnosti,
- zagovaranje interesa i pozicioniranje poduzetnica.

Strateškim ciljem koji se odnosi na izgradnju okruženja povoljnog za održivi razvoj ženskog poduzetništva želi se unaprijediti institucionalna infrastruktura u sklopu koje će se osigurati veći broj agencija i centara gdje će poduzetnice moći dobiti sve potrebne informacije. Također, želi se uključiti što veći broj poduzetnica u proces donošenja odluka na temelju kojih će se kreirati nove politike, i unaprijediti regulatorni okvir kojim će se poticati razvoj ženskog poduzetništva. Potrebno je osigurati kontinuirano prikupljanje statističkih pokazatelja na temelju kojih će se izrađivati publikacije koje će biti dostupne široj javnosti.

Mjere koje su definirane za pružanje boljeg pristupa financiranju i jačanju konkurentnosti odnose se na poboljšanje i uvođenje novih financijskih instrumenta koji će biti prilagođeni potrebama poduzetnica, te na unaprjeđenje financijske pismenosti. Osim toga mjerama se želi potaknuti žene na uvođenje online promocije te na digitalnu transformaciju poslovanja, s obzirom da se današnje poslovanje temelji na novim tehnologijama, te da sve funkcionira putem „žice“.

Zagovaranjem interesa i pozicioniranjem poduzetnica želi se osigurati sveobuhvatna podrška kojim će se poduzetnice povezati s dobavljačima i klasterima, te upoznati s socijalnim poduzetništvom. Kao što je već istaknuto udruživanjem poduzetnica želi se unaprijediti poslovno okruženje, te razviti programi podrške kojima će se olakšati pristup na nova domaća i strana tržišta.

Analizirajući ciljeve jedne i druge države može se zaključiti kako su oni ustvari jednaki, samo što se razlikuju u načinu realizacije. Ono što se postavljenim ciljevima nastoji realizirati je povećati svijest o rodnoj ravnopravnosti i u cijelosti eliminirati stereotipe o ženama koji su i dalje prisutni u društvu.

³²Strategija razvoja ženskog preduzetništva u Crnoj Gori 2021 – 2024., Ministarstvo ekonomskog razvoja, Podgorica, 2021., str. 36., dostupno na: <http://eusluge.euprava.me/eParticipacija/GetFile.aspx?Id=887> (pristupljeno 20.05.2021.)

4.4. Pravni i institucionalni okvir za žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori

Na razini Republike Hrvatske i Crne Gore određen je pravni okvir koji definira sustav razvoja ženskog poduzetništva. Pitanjima ženskog poduzetništva bave se državne institucije, nevladine organizacije, poslovna udruženja, obrazovne i druge institucije.

4.4.1. Međunarodni zakonodavni okvir vezan uz rad i prava žena

Ravnopravnost spolova i pravo na rad predstavlja jedno od temeljnih ljudskih prava. Vijeće Europe, organizacija Ujedinjenih naroda i Međunarodna organizacija rada donijele su određene strategije i konvencije kako bi se postigla ravnopravnost među spolovima. S obzirom da je Republika Hrvatska 2017. godine postala punopravnom članicom Europske Unije sukladno tome morala je doraditi svoje propise i te ih prilagoditi regulatornom okviru Europske Unije. Crna Gora još uvijek nije postala članicom Europske Unije, ali je članica gore navedenih organizacija i Vijeća Europe.

Vijeće Europe donijelo je Strategiju za ravnopravnost spolova za razdoblje od 2018. do 2023. godine. Prema njoj ravnopravnost spolova podrazumijeva jednaka prava žena i muškaraca, kao i jednaku vidljivost, osnaživanje i sudjelovanje u svim područjima privatnog, javnog i obiteljskog života. Pravni status žena tijekom godina je poboljšán, međutim on i dalje nije na očekivanoj razini. Potrebno je ženama omogućiti uključivanje u gospodarstvo kako bi postale ekonomski neovisne. Kako bi se neravnopravnost među spolovima u što većoj mjeri smanjila potrebno ju je na vrijeme uočiti i sukladno tome reagirati. Uvođenjem novih promjena po pitanju ravnopravnosti rezultira i promjenama u društvu. Opći cilj Strategije je povećati razinu ravnopravnosti spolova u svim državama članicama.

Da bi se postigla željena razina ravnopravnosti Strategijom je definirano šest strateških područja na kojima je potrebno aktivno djelovati, a to su:³³

- sprječavanje i borba protiv rodnih stereotipa i seksizma,
- sprječavanje i borba protiv nasilja nad ženama i nasilja u obitelji,
- osiguravanje ravnopravnog pristupa žena pravosuđu,
- postizanje ravnoteže u zastupljenosti žena i muškaraca pri donošenju odluka u političkom i javnom sektoru,
- zaštita prava žena i djevojčica migrantica, izbjeglica i tražiteljica azila, i
- uvođenje načela ravnopravnosti spolova u cjelokupnu politiku i mjere.

Strateški ciljevi se odnose na već postojeće mjere koje Vijeće Europe provodi na područjima država članica. Time se želi postići njihovo unaprjeđenje kako bi se ostvarila željena razina ravnopravnosti među spolovima.

Međunarodna organizacija rada (International Labour Organization – ILO) je specijalizirana agencija Ujedinjenih naroda koja okuplja vlade, poslodavce i radnike 187 država članica, kako bi postavili standarde rada, osmislili programe i razvili politike koje promiču ravnopravnost između muškaraca i žena. Glavni ciljevi organizacije su promicanje prava na radu, jačanje socijalne zaštite, te jačanje komunikacije o pitanjima koji su vezani uz posao. Svojom djelovanjem i donošenjem Konvencija organizacija nastoji osigurati jednakost između žena i muškaraca po pitanju prava na rad, izbora zanimanja, napredovanja, osposobljavanja, prava na jednaku naknadu, te po pitanju uvođenja zabrane davanja otkaza ženama zbog trudnoće ili majčinstva. Uspostavljanjem Konvencija organizacija nastoji uspostaviti koherentnu socijalnu politiku, umanjiti diskriminaciju žena te osigurati održivi razvoj.

³³ Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018. do 2023. - Council of Europe, Ured za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske; dostupno na: <https://ravnopravnost.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Vije%C4%87e%20Europe/2018/Strategija%20za%20ravnopravnost%20spolova%20VE%202018-2023.pdf> (pristupljeno 20.05.2021.)

4.4.2. Institucije odgovorne za razvoj ženskog poduzetništva

Na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini postoje tijela koja doprinose cjelokupnom razvoju ženskog poduzetništva, kao i niz institucija i organizacija koje oblikuju strategije, politike, mjere kojima potiču žene na poduzetničku aktivnost.

Institucije koje djeluju na području Republike Hrvatske i Crne Gore su:

- Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja,
- Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike,
- Ministarstvo znanosti i obrazovanja,
- Ministarstvo vanjskih i europskih poslova,
- Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske Unije,
- Odjeljenje za poslove rodne ravnopravnosti u okviru Ministarstva za ljudska i manjinska prava, te
- Odbor za rodnu ravnopravnost Skupštine Crne Gore.

Osim navedenih ministarstava važnu ulogu u razvoju ženskog poduzetništva imaju i druge institucije i organizacije koje djeluju u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori.

Institucije/organizacije koje djeluju na području Republike Hrvatske su:

- **Hrvatska gospodarska komora,**
- **Hrvatska obrtnička komora,**
- **Hrvatska udruga poslodavaca,**
- **Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR),**
- **Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG – BICRO)** – riječ je o agenciji koja je nastala spajanjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije i Poslovno – inovacijske agencije Republike Hrvatske, a svrha agencije je putem jedinstvenog sustava pružiti poduzetnicima podršku kroz sve razvojne faze poslovanja. Agencija najveći broj projekata žena poduzetnica financira iz Europskih strukturnih fondova.
- **Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD)** – najmlađa je međunarodna financijska institucija koja danas broji 67 članica, od kojih je 36 država korisnica njenih sredstava. Banka je razvila program „Women in Business“ koji je usmjeren na

mala i srednja poduzeća koja vode žene, te nudi treninge, mentorstva i umrežavanje a sve sa svrhom dijeljenja iskustava i znanja.,

- **asocijacije, nevladine organizacije i udruge žena koje je potrebno istaknuti su:**
 - **Poduzetnički inkubator za poduzetnice – početnice,**
 - **CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje** – riječ je o neprofitnoj udruzi koju su osnovale aktivistice i članice ženskih i mirovnih inicijativa. Centar ima ukupno 6 zaposlenih osoba, 27 suradnika i suradnica, te 38 volonterki i volontera. Aktivnosti koje provodi su edukacije za razvoj vještina, mentorstvo, pružanje pravne pomoći, te savjetovanje za izradu poslovnog plana i savjetovanje u procesu zapošljavanja ili samozapošljavanja.,
 - **Women in Adria** – radi se o mreži poslovnih žena koja je osnovana s ciljem umrežavanja i razmjene iskustava. Svake godine putem mreže dodjeljuju se nagrade najboljim poduzetnicama koje su nominirane u nekoj od kategorija.,
 - **Centar poduzetnica** – riječ je o digitalnoj platformi koja ima za cilj vršiti promociju poduzetništva među ženama i unaprijediti poslovne aktivnosti poduzetnica u Hrvatskoj i jugoistočnoj Europi.
 - **Aurora** – je platforma putem koje se mogu prikupiti potrebne informacije koje se odnose na poduzetništvo, promovira priče uspješnih poduzetnica, te organizira mjesečne sastanke. Svrha platforme je objediniti sve potrebne informacije na jednom mjestu, a cilj je žensko poduzetništvo učiniti vidljivim i dostupnim svima.,
 - **Krug** – je udruga poslovnih žena Hrvatske koje rade na poboljšanju položaja poslovnih žena u društvu. Aktivnosti koje udruga provodi odnose se na organizaciju edukacija, promociju postignuća i povezivanje sa drugim udrugama unutar zemlje ali i s inozemnim udrugama.

Nadalje, institucije i organizacije koje djeluju na području Crne Gore su:

- **Investiciono – razvojni fond Crne Gore** – jedna od djelatnosti fonda je odobravanje kredita i garancija kojima se potiče razvoj malih i srednjih poduzeća i na taj način dolazi do otvaranja novih radnih mjesta.,

- **Privredna komora Crne Gore – Odbor za žensko preduzetništvo** – cilj komore je ojačati poduzetničku aktivnost žena putem različitih programa. Programima se nastoji unaprijediti zakonodavstvo koje regulira pokretanje novog poduzetničkog pothvata, organizirati edukativne radionice za nezaposlene žene i medijski promovirati uspješne poduzetnice.,
- **Zavod za zapošljavanje Crne Gore,**
- **Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća,**
- **Forum privrednih komora jadransko – jonske regije,**
- **Asocijacija poslovnih žena Crne Gore „Poslovna žena“** – osnovana je uz podršku Njemačke organizacije za tehničku suradnju i Unije poslodavaca Crne Gore. Cilj udruženja je zajedničkim snagama pomoći u jačanju ženskog poslovanja, povezati poslovne žene na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.
- **ostale organizacije koje se bave ekonomskim osnaživanjem žena su:**
 - **Udruženje zaposlenih žena „Žena danas“,**
 - **Institut za razvoj preduzetništva i ekonomski razvoj** – riječ je o privatnoj neprofitnoj organizaciji koja se bavi istraživanjem o ključnim društvenim i ekonomskim pitanjima, te pomaže vladinim institucijama implementirati nove ideje na tržište.,
 - **Forum žena,**
 - **NVO Ženska akcija** – radi se o nevladinoj organizaciji koja svojim djelovanjem želi ekonomski osnažiti žene, te kreirati ravnopravne i uravnotežene odnose između žena i muškaraca.,
 - **Ženska alijansa za razvoj, i**
 - **Ženska vlada.**

Potrebno je naglasiti da su sve prethodno navedene institucije i organizacije osnovane na temelju Strategije za razvoj ženskog poduzetništva koja se primjenjuje u obje promatrane države.

U sljedećem poglavlju iznesena je SWOT analiza ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori. Analiza je prikazana uz pomoć tablice, te se izdvajaju snage i slabosti, te prilike i prijetnje.

4.5. SWOT analiza ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori

Na temelju obilježja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori iznosi se SWOT analiza sa sažetim prikazom snaga i slabosti, te prilika i prijetnji koje mogu utjecati na daljnji razvoj poduzetničke aktivnosti žena.

Tablica 19. SWOT analiza ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • veća dostupnost obrazovnih programa, radionica i seminara, • prisutan trend rasta broja poduzetnica, • smanjenje neravnopravnosti između žena i muškaraca, • aktivno promicanje ženskog poduzetništva, • veći udio žena u ukupnom broju radno aktivnih žena 	<ul style="list-style-type: none"> • neusklađenost privatnog i poslovnog života • nedovoljna razvijenost informatičke pismenosti, • nedostatak samopouzdanja, • nedovoljna umreženost s drugim poduzeticama, • prisutnost lokalne i regionalne nejednakosti po pitanju razvijenosti ženskog poduzetništva
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • poticanje razvoja ženskog poduzetništva od strane Europske Unije, • jačanje udruga i uloge mentora, • bolja suradnja među nositeljima za provedbu politika, programa i inicijativa, • potpore javnog i privatnog sektora, • unaprjeđenje održive podrške za razvoj ženskog poduzetništva 	<ul style="list-style-type: none"> • tradicionalni pogledi i stereotipi o ženama u društvu, • otežan pristup financijskim sredstvima, • nedostatak potpore od strane institucija, izvršne vlasti i medija, • nemogućnost brzih promjena, • neprihvatanje žena kao ravnopravnih subjekata u poduzetništvu

Izvor: obrada autora prema G. Zidrum, V. Cvitanović: Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Zagreb, str. 212. – 213., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/191725> (25.05.2021.)

Tablica 20. SWOT analiza ženskog poduzetništva u Crnoj Gori

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • unaprjeđenje regulatornog okvira, • pojačan interes žena za ulazak u poduzetništvo, • razvoj poslovnih udruženja, • veći udio žena u visokom obrazovanju • raspoloživost EU fondova za ekonomsko osnaživanje žena, 	<ul style="list-style-type: none"> • nedovoljna uključenost nositelja u implementaciju politike • nedostatak samopouzdanja, • nedovoljna umreženost s drugim poduzetnicama, • ograničena ponuda i dostupnost programa za financiranje • nedovoljna informatička pismenost žena
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • razvoj institucionalne i financijske podrške • razvoj poslovnog umrežavanja, • organiziranje obuke za samozapošljavanje, pokretanje i razvoj vlastite ideje • uspostavljanje podrške za žene poduzetnice na selu i osjetljivu grupu žena, • podizanje svijesti o važnosti financijske pismenosti i digitalne transformacije poslovanja 	<ul style="list-style-type: none"> • nedovoljno razvijena institucionalna infrastruktura, • nedovoljna promocija ženskog poduzetništva, • nedovoljna poslovna povezanost poduzetnica s dobavljačima i klasterima, • nedovoljno financijskih sredstava za implementaciju mjera, • ekonomska kriza koja može utjecati na socijalni status žena i rezultirati povećanim siromaštvom žena

Izvor: obrada autora prema Strategija razvoja ženskog preduzetništva Crne Gore 2021 - 2024. godine, Ministarstvo ekonomskog razvoja, Podgorica, 2021., str. 24., dostupno na: <http://eusluge.euprava.me/eParticipacija/GetFile.aspx?Id=887> (25.05.2021.)

Iz SWOT analiza zaključuje se da su obje države prepoznale potencijale koji leže u razvoju ženskog poduzetništva, međutim potrebno je detaljnije promatrati sve aspekte s kojima se susreću. Ulaskom u poduzetništvo žene se osnažuju i svojim djelovanjem uvode promjene u gospodarstvo stvarajući nova radna mjesta što doprinosi smanjenju poduzetničkog jaza između muškaraca i žena. Naravno žene utječu i na cjelokupno društvo tako što svojim djelovanjem umanjuju stereotipe koji kolaju društvom. Osnivanjem ženskih poduzetničkih udruga i umrežavanjem poduzetnica osigurava se međusobna podrška na svim područjima.

Najveći problemi s kojima se žene susreću uglavnom se povezuju s nedostatkom informacija, ograničenim financijskim sredstvima i nedovoljnom podrškom od strane institucija i izvršnih vlasti. Na temelju iznesenih SWOT analiza može se zaključiti da obje države trebaju omogućiti lakši pristup financijskim sredstvima i ponudu prilagoditi trenutnim potrebama tržišta, te uvesti nove ili unaprijediti postojeće obrazovne programe kojima će se dodatno povećati interes žena za ulazak u svijet poduzetništva. Ostvarenjem ciljeva žena dokazuje prije svega sebi, a onda i drugima da je sve moguće bez obzira na brojne prepreke s kojima se susreću.

5. PREPORUKE ZA UNARIJEĐENJE PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI ŽENA

U današnjem društvu kada se očekuje da svi ljudi imaju jednaka prava na sve, žene su i dalje izložene različitim barijerama koje ih sprječavaju u njihovom napredovanju u poslovnom svijetu. Iako čine više od pola svjetskog stanovništva, njihov doprinos u ekonomskoj aktivnosti je ispod svih razina. I dalje vladaju stereotipi koji nastaju na osnovu spola, a tiču se obrazovanja, zanimanja, ali i tradicionalnih uloga. Vladajući stereotipi uvelike utječu na tržište rada što i dokazuju podaci o ekonomskoj aktivnosti žena. Stoga države prilikom definiranja strategija veliku pažnju trebaju obratiti na ravnopravnost spolova.

Nažalost, još uvijek postoji podjela na „muške“ i „ženske“ djelatnosti. I upravo zbog toga se žene najčešće odlučuju za društvene i humanističke smjerove, dok muškarci za tehničke. Ovakva podjela na „ženske“ i „muške“ djelatnosti možda u svijetu i ne bi predstavljala tako veliki problem, da se diskriminacije ne odražava i na egzistenciju u vidu platežne moći. Osim toga iz prethodnih analiza može se zaključiti kako je vrlo mali postotak žena koje se nalaze na izvršnim pozicijama unutar nekog poduzeća, ali i žena koje posjeduju vlastiti poslovni pothvat.

Osim navedenoga, sve manje žena odlučuje se biti poduzetnički aktivne zbog ostalih prepreka s kojima se susreću, kao što su ograničenost financijskih sredstava, nedostatak edukacije i inovacija, te nedostatak podrške od strane državnih institucija. Kako bi se navedene prepreke barem djelomično uklonile potrebno je definirati mjere kojima će se to postići. Neke od preporuka mjera za budući razvoj ženskog poduzetništva biti će iznesene u nastavku.

Kako bi se unaprijedio razvoj ženskog poduzetništva potrebno je kreirati sustav informiranja, putem kojeg će uspješne poduzetnice dijeliti svoje savjete, probleme, znanje i vještine budućim poduzetnicama. Neophodno je podizati svijest u javnosti o ženama poduzetnicama i njihovoj aktivnosti jer one su te koje također doprinose razvoju ekonomije. Sustav informiranja trebao bi biti prilagođen svakoj ženi, na način da će se sve potrebne informacije moći dobiti ili pronaći na jednom mjestu. Osim toga, trebalo bi učestalije organizirati promotivne kampanje, radionice i seminare na kojima će se raspravljati o svim preprekama, problemima i pitanjima koje postoje, a imaju veze s poduzetničkom aktivnosti žena.

Osim za poduzetnice, bilo bi dobro organizirati seminare i radionice za ostale dionike koji aktivno sudjeluju u kreiranju politika i strategija. Takvim pristupom ukazalo bi im se s kakvim izazovima i poteškoćama se susreću. Mjere koje se donose od strane države trebale bi uključivati infrastrukturu za čuvanje djece koja se odnosi na veći broj dječjih vrtića, servisa za čuvanje i duži dnevni boravak u školama, te isto tako poticati muškarce da se što više uključe u obveze privatnog života.

Nadalje, velike promjene potrebno je uvesti u području financija koje se mogu postići samo kvalitetnim dogovorom između financijskih institucija, državnih tijela, te ženskih organizacija. Kako bi se olakšao pristup financijskim sredstvima potrebno je uvesti nove financijske instrumente koji će biti povoljniji u odnosu na dosadašnje. Potrebno je poticati i omogućiti ženama da koriste sredstva iz Strukturnih fondova i drugih programa. Države bi trebale osiguravati više sredstva za poticanje razvoja poduzetništva i ekonomskog razvoja, te ih staviti na raspolaganje budućim poduzetnicama s razrađenom idejom koja se temelji na poslovnom planu.

Potrebno je organizirati i razmjenu iskustava između uspješnih poduzetnica i budućih uvođenjem treninga, mentorstva i radionica. Treninzi bi trebali biti osmišljeni na način da su vezani uz točno određeno područje djelatnosti kojim se buduće poduzetnice planiraju baviti i kreirati vlastitu ideju, dok bi radionice trebale biti grupne. Kroz grupne radionice poduzetnice bi mogle svoje ideje razraditi na nekom primjeru, te bi tako mogle uočiti potencijalne probleme. Osim toga potrebno je povećati financijsku pismenost žena, što je moguće kroz edukacije koje bi trebale biti organizirane od strane financijskih institucija. Program podrške trebao bi obuhvaćati informiranje i savjetovanje.

Također, umrežavanje predstavlja važnu ulogu u razvoju ženskog poduzetništva. Kao što je već istaknuto ne postoji jedinstveni sustav kojim su obuhvaćene sve informacije na jednom mjestu. Poduzetnicama, posebice ženama koje se tek počinju razvijati u poslovnom svijetu informacije su od velikog značenja. Zato bi trebalo okupiti sve udruge, organizacije, institucije i druge dionike na jednom mjestu te povezati u cjelinu. Umrežavanje osim što osigurava veliku količinu informacija, podataka, savjeta, ideja, i znanja, na neki način ženama predstavlja i utjehu. Tako im se daje do znanja da nisu same i da je sve ono što rade ispravno, te da je njihov rad podržan.

Iako na razini država postoje zavodi za statističko prikupljanje i obradu podataka, sustav praćenja ženskog poduzetništva i dalje nije adekvatno razvijen. Podaci o ženskom poduzetništvu ključni su za podizanje svijesti o ekonomskoj aktivnosti žena. Na temelju dostupnih statističkih pokazatelja izrađuju se politike i strategije kojima se potiče razvoj ženskog poduzetništva.

Države svojim mjerama, ali i poduzeća trebaju raditi na uklanjanju „staklenog stropa“, odnosno vrsti diskriminacije koja se odnosi na razlike na radnom mjestu. „Stakleni strop“ predstavlja situaciju u kojoj se kvalificiranim ženama onemogućuje napredovanje u karijeri, iz razloga što postoji granica do koje žena može napredovati a koja je kreirana od strane društva.

U svijetu živi veliki broj žena koje posjeduju veliki potencijal da jednog dana budu uspješne, te je stoga potrebno kreirati strategije kojima će se takve žene „izvući“ iz sigurne zone i omogućiti im da svijetu pokažu što mogu i znaju.

6. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je već stoljećima dio gospodarstva, ali i društva. Korijeni poduzetništva pronalaze se već kod starih civilizacija, kao što su babilonska, arapska, egipatska i kineska, međutim do većeg izražaja dolazi u antičkom dobu kada počinju jačati poduzetničke aktivnosti. S pojavom industrijske revolucije važnost poduzetništva raste, posebno u trenutku kada je došlo do razvoja informacijsko – telekomunikacijske tehnologije zbog čega ono postaje temeljna gospodarska djelatnost.

Kako se poduzetništvo razvijalo kroz povijest, tako su nastajale i različite definicije koje su postavljene od strane brojnih autora. Na temelju prethodno iznesenih definicija može se zaključiti da je bit poduzetništva prepoznati prilike i ostvariti ideje, dok je njegov cilj stvoriti kvalitetan gotovi proizvod koji će dovesti do širenja na nova tržišta i privući potrošače.

Poduzetništvo zauzima vodeće mjesto u gospodarskom razvoju iz razloga što ono osigurava gospodarski rast. Da bi se poduzetništvo moglo razvijati u željenom smjeru, prije svega mora dobiti potporu društva, te biti popraćeno adekvatnom pravnom regulativom.

Poduzetnik je osoba koja je spremna preuzeti rizik i koja posjeduje određeni kapital kako bi mogao realizirati vlastitu ideju. Mora posjedovati širok spektar znanja kako bi mogao opstati na tržištu, te time dolazi do novih saznanja kojima želi poboljšati postojeće proizvode, ali i uvesti nešto novo što će zadovoljiti želje i potrebe potrošača.

Kao i svaka djelatnost tako i poduzetništvo ima određene prednosti, ali i nedostatke. Neke od prednosti koje se ističu su preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom, mogućnost iskorištavanja svojih potencijala, ostvarivanje neograničenih profita, te priznatost u društvu. Međutim u nedostatke se ubrajaju nesigurnost dohotka, rizik gubitka uloženog kapitala, nedefinirano radno vrijeme i naporan rad, visoka razina stresa i neograničena odgovornost.

Žensko poduzetništvo je noviji pojam koji se sve više počinje upotrebljavati krajem 20. stoljeća, te se ova vrsta poduzetništva razvila u trenutku kada je veliki broj žena ostajao bez posla. Uključivanjem u svijet poduzetništva žele dokazati da su spremne preuzeti rizik i da poduzetništvo nije isključivo muška djelatnost.

Bez obzira što ih se podcjenjuje i što im se nanosi nepravda imaju potrebu istaknuti se i dokazati društvu da su sposobne upravljati obiteljskim i poslovnim obvezama. Susreću se s brojnim preprekama na svom poduzetničkom put koje trebaju prepoznati i otkloniti. Prepreke na koje nailaze povezane su s nedostatkom financijskih sredstava, neadekvatnom podrškom, nedostupnim informacijama, ali i nedostatkom edukacija. Položaj žena i dalje je nepovoljan na tržištu i kako bi se to promijenilo potrebno ih je što više uključivati u razne aktivnosti kojima će steći potrebno znanje, ali i samopouzdanje.

Naime, na tržištu rada još uvijek su prisutne razlike u spolovima, što je posebno naglašeno u poduzetništvu. Karakteristike poduzetnika i poduzetnica su dosta slične, međutim ipak se razlikuju u nekima, a to su motivacija, profesionalno iskustvo i poslovne vještine. Također, razlozi pokretanja poduzetničke aktivnosti kod oba spola su slični, a karakterizira ih interes i iskustvo. Iako postoje brojne razlike između poduzetnica i poduzetnika oba spola imaju isti cilj, a to je da budu što uspješniji u svome poslu.

Iako se već godinama nastoji postići određena ravnoteža po pitanju ravnopravnosti između žena i muškaraca, velike razlike i dalje su vidljive posebice kada je u pitanju poduzetnička aktivnost žena. Poduzetnička aktivnost žena ima vrlo važnu ulogu u razvoju gospodarstva, te je potrebno maksimalno iskoristiti njihovo djelovanje iz razloga što se time osigurava gospodarski rast.

Rad se bavi analizom stanja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori, te se na temelju dosada iznesenih podataka može zaključiti kako obje države bilježe malu zastupljenost žena u poduzetništvu. Kako bi se stanje popravilo potrebno je aktivno poraditi na definiranju mjera i politika kojima će se osigurati daljnji razvoj.

Iako se na žene gleda puno drugačije u odnosu na muškarce iz razloga što ih se smatra nježnijim spolom, ne treba ih podcjenjivati zato što mogu biti puno jače od njih. Svojom upornošću dokazuju da je sve moguće i da se na kraju sve isplati.

Put do uspjeha popločan je brojnim preprekama, nedaćama i problemima, ali nikada ne treba odustati, već hrabro kročiti dalje i ostvariti vlastite snove.

POPIS LITERATURE

Stručna literatura:

1. Brkić, K.; Kako pokrenuti i voditi posao od kuće, Matić savjetovanje, Zagreb, 2016.
2. Buble, M., Kružić, D.,; Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, PRiF Plus, Zagreb, 2006.
3. Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A.; Poduzetništvo, Mate, Zagreb, 2011.
4. Kolaković, M.; Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Singerija, Zagreb, 2006.
5. Matić, I.; Od zaposlenice do poduzetnice i cjelovit vodič za uspješan prelazak u poduzetništvo – savjeti stručnjaka i praktični primjeri, Matić savjetovanje: Institut za razvoj ženskog poduzetništva i vodstva – Adria, Zagreb, 2017.
6. Škrtić, M., Mikić, M.; Poduzetništvo, Singerija, Zagreb, 2011.

Članci, strategije i publikacije:

1. Aktivno stanovništvo u Republici Hrvatskoj u 2019., DZS, Zagreb, 2020., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/09-02-07_01_2020.htm (05.05.2021.)
2. Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava – razdoblje od 2011. do 2019. godine, FINA, Zagreb, 2020., dostupno na: <https://www.fina.hr/-/udio-zena-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-u-hrvatskoj-u-2018.-godini-iznosi-31-3-> (16.05.2021.)
3. Bojanović, V.; Žensko poduzetništvo u Crnoj Gori, Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica, 2013., dostupno na: https://iper.org.me/wp-content/uploads/2017/10/Zensko-preduzetnistvo-u-CG_policy-paper_Vesna-B-2.pdf (07.05.2021.)
4. Crna Gora u brojkama 2019., MONSTAT, Podgorica, 2019., dostupno na: http://www.monstat.org/userfiles/file/publikacije/cg2019/CG%20u%20brojkama%202019_Part1_Part1.pdf (05.05.2021.)
5. Ćirić, D., Stančetić, M., Mišić Andrić, M., Topo, M.; Poduzetništvo iz ženskog ugla, Studentska asocijacija Univerziteta u Novom Sadu, Novi Sad, 2019., dostupno na: <https://www.space4women.rs/wp-content/uploads/2019/01/Knjiga-WEB-1.pdf> (17.04.2021.)
6. Delić, A., Oberman Peterka, S., Perić, J.; Želim postati poduzetnik, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/745975> (01.12.2020.)
7. Dračić, I.; Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Varaždin, 2012., dostupno na: <https://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf> (17.12.2020.)
8. Godišnjak 2019., Hrvatski zavod za zapošljavanje, Zagreb, 2020., dostupno na: <https://www.hzz.hr/content/stats/HZZ-Godisnjak-2019-v2.pdf> (01.05.2021.)
9. Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019., CEPOR, Zagreb, 2020., dostupno na: <http://www.cepor.hr/publikacijepolicy-dokumentiprezentacije/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima/> (15.12.2021.)

10. Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjesce-2020-HR-web.pdf> (20.12.2021.)
11. Obrtništvo u brojkama XII/2019., Hrvatska obrtnička komora, Zagreb, 2020., dostupno na: https://www.hok.hr/sites/default/files/page-docs/2020-03/Obrtni%C5%A1tvo_u%20brojkama_%20OUB_XII_2019.pdf (01.02.2021.)
12. Poduzetništvo žena – prepreke i izazovi, Županijsko vijeće za obrazovni sektor Ekonomija, trgovina i poslovna administracija, Split, 2015., dostupno na: https://loomen.carnet.hr/pluginfile.php/4097878/mod_resource/content/1/Poduzetni%C5%A1tvo%20%C5%BEena%20_%20prepreke%20i%20izazovi.pdf (27.04.2021.)
13. Procjena okruženja za žensko preduzetništvo u Crnoj Gori, Unija poslodavaca Crne Gore, Podgorica, 2013., dostupno na: <https://www.poslodavci.org/biblioteka/publikacije/procjena-okruzenja-za-zensko-preduzetnistvo-u-crnoj-gori> (31.05.2021.)
14. Procjene stanovništva Republike Hrvatske u 2018., DZS, Zagreb, 2019., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/07-01-03_01_2019.htm (04.05.2021.)
15. Procjene stanovništva Republike Hrvatske u 2019., DZS, Zagreb, 2020., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/07-01-03_01_2020.htm (04.05.2021.)
16. Statističke informacije 2020., DZS, Zagreb, 2020., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/StatInfo/pdf/StatInfo2020.pdf (12.05.2021.)
17. Statistički godišnjak Crne Gore 2020., MONSTAT, Podgorica, 2020., dostupno na: <http://www.monstat.org/uploads/files/publikacije/godisnjak%202020/GODISNJAK%202020%20.pdf> (05.05.2021.)
18. Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011. – 2020., Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Zagreb, 2011., dostupno na: http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategija_razvoja_klastera.pdf (10.02.2021.)
19. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020., Vlada Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf> (10.02.2021.)

20. Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2014. – 2020., Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR, Zagreb, 2009., dostupno na: <http://www.cepor.hr/Strategija%20za%20razvoj%20zenskog%20poduzetnistva%20u%20RH.pdf> (28.04.2021.)
21. Strategija razvoja ženskog preduzetništva Crne Gore 2021-2024. godine, Ministarstvo ekonomskog razvoja, Podgorica, 2021., dostupno na: <http://eusluge.euprava.me/eParticipacija/GetFile.aspx?Id=887> (15.05.2021.)
22. Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018. do 2023. - Council of Europe, Ured za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske; dostupno na: <https://ravnopravnost.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Vije%C4%87e%20Europe/2018/Strategija%20za%20ravnopravnost%20spolova%20VE%202018-2023.pdf> (20.05.2021.)
23. Strateški plan Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta za razdoblje 2019. – 2021. godine, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Zagreb, 2018., dostupno na: https://www.mingo.hr/public/STRATE%C5%A0KI%20PLAN%202019_2021%20MGPPO.pdf (20.11.2020.)
24. Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, Zagreb, 2019., dostupno na: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (31.01.2021.)
25. Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16), dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/527/Zakon-o-poticanju-razvoja-malog-gospodarstva> (11.02.2021.)
26. Zakon o računovodstvu (NN 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20), dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu> (11.02.2021.)
27. Zakon o radu (NN 93/14, 127/17, 98/19), dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/307/Zakon-o-radu> (11.02.2021.)
28. Zakon o zaštiti potrošača (NN 41/14, 110/15, 14/19), dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/193/Zakon-o-za%C5%A1titi-potro%C5%A1a%C4%8Da> (11.02.2021.)
29. Zakon o obrtu (NN 143/13, 127/19, 41/20), dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/297/Zakon-o-obrtu> (12.02.2021.)

30. Zakon o trgovačkim društvima (NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19), dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/546/Zakon-o-trgova%C4%8Dkim-dru%C5%A1tvima> (12.02.2021.)
31. Zidrum, G., Cvitanović, V.: Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Zagreb, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/191725> (25.05.2021.)
32. Žene i muškarci u Crnoj Gori 2018., MONSTAT, Podgorica, 2019., dostupno na: <https://www.monstat.org/userfiles/file/publikacije/Zene%20i%20muskarci%20u%20Crnoj%20Gori%202019%20preview%20FINAL.pdfvb>(04.05.2021.)
33. Žene i muškarci u Crnoj Gori 2019., MONSTAT, Podgorica, 2020., dostupno na: <https://www.monstat.org/userfiles/file/publikacije/Zene%20i%20muskarci%20u%20Crnoj%20Gori%202019%20preview%20FINAL.pdf> (04.05.2021.)
34. Žene i muškarci u Hrvatskoj 2020., DZS, Zagreb, 2020., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2020.pdf (05.05.2021.)
35. Žene u menadžmentu u Crnoj Gori, Unija poslodavca Crne Gore, Podgorica, 2017., dostupno na: <https://www.poslodavci.org/biblioteka/dokumenta-upcg/izvjestaj-zene-u-menadzmentu-u-crnoj-gori> (15.05.2021.)
36. Žene u poslovnom svijetu, Deloitte SheXO klub i Hrvatska udruga poslodavaca, Zagreb, 2019., dostupno na: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/hr/Documents/about-deloitte/hr_Zene_u_poslovnom_svijetu_2019.pdf (27.04.2021.)

Internet stranice:

1. Asocijacija poslovnih žena Crne Gore „Poslovna žena, dostupno na: <https://www.poslovnazena.me/> (04.06.2021.)
2. Aurora – mjesto za sve poduzetnice, dostupno na: <https://www.aurora.hr/> (01.06.2021.)
3. Centar poduzetnica, dostupno na: <https://poduzetnica.hr/o-nama/> (02.06.2021.)
4. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR), dostupno na: <https://www.cepor.hr/> (10.02.2021.)
5. CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, dostupno na: <http://www.cesi.hr/> (01.06.2021.)
6. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (DZS), dostupno na: <https://www.dzs.hr/> (30.04.2021.)
7. Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD), dostupno na: <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/medjunarodne-financijske-institucije/ebrd/410> (01.06.2021.)
8. Glas poduzetnika (UGP), dostupno na: <https://www.glaspoduzetnika.hr/novosti-s231> (10.02.2021.)
9. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG – BICRO), dostupno na: <https://hamagbicro.hr/> (08.02.2021.)
10. Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR), dostupno na: <https://www.hbor.hr/> (08.02.2021.)
11. Hrvatska gospodarska komora (HGK), dostupno na: <https://www.hgk.hr/> (01.02.2021.)
12. Hrvatska obrtnička komora (HOK), dostupno na: <https://www.hok.hr/> (01.02.2021.)
13. Hrvatska udruga poslodavaca (HUP), dostupno na: <https://www.hup.hr/> (08.02.2021.)
14. Hrvatska udruga poslovnih žena – Krug, dostupno na: <http://www.krug.com.hr/> (02.06.2021.)
15. Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ), dostupno na: <https://www.hzz.hr/> (01.05.2021.)
16. Institut za razvoj preduzetništva i ekonomski razvoj, dostupno na: <https://iper.org.me/o-nama/> (04.06.2021.)
17. International Labour Organization (ILO), dostupno na: <https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm> (06.06.2021.)

18. Investiciono – razvojni fond Crne Gore (IRF), dostupno na: <https://www.irfcg.me/me/> (04.06.2021.)
19. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, dostupno na: <https://mingor.gov.hr/> (01.02.2021.)
20. National Policies Platform - Crna Gora: Visoko obrazovanje, European Commission, dostupno na: https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/higher-education-51_me (04.05.2021.)
21. NVO Ženska akcija, dostupno na: <http://www.zenskaakcija.me/> (05.06.2021.)
22. Privredna komora Crne Gore – Odbor za žensko preduzetništvo, dostupno na: <https://www.privrednakomora.me/tip-organizacione-strukture/koordinacioni-odbor-za-zensko-preduzetnistvo> (05.06.2021.)
23. Unija poslodavaca Crne Gore, dostupno na: <https://www.poslodavci.org/> (13.05.2021.)
24. Uprava za statistiku (MONSTAT), dostupno na: <https://www.monstat.org/cg/> (03.05.2021.)
25. Women in Adria, dostupno na: <https://www.womeninadria.com/> (02.06.2021.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Podjela poduzetnika na temelju pokazatelja	9
Tablica 2. Struktura poduzeća u Republici Hrvatskoj s obzirom na veličinu za razdoblje od 2017. do 2019. godine	16
Tablica 3. Broj zaposlenih i ukupan prihod poduzeća za razdoblje od 2018. do 2019. godine	17
Tablica 4. Prosječan broj zaposlenih u mikro, malim, srednjim i velikim poduzećima za 2019. godinu.....	18
Tablica 5. Broj osnovanih pravnih osoba za razdoblje od 2017. do 2019. godine	20
Tablica 6. Broj aktivnih obrta i zaposlenih za razdoblje od 2017. do 2019. Godine	21
Tablica 7. Razlozi prekida poslovne aktivnosti u Republici Hrvatskoj od 2017. do 2019. godine	22
Tablica 8. Faktori koji utječu na žensko poduzetništvo	34
Tablica 9. Razlike između poduzetnica i poduzetnika	39
Tablica 10. Broj žena prema dobnoj skupini u 2018. i 2019. godini	42
Tablica 11. Broj žena koji je završio osnovno, srednjoškolsko i visoko obrazovanje u 2019. godini.....	44
Tablica 12. Stopa aktivnosti, zaposlenosti i nezaposlenosti u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori u 2019. godini.....	46
Tablica 13. Broj zaposlenih žena u Republici Hrvatskoj prema djelatnostima u 2019. godini	48
Tablica 14. Broj zaposlenih žena u Crnoj Gori prema djelatnostima u 2019. godini	50
Tablica 15. Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2019. godini u Republici Hrvatskoj ..	54
Tablica 16. Broj trgovačkih društava u isključivo ženskom i mješovitom vlasništvu u 2019. godini.....	56
Tablica 17. Broj žena vlasnica mikro, malih i srednjih poduzeća u Crnoj Gori u 2018. i 2019. godini.....	57
Tablica 18. Broj žena poduzetnica u 2018. i 2019. godini	58
Tablica 19. SWOT analiza ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	67
Tablica 20. SWOT analiza ženskog poduzetništva u Crnoj Gori	68

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj korisnika potpora za samozapošljavanje za razdoblje od 2017. do 2019. godine	19
Grafikon 2. Broj aktivnih obrta prema odabranim županijama za 2019. godinu.....	22
Grafikon 3. Dobna struktura žena izražena u postotku (%) u 2018. i 2019. godini.....	43
Grafikon 4. Broj žena koji je završio osnovno, srednjoškolsko i visoko obrazovanje izražen u postotku u 2019. godini.....	45
Grafikon 5. Žensko radno sposobno stanovništvo u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori u 2019. godini.....	47
Grafikon 6. Zaposlene osobe prema razini obrazovanja u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori u 2019. godini.....	51
Grafikon 7. Nezaposlene osobe prema razini obrazovanja u Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori u 2019. godini.....	52
Grafikon 8. Vlasnička struktura trgovačkih društava u 2019. godini u Republici Hrvatskoj izražena u postotku (%).....	55

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1. Vrste prepreka u ženskom poduzetništvu	36
---	----