

Pregledni rad

PREPREKE I MOGUĆNOSTI RAZVOJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Goran Zirdum, bacc. oec.

Ulica braće Radića 12, 43240 Čazma, Hrvatska

Telefon: +385 98 179 0383, e-mail: goran.zirdum@gmail.com

Vesna Cvitanović, mag. oec., viši predavač, Veleučilište VERN'

Trg bana Josipa Jelačića 3/III, 10000 Zagreb

Telefon: +385 98 237 002, e-mail: vesna.cvitanovic@email.t-com.hr

SAŽETAK

Globalizacija, ubrzani razvoj tehnologije i promjene stavova društva vezanih uz rodno izjednačavanje imaju izravni utjecaj na razvoj poslovne kreativnosti, poduzetničkog potencijala žena u pokretanju samostalnih poslovnih pothvata i preuzimanja upravljačkih pozicija. Hrvatska je zemlja povoljna za razvoj ženskog poduzetništva, ali su još uvijek prisutni mnogi problemi i prepreke koje je potrebno otkloniti kako bi podrška institucija i okoline bila kontinuirana i sustavna, a pristup financijskim resursima lakši.

Činjenica je da se žene češće odlučuju na poduzetničku aktivnost u okviru neproizvodnih djelatnosti, a koje kao takve nisu strateški interes Europske unije niti Republike Hrvatske te žene u poduzetništvu još uvijek prati otežani pristup izvorima financiranja što potvrđuje analiza vrijednosti dodijeljenih bespovratnih financijskih sredstava resornih ministarstava Vlade RH u proteklome razdoblju i primjer odabranog subjekta – Ordinacija dentalne medicine poduzetnice Katarine Anić Zirdum.

U radu su objašnjene specifičnosti ženskog poduzetništva kao posebnog oblika poduzetničke aktivnosti te komparativna analiza pokazatelja vezanih uz žensko poduzetništvo u Hrvatskoj i zemljama Europske unije i svijeta. Predstavljena je Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014.-2020. i Akcijski plan za provedbu Strategije kao inicijativa izvršne vlasti za razvoj poduzetništva te prikazana uloga djelovanja nevladinih organizacija na povezivanju žena poduzetnica unutar jedne države i na regionalnoj razini.

Ključne riječi: žensko poduzetništvo; potpore; prepreke; razvoj

UVOD

Temeljna su polazišta ovoga rada hipoteze da su žene poduzetnice na svjetskoj razini i u Hrvatskoj još uvijek u manjini, da se taj odnos kroz godine sve više mijenja u korist žena, da u svojim tvrtkama žene poduzetnice uglavnom same rade, da su orijentirane uglavnom na neproizvodne djelatnosti, da državne potpore ženama u poduzetništvu imaju trend rasta te da još uvijek postoje strukturne, gospodarske i „meke“ prepreke razvoju poduzetničke aktivnosti žena. Otklanjanjem prepreka, stvaraju se mogućnosti povećanja kreativnosti i poslovnog potencijala žena kao izvora gospodarskog rasta, razvoja i povećanja radnih mjesta.

U radu je predstavljen odabrani gospodarski subjekt, Ordinacija dentalne medicine poduzetnice Katarine Anić Zirdum dr.med.dent., navedena su njegova bitna obilježja, analizirane prepreke razvoju te mogućnosti dobivanja poticajnih sredstava za razvoj poslovanja u budućem razdoblju.

Izvršena je komparativna analiza pokazatelja koji se odnose na stanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj, zemljama Europske unije i svijeta, analizirani su programi državnih potpora ženama poduzetnicama u proteklome razdoblju i izvršen je osvrt na strateške ciljeve predstavljene u *Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014.-2020.i Akcijskom planu za provedbu Strategije*. U radu je istaknuta uloga nevladinih organizacija, civilnog sektora i udruga za razvoj žena poduzetnica unutar države i na regionalnoj razini.

Pored razgovora s Poduzetnicom, koji je primarni izvor u obradi teme, korišteni su i sekundarni podaci, i to: knjige, stručni i znanstveni članci, javno dostupni dokumenti mjerodavnih tijela državne uprave za razvoj ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, objavljeni rezultati istraživanja Europske komisije o ženskom poduzetništvu u europskim zemljama te ostala literatura prikupljena putem elektroničkih medija.

1. POJAM I KARAKTERISTIKE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

Poduzetništvo se ne može jednoznačno odrediti, stoga postoji mnoštvo definicija ovoga pojma. S obzirom na to da se definiranje ženskog poduzetništva temelji na rodnoj određenosti, može se reći da je to poduzetnička aktivnost žena.

„Poduzetništvo je proces prepoznavanja prilike, prikupljanja sredstava za njenu realizaciju, stvaranja i raspodjele novostvorene vrijednosti. U tom procesu, poduzetnik je osoba koja preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu“ (Brusić et al., 2009, str. 14).

Poduzetništvo uključuje „sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganje i kombinaciju inputa, širenje na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija, a naglašeno je vezano za prijelom vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini“ (Jelavić, Ravlić, 1995, str. 60).

Temeljni aspekti poduzetništva su sljedeći (Funda, 2011, str. 16):

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

Prema Ravliču, poduzetnici, to jest, poduzetnice su osobe nadarene poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogati znanjem o poslovima i ljudi odlučni i spremni preuzeti rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja (Škrčić, Mikić, 2011).

Demokratske i razvijene sredine, sa slobodnim tržišnim gospodarstvom, pridonose razvoju poduzetništva svjesne da je izravni multiplikator pozitivnih gospodarskih kretanja na nacionalnoj razini. Iako u Republici Hrvatskoj traje proces razvoja demokracije pa time i proces izjednačavanja muških i ženskih prava, diskriminacija žena još je uvijek prisutna u pristupu upravljačkim funkcijama, financijskim izvorima, kreditima, visini plaće, izobrazbi, pristupu podacima i drugim oblicima podrške.

Prema Vuku (2006), žene lakše rješavaju konflikte, socijalno su osjetljivije i pravilnije ocjenjuju i procjenjuju ponašanje zaposlenika i općenito ljudi u svome privatnom životu. One daju prednost transformacijskom vodstvu, slušaju svoje podređene te im daju priliku da usklade svoje interese i povežu ih s interesima skupine. Upravo je ovo razlog zbog kojega je sve više žena uspješno u „poduzetničkim vodama“.

Ženski stil vođenja određuje poznavanje vlastitih zaposlenika, mogućnost slušanja ljudi kada govore o sebi i o svom poslu, poticanje timskog rada i suradnje, sudjelovanje podređenih u donošenju odluka, poslovnih ideja, poticanje samopoštovanja kod podređenih, dijeljenje moći i informacija vertikalno i horizontalno kroz organizaciju, poticanje zadovoljstva poslom te su zaposlenici u takvim poduzećima zadovoljniji od onih u kojima je muškarac na vodećoj poziciji (Borčić, Kostelac, 2014).

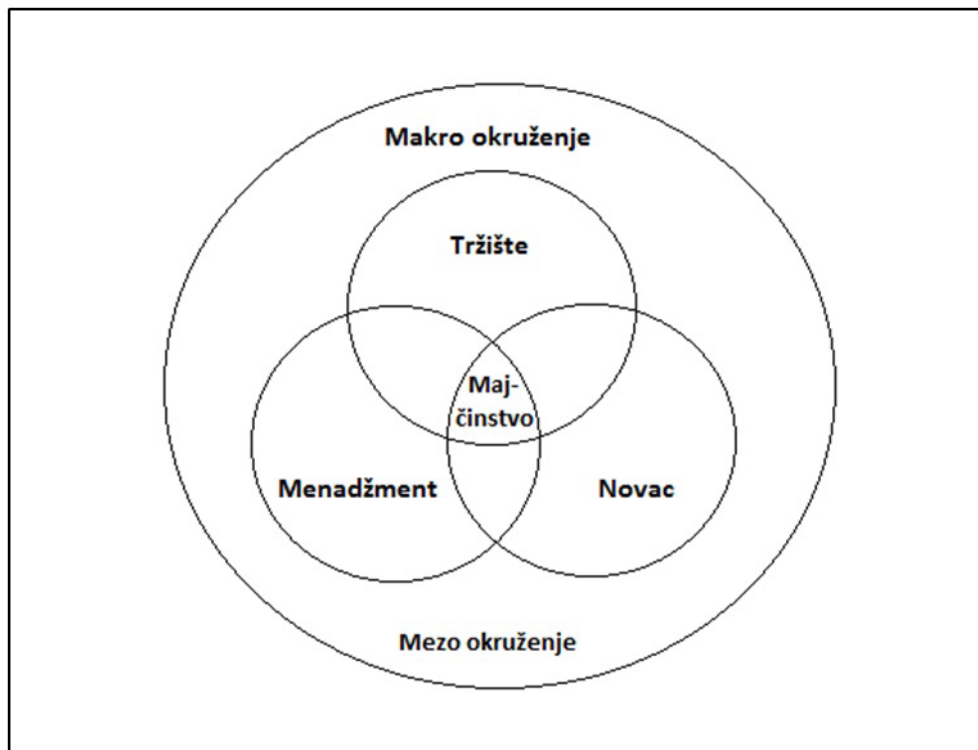
Europska komisija je 2008. objavila studiju koja je ukazala na tri vrste prepreka vezanih uz žensko poduzetništvo (Ferk, 2013):

- Strukturne prepreke: izbor obrazovanja, tradicionalni pogledi i stereotipi o ženama, znanosti i inovacijama;
- Gospodarske prepreke: inovacije sektora zahtijevaju znatna ulaganja i žene se vide manje financijski vjerodostojnima od muškaraca;
- „Meke“ prepreke: nedostatak pristupa tehničkim, znanstvenim i općim poslovnim mrežama, nedostatak poslovnih treninga, uzora i poduzetničkih vještina.

Strukturne prepreke su najzahtjevnije jer su posljedica „kulturoloških naslijeđa (vrijednosnih temelja), nedostatka političke volje za dosljednu primjenu političko-

regulatornog okvira i infrastrukturne nedostatnosti za podršku obiteljskog života“ (MINPO, 2014, str.5).

Slika 1.1. 5M ženskog poduzetništva



Izvor: rad autora na temelju: Brush, C., G., de Bruin, A., Welter, F. (2009) A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 1 (1), str. 13

Na Slici 1.1. prikazani Vennov dijagram objašnjava poduzetnički pothvat kroz organizaciju 5M. Da bi se pokrenuo određeni poduzetnički pothvat, potrebna su tri osnovna čimbenika (3M): tržište, novac i menadžment (eng. *market, money and management*), ali za žensko poduzetništvo potrebno je 5M, odnosno proširenje za još dva čimbenika, majčinstvo te makro i mezo okruženje (eng. *motherhood, meso and macro environment*) (Brush, de Bruin, Welter, 2009).

Majčinstvo je čimbenik na kojem se svi drugi krugovi preklapaju, metafora koja predstavlja kontekst obitelji i domaćinstva, određuje položaj žene te simbolizira smisao rodne osviještenosti (Brush, de Bruin, Welter, 2009). Stavovi da žene primarno brinu o kućanstvu i djeci prisutni su i danas te se odražavaju na percepciju žena u poduzetništvu.

Makro okruženje čini politika na nacionalnoj razini, kultura, zakoni i gospodarstvo, a mezo okruženje se odnosi na regionalne sustave podrške, inicijative i organizacije, a može uključivati i industrije (Pitelis, 2005, prema Brush, de Bruin, Welter, 2009).

Hrvatska je još uvijek patrijarhalno, relativno netolerantno, društvo pa se promjene u pristupu prema ulozi žena u poduzetništvu mogu očekivati tek kroz buduće generacije. U tom procesu važno je obrazovanje žena, razvoj samosvijesti, samopouzdanja, spremnosti za samostalno vođenje poslova te brisanje rodnih razlika. Ulaskom u Europsku uniju, Hrvatska je otvorila vrata europskom načinu života koji je tolerantniji, potiče razvoj ženskog poduzetništva i izjednačava muškarce i žene u svakom pogledu.

2. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ I U ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE

Republika Hrvatska kao punopravna članica Europske Unije u obvezi je pridržavati se svih određenih standarda i poticati razvoj poduzetništva koji je jedan od strateških ciljeva EU.

2.1. Usporedne analize pokazatelja vezanih uz poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj i u Europskoj uniji

Žene čine 52% ukupnog europskog stanovništva. U broju samozaposlenih osoba EU, žene sudjeluju s 34,4% i čine tek 30% *start-up* poduzetnika.

Prema izvješću Ženskog FTSE odbora 2014., najveći broj žena u upravnim odborima zabilježen je u Norveškoj (38,9%), Finskoj, Francuskoj i Švedskoj. Hrvatska je, s učešćem od 16,3% bila odmah iza Njemačke, ali ispred Švicarske, Austrije i Luksemburga (Pavlič, V., 2016, 28. svibanj, *Total Croatia News, Croatia Has More Female Leaders in Business than Switzerland and Austria*).

U istraživanju koje je provela Europska komisija 2014. godine, (European Commission, 2014, 15/12, *Statistical Data of Women Entrepreneurs in Europe*) sudjelovalo je 37 zemalja, uključujući 28 zemalja članica EU, Albaniju, Makedoniju, Island, Izrael, Tursku, Lihtenštajn, Crnu Goru i Srbiju. Rezultati istraživanja potvrđuju da je u 2012. godini u Europi – 37 bilo 40,6 milijuna aktivnih poduzetnika, od čega je 29% bilo žena. Učešće žena poduzetnica u EU – 28 iznosilo je 31% (10,3 milijuna aktivnih poduzetnica).

Zemlja s najvišom stopom zastupljenosti žena u poduzetništvu je Lihtenštajn s 43%, a slijede Latvija, Luksemburg, Portugal i Hrvatska s 37%. Najnižu stopu žena poduzetnica 2012. godine imala je Turska (15%), a nisku zastupljenost žena u broju poduzetnika zabilježile su Malta i Irska.

U razdoblju od 2003. do 2012., učešće žena poduzetnica u ukupnom broju poduzetnika Europe – 37 poraslo je s 26,1% na 28,5%. Porast su ostvarile gotovo sve

zemlje, a najviši Lihtenštajn (15,5%), Island, Cipar, Španjolska i Srbija. Hrvatska je ostvarila negativni trend (-2,3%), kao i Estonija, Crna Gora, Bugarska, Poljska i Finska.

Također, Hrvatska je bila u grupi zemalja koja su u razdoblju 2003.-2012. zabilježile smanjenje učešća žena poduzetnica u aktivnoj radnoj snazi (stopa ženskog poduzetništva) za više od 1%. Istovremeno je u Europi – 37 i EU – 28 ostvaren porast za 0,4%, s 10% na 10,4%.

U Europi – 37, 2012. godine, učešće žena poduzetnica u ukupnom broju radno aktivnih žena bilo je 10%, a Hrvatska se s natprosječnim učešćem (15%) našla u top pet zemalja, uz Grčku, Albaniju, Portugal i Italiju. Zemlje s najnižom stopom bile su Norveška (4%), Estonija i Danska, Lihtenštajn i Švedska (Europska komisija, 2014).

Većina žena i muškaraca u Europi – 37 su 2012. godine bili solo poduzetnici, jedine osobe koje rade u tvrtki pa je tako 78% žena poduzetnica imalo obilježje solo poduzetnica, a 22% ih je zapošljavalo i druge radnike. Iznadprosječno zapošljavanje drugih osoba u ženskim poduzetničkim tvrtkama imale su Crna Gora (38%), Mađarska i Irska, a najmanje Rumunjska (6%) i Albanija. U Hrvatskoj je te godine bilo 79% solo poduzetnica, a 21% je zapošljavalo i druge radnike.

Istraživanje koje je provedeno u 12 europskih zemalja potvrđuje da žene poduzetnice uglavnom imaju tvrtke u kojima same rade, a kada zapošljavaju radnike, tada je to mali broj zaposlenika. U prosjeku 94% ženskih poduzeća zapošljava do 10 radnika, 5% žena poduzetnica imaju tvrtke u kojima je zaposleno između 10 i 49 radnika, a samo 1% njih s više od 50 zaposlenih (Europska komisija, 2014).

U Europi – 37, žene poduzetnice odabiru poslovnu aktivnost u sljedećim sektorima: zdravstvene usluge i aktivnosti vezane uz socijalni rad gdje su zastupljene sa 60%, a muški poduzetnici s 40%; druge uslužne aktivnosti sa zastupljenošću od 59% žena i u obrazovanju gdje sudjeluju s 55%. Vrlo mali postotak žena odlučuje se za proizvodnju, njih samo 21%; za informatiku i komunikacije 19% i za konstrukcije samo 3% (Europska komisija, 2014).

Najveći broj žena poduzetnica Europe – 37 je 2012. godine bio u životnoj dobi od 25 do 49 godina (59%), 32% njih u dobi od 50 do 64 godine; 6% starijih od 65 godina, a 3% starosti od 15 do 24 godine (Europska komisija, 2014).

U većini zemalja Europe – 37, žene poduzetnice obrazovanije su od muških poduzetnika, a najviši prosječni stupanj obrazovanja imale su žene poduzetnice u Estoniji, Irskoj, Belgiji, Njemačkoj i Luksemburgu. S najnižom prosječnom razinom obrazovanja 2012. godine, bile su Turska, Portugal, Rumunjska, Albanija i Hrvatska (Europska komisija, 2014).

Poduzetnička aktivnost u EU i Hrvatskoj utvrđuje se pomoću tzv. TEA indeksa ili indeksa poduzetničke aktivnosti. TEA indeks dio je GEM istraživanja (eng. *Global Entrepreneurship Monitor*) koje je započelo 1999. godine kada je obuhvaćalo 37 zemalja. Hrvatska sudjeluje u istraživanjima od 2002. godine. „Glavni je cilj tog projekta praćenje i razvijanje indikatora kojima se mjeri poduzetnička aktivnost“ (GEM Hrvatska, Global Entrepreneurship Monitor GEM).

Uravnoteženost poduzetničkih aktivnosti, s obzirom na kriterij rodosti, u pravilu je prisutnija u zemljama koje imaju ili izrazito visoku stopu nezaposlenosti (Španjolska i Grčka) ili su visoko razvijene (Austrija, Švicarska, Australija). Uravnoteženost poduzetničkih aktivnosti žena i muškaraca u visoko razvijenim zemljama omogućuje „poduzetnički eko-sistem“ koji svima pruža jednake šanse bez obzira na rodost pomoću raspoloživosti usluga koje olakšavaju obiteljski život: vrtići, cjelodnevni boravci djece u školama, usluge za brigu o starijim članovima obitelji, itd. (Singer, Šarlja, Pfeifer, Oberman Peterka, 2015).

2.2. SWOT analiza ženskog poduzetništva u Hrvatskoj

„SWOT analizom se na temelju strateške revizije uočavaju ključne snage, slabosti, prilike i prijetnje“ (Kotler, 2006, str.58).

Glavne **snage** ženskog poduzetništva u Hrvatskoj čine: obrazovanost žena, pojačani interes žena za poduzetništvo, trend rasta broja žena poduzetnica i smanjenje jaza poduzetničke aktivnosti između muškaraca i žena, natprosječno učešće žena poduzetnica u ukupnom broju radno aktivnih žena u odnosu na druge zemlje EU, aktivno poticanje razvoja poduzetničkog ozračja.

Najveće **slabosti** ženskog poduzetništva su: teško usklađivanje privatnog i poslovnog života žena, relativno niska prosječna razina obrazovanja u odnosu na druge zemlje EU, nedovoljna poduzetnička znanja i vještine, nedostatak samopouzdanja u ostvarivanju poduzetničkih inicijativa, nedovoljna upornost u kontinuiranoj potrazi za potporama i neadekvatno umrežavanje s drugim poduzetnicama.

Prilike za razvoj čine intenzivnije sustavne potpore ženama poduzetnicama, usmjerenost Europske unije na poticanje razvoja potencijala žena za poduzetništvo, jačanje udruga vezanih uz žensko poduzetništvo, jačanje uloge mentora, pomoć poslovnih anđela, bolja koordinacija i suradnja među nositeljima provedbe javnih politika, programa i inicijativa u razvoju poduzetništva žena, potpore javnog i privatnog sektora te medija.

Glavne **prijetnje** razvoju hrvatskog ženskog poduzetništva nalaze se u postojećim tradicionalnim pogledima na ulogu žena u društvu, nemogućnosti brzih promjena u društvu i prihvaćanje žena kao ravnopravnih subjekata u poduzetništvu. Prijetnja su i postojeći stereotipi o ženama u znanosti i tehnologiji, otežan pristup financijskim sredstvima potpore, nedovoljna aktivnost poduzetničkih mreža, visoki porezi te nedostatak potpore od strane poslovnog sektora, institucija, izvršne vlasti i medija.

U 2015. godini, provedeno je istraživanje u 77 zemalja temeljem kojega je zaključeno da su SAD, Australija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Danska, Nizozemska, Francuska, Island, Švedska, Finska i Norveška 10 najpoželjnijih zemalja za razvoj ženskog poduzetništva. Hrvatska je zauzela 31. mjesto (Lloyd, Terjesen, 2015).

Također, uočene su promjene trendova u usporedbi s razdobljem od prethodnih pet godina, a neke od njih su :

- povećanje ženskih poslovnih gazela;
- poboljšanja u transferu tehnologije i poslovnog rizika;
- viša razina obrazovanja žena poduzetnica – postotak žena poduzetnica koje su visoko obrazovane veći je za 9%;
- smanjenje inovativnosti i sudjelovanja poduzetnica u području tehnološkog sektora te;
- unatoč napretku mnogih zemalja, još uvijek 61% zemalja ima rezultat indeksa ženskog poduzetništva ispod 50 od mogućih 100.

3.PRIMJER ODABRANOG POSLOVNOG SUBJEKTA

Odabrani primjer ženskog poduzetništva je Ordinacija dentalne medicine Katarine Anić Zirdum iz Čazme. Usluge pacijentima pružaju se u kvalitetno uređenom privatnom poslovnom prostoru veličine 70 m² čime je stvorena značajna komparativna prednost u odnosu na konkurenciju koja posluje u sklopu Doma zdravlja.

Stomatologija je danas jedina zdravstvena usluga u Hrvatskoj u kojoj dominira privatni sektor i koja potvrđuje efikasnost funkcioniranja zdravstvenih usluga kroz tržišni mehanizam. Prema podacima iz 2007 godine, tri četvrtine stomatologa u Republici Hrvatskoj imaju svoje privatne ordinacije. (Crnjak, 2007).

Katarina Anić Zirdum nije solo poduzetnica poput većine žena u poduzetništvu, već danas zapošljava jednu osobu, medicinsku sestru, koja joj pomaže u radu. Kvaliteta usluga i kvaliteta prostora u kojemu se usluge pružaju, izravno utječu na broj i zainteresiranost pacijenata pa danas Ordinacija ima više od 2 350 ugovornih pacijenata, a potražnja raste. Poduzetnica treba proširenje prostornih kapaciteta, nabavu novih osnovnih sredstava i povećanje broja radnika, a za to su joj potrebna dodatna financijska sredstva.

Ordinacija je pravno utemeljena kao obrt i posluje kao aktivni subjekt u sustavu Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO) temeljem čega po pacijentu ostvaruje redovne mjesečne iznose koji joj čine glavninu prihoda. Godišnji prihod Ordinacije veći je od 450 000 kuna i obveznik je poreza na dobit u visini od 20%.

Najveći troškovi u poslovanju odnose se na plaće radnika te troškove nabave materijala preko veleprodajnih partnera.

3.1. SWOT analiza odabranog poslovnog subjekta

Snage odabranog subjekta temelje se na znanju Poduzetnice i kvaliteti pružanih usluga dentalne medicine. Snagu čini i pozitivna reputacija Ordinacije, a koja je

vezana uz majku Poduzetnice i ugled koji je, kao cijenjeni stomatolog, godinama uživala radeći u ovoj Ordinaciji.

U mjestu postoje samo četiri stomatološke ordinacije, a kako odabrana Ordinacija jedina posluje u privatnom prostoru, to ju izdvaja i daje značajnu konkurentsku prednost.

Broj ugovorenih pacijenata izravno utječe na financijsku snagu, likvidnost i solventnost pa čini daljnju jakost promatranog subjekta. Snaga je i u kvalitetnom marketingu koji Poduzetnici dovodi pacijente i izvan RH.

Slabosti se identificiraju kroz iznimnu ovisnost o hrvatskom zdravstvenom sustavu i HZZO-u, ograničenosti poslovnih kapaciteta koji onemogućavaju daljnju ekspanziju poslovanja, nemogućnost dugoročnog planiranja i preosjetljivost Poduzetnice na javno mišljenje lokalne sredine koja čini gotovo 95% ukupnih klijenata. Slabost su složeni i nefleksibilni pojedini poslovni procesi.

Prilike za razvoj nalaze se u mogućnosti dobivanja financijskih potpora za kupnju osnovnih sredstava i unapređenje materijalne osnove rada, sklapanje dugoročnih partnerskih ugovora s klijentima u zemlji i inozemstvu, trendu razvoja zdravstvenog turizma u svijetu i RH te izuzetno mala konkurencija koja Poduzetnici dugoročno pruža mogućnost razvoja i diversifikacije.

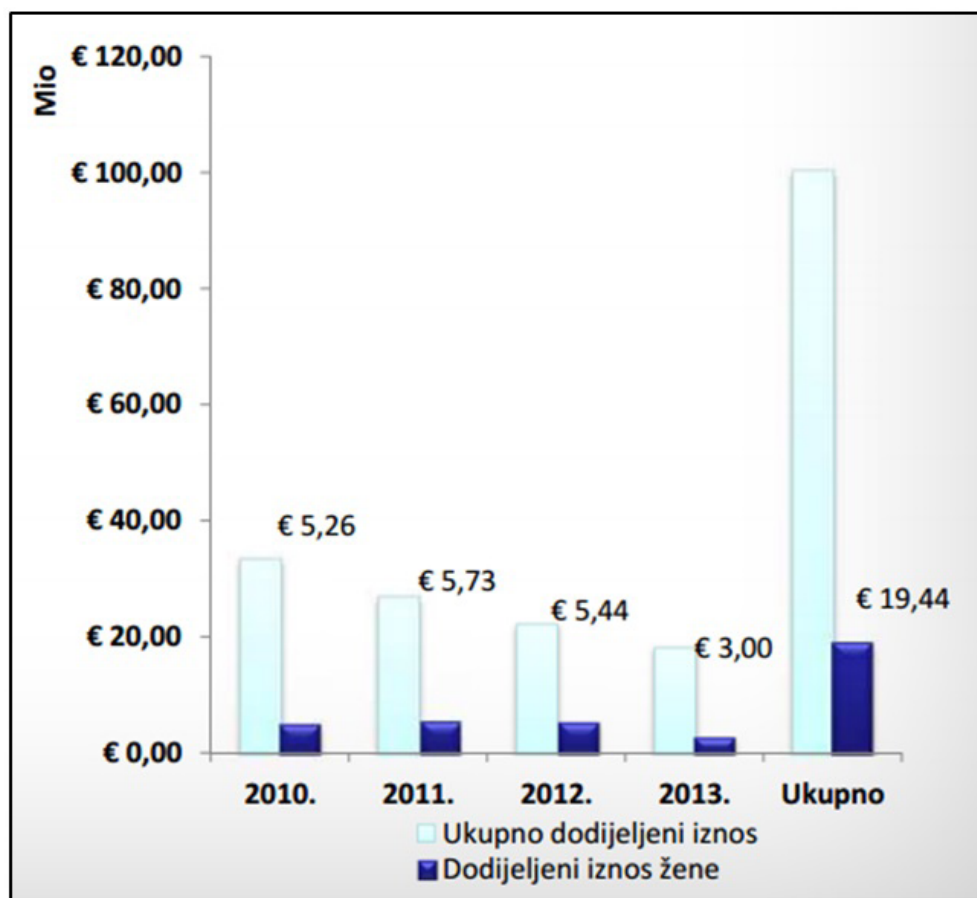
Prijetnje se očituju kroz promjene zakona i propisa, česte promjene porezne politike, pad platežne moći građana, krizne situacije (viša sila) u okruženju koje mogu imati negativni utjecaj na interes klijenata iz drugih zemalja ili njihovo potpuno odsustvo s ovoga tržišta.

3.2. Mogućnost dobivanja bespovratnih sredstava i kreditnih potpora

U RH, država potiče razvoj ženskog poduzetništva putem bespovratnih potpora, subvencioniranja kamata, sufinanciranja umrežavanja žena poduzetnica (razne manifestacije, konferencije i slična događanja) te koordinacijom aktivnosti na promicanju poduzetništva žena na nacionalnoj i regionalnoj razini (Lončar, 2015).

Dolazak do bespovratnih financijskih sredstava za žene poduzetnice težak je proces, a temeljni razlog tome je usmjerenost žena na poslovanje u području neproizvodnih djelatnosti koje nisu od strateškog interesa EU ni RH pa je time suženo područje mogućnosti dobivanja financijskih potpora.

U okviru *Programa poticanja malog i srednjeg poduzetništva*, u RH je u razdoblju 2010. – 2013. dodijeljeno ukupno 14 775 potpora, od čega 6 067 potpora (41,06%) ženama poduzetnicama. U ukupnom iznosu dodijeljenih bespovratnih sredstava, učešće žena je značajno manje i iznosilo je samo 19,4% (Lončar, 2015).

Grafikon 3.1. **Bespovratna sredstva**

Izvor: Lončar, Z. (2015) *Poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj*. Ministarstvo poduzetništva i obrta (prezentacija)

U promatranom razdoblju, od ukupno 100 milijuna eura bespovratnih sredstava dodijeljenih malim i srednjim poduzetnicima u RH, žene poduzetnice participirale su s 19,4 milijuna eura.

Stomatologija kao djelatnost u Hrvatskoj gotovo je u potpunosti zakinuta za dodjelu bespovratnih sredstava. Fondovi Europske unije za poticanje zdravstvene zaštite namijenjeni su državnim institucijama, dok je privatni sektor u potpunosti zanemaren.

Godišnje se raspiše maksimalno jedan natječaj s ograničenim sredstvima pa žene poduzetnice mogu dobiti državna poticajna sredstva za samozapošljavanje, dok

nabavu osnovnih sredstava za razvoj poslovne djelatnosti, ulaganja u građevinske objekte i drugo, mogu realizirati jedino uz kreditno zaduženje.

U Tablici 3.2. prikazan je Program kreditiranja žena poduzetnica od strane resornog Ministarstva te broj ukupno odobrenih projekata.

Tablica 3.2. Program kreditiranja žena poduzetnica

Godina	Iznos odobrenja u kn	Broj ukupno odobrenih projekata
2011.	15.269.215,94	32
2012.	40.694.803,11	86
2013.	50.348.419,52	105
UKUPNO	106.312.438,57	223

Broj odobrenih projekata i visina dodijeljenih sredstava povećava se kroz godine (2011. – 2013.) pa nastavak ovakvog trenda doprinosi razvoju ženskog poduzetništva u RH.

Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR) ima posebnu liniju kredita namijenjenu ženama poduzetnicama, a krajnji korisnici su trgovačka društva, obrtnici, fizičke osobe koje samostalno obavljaju djelatnost kao i zadruge i ustanove koje su u većinskom vlasništvu jedne ili više žena te čiju upravu obavezno vodi žena.

Ovim programom odobravaju se krediti za obrtna sredstva (30%) i financiranje materijalne i nematerijalne imovine (70%) uz kamatnu stopu od 2%. Iznos odobrenog kredita je između 80 i 700 tisuća kuna, a isti se otplaćuje na rok do 12 godina, uključujući i početak od dvije godine (HBOR, Žene poduzetnice).

Novi program u 2016. je kredit mikrokreditiranja uz potporu Europske unije koji je namijenjen financiranju mikro poduzetnika u svrhu samozapošljavanja, osnivanja obrta i trgovačkih društava, modernizacije i proširenja postojećeg poslovanja te povećanja broja novih radnih mjesta (HBOR, Mikrokreditiranje uz potporu EU). Rok otplate je do 5 godina s počekom od jedne godine. Godišnja kamatna stopa koju poslovna banka plaća HBOR-u iznosi 2,0%, a za krajnjeg korisnika kamatu utvrđuje poslovna banka ovisno o procjeni rizika plasmana. Najviši iznos ovog kredita iznosi 25 000 eura u kunsjoj protuvrijednosti, a ukupni kreditni iznos može se koristiti za ulaganja u osnovna i/ili obrtna sredstva pri čemu se ne financira porez na dodanu vrijednost.

Odabrani primjer ženskog poduzetništva, Ordinacija dentalne medicine Katarine Anić Zirdum, ima potrebu razvijati poslovanje, povećavati broj klijenata u zemlji i inozemstvu te broj zaposlenih, a kako je mogućnost dobivanja bespovratnih sredstava vrlo mala, potrebne investicije može financirati jedino kreditnim zaduženjem. Pri tome ohrabruje uzlazni trend broja i vrijednosti državnih potpora za kreditiranje žena poduzetnica i smjernice EU za razvoj poduzetništva žena u svim zemljama članicama.

4. POTREBNI UVJETI ZA RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

Za razvoj poduzetništva potrebno je slobodno tržišno gospodarstvo u kojem poduzetnik može slobodno odabrati i pokrenuti poduzetničke aktivnosti. Postoje četiri temeljna uvjeta razvoja poduzetništva, a to su: gospodarsko, političko, pravno i kulturno okruženje.

Gospodarsko okruženje odnosi se na vrstu gospodarstva u zemlji, tržišno, plansko, mješovito gospodarsko vođenje (Funda, 2011).

Hrvatska je tranzicijska zemlja na prijelazu iz planskog u tržišno gospodarstvo u kojemu količina proizvodnje dobara i usluga ovisi o ponudi i potražnji na tržištu.

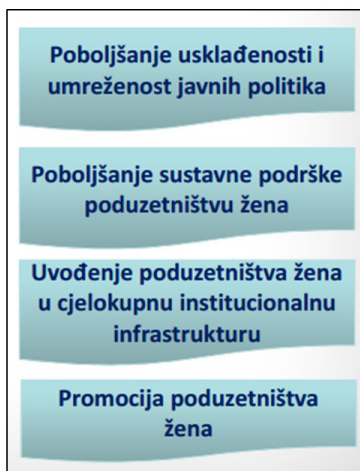
Političko okruženje određuje Hrvatsku kao demokratsku zemlju koja prolazi kroz politički nestabilnu situaciju koju prate malverzacija, korupcija i mito.

Pravno okruženje čine zakonski i drugi akti kojima se reguliraju gospodarski procesi u državi. Hrvatski pravni sustav nije djelotvoran, traži promjene i modernizaciju te prilagođenost zakonima Europske unije što pogoduje razvoju ženskog poduzetništva.

Kulturno okruženje podrazumijeva kulturne vrijednosti jednoga društva, znanje, moral, vjeru, umjetnost i slično. Najveći utjecaj na poduzetništvo ima korporacijska kultura poduzeća koja ga čini posebnim, drugačijim od drugog: njegove vrijednosti, zajednički ciljevi, poslovna klima i slično (Funda, 2011).

4.1. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj

Vlada RH donijela je *Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014. – 2020.* koja se temelji na strateškom okviru EU, SBA aktu (zakon o malom poduzetništvu, eng. *The Small Business Act for Europe*) i *Ženskoj povelji* te *Strategiji Europa 2020*. Sadrži analizu ekonomske i poduzetničke aktivnosti žena te ciljeve razvoja poduzetništva žena.

Slika 4.1. Strateški ciljevi razvoja poduzetništva žena u RH 2014. – 2020.

Izvor: Lončar, Z. (2015) *Poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj*. Ministarstvo poduzetništva i obrta (prezentacija)

Realizacija navedenih strateških ciljeva (Slika 4.1.) doprinosi dugoročnim promjenama vrijednosnog sustava, smanjenju rodne neuravnoteženosti u različitim područjima poslovnog života te povećanju broja žena koje se upuštaju u samostalno poslovanje.

Poboljšanje usklađenosti i umreženosti javnih politika cilj je kojim se želi „ojačati rad Međuresorne radne skupine i koordinacije, utvrditi mehanizme za praćenje provedbe, utvrditi početno stanje temeljem raspoloživih pokazatelja, razvijati statističku osnovicu i veze među izvorima informacija o poduzetništvu žena te djelovati u poticajnom okruženju“ (MINPO, 2014, str. 6).

Poboljšanjem sustavne podrške poduzetništvu žena želi se „osigurati potpora poduzetnosti žena, razvijati poslovno umrežavanje, jačati postojeće i razvijati nove modele obrazovanja i osposobljavanja, poboljšati pristup žena povoljnim oblicima financiranja, razvijati nove oblike financiranja i korištenje EU sredstava, fondova i financijskih instrumenata“ (MINPO, 2014, str. 6).

„Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu ističe važnost savjetovanja i mentorstva na regionalnoj razini, podršku poduzetništvu žena kroz potpurnu infrastrukturu i pružanje stručne potpore za poduzetničke projekte žena.

Promocija poduzetništva žena vezana je uz komunikacijske aktivnosti i plan promidžbe *Strategije* te promociju mreža i razvoja poduzetništva žena“ (MINPO, 2014, str. 6).

Strategija je predvidjela načine razvoja ženskog poduzetništva, od subvencija za čuvanje djece radi lakšeg usklađivanja poslovnog i privatnog života žena do edukacije članova obitelji s ciljem podrške ženama u poduzetništvu te osnivanja zadruga koje okupljaju poduzetnice kako bi mogle razmijeniti iskustava i biti međusobna podrška i pomoć. U *Strategiji* su predviđene i porezne olakšice za poduzetnice.

4.2. Uloga djelovanja nevladinih organizacija i medija na razvoj žena poduzetnica

Pored resornih ministarstava i mjerodavnih državnih tijela odgovornih za razvoj ženskog poduzetništva, u Hrvatskoj djeluju i nevladine organizacije koje imaju značajnu ulogu u području povezivanja žena poduzetnica međusobno te s ostalim gospodarskim subjektima, javnim tijelima i institucijama i medijima u zemlji i svijetu.

Oni organiziraju neformalna druženja članica, seminare, savjetovanja, konferencije, kongrese, dodatna obrazovanja i svojim aktivnostima doprinose bržem protoku informacija kod žena poduzetnica.

Nevladine organizacije koje se posebno ističu svojim aktivnostima i imaju veliki utjecaj na pravilno pozicioniranje žena poduzetnica u društvenoj zajednici su: *Hrvatska udruga poslovnih žena KRUG*, *Udruga Aktivna*; *Udruga Budi poslovna*; *BPW klub* (Pula); *Udruga žena za malo i srednje poduzetništvo* i *Prvi virtualni ženski poduzetnički centar*.

BPW (Business and Professional Women) je nevladina međunarodna organizacija koja djeluje u 112 zemalja te povezuje poduzetnice diljem svijeta, promovira žene poduzetnice, organizira različite projekte i doprinosi povećanju samopouzdanja žena poduzetnica.

Mediji imaju veliki utjecaj na poduzetničke aspiracije pojedinaca, a posebno na oblikovanje percepcije financijera, klijenata, dobavljača, poslovnih partnera i drugih osoba te društva u cjelini prema ženskom poduzetništvu. Žensko poduzetništvo je opisano kao manje svrhovito, stručno i uspješno te vođeno ženskim osobnim problemima (Eikhof, Summers, Carter, 2013).

5. ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja pokazuju da su postavljene hipoteze potvrđene.

Žene poduzetnice na svjetskoj razini i u Hrvatskoj još uvijek su u manjini; u EU – 28 čine oko 31% ukupnog broja poduzetničkih tvrtki (u Hrvatskoj 37%); učešće žena u broju samozaposlenih osoba EU je oko 34%, a tek 30% *start-up* poduzetnika su žene. Ovaj nepovoljan odnos kroz godine se mijenja u korist žena pa je u razdoblju od 2003. do 2012., učešće žena poduzetnica u ukupnom broju poduzetnika E – 37 poraslo za 2,4%.

Žene uglavnom odabiru poslove birajući neproizvodne djelatnosti, a samo 21% žena u Europi – 37 odlučuje se za proizvodnju.

Rezultati provedenog istraživanja 2015. godine, svrstavaju Hrvatsku u grupu zemalja koje su povoljne za razvoj ženskog poduzetništva. Hrvatske poduzetnice uglavnom su solo poduzetnice (79%), a samo 21% zapošljava dodatne radnike. U prosjeku, 94% ženskih poduzeća su mala poduzeća s do 10 zaposlenih radnika.

Program državnih potpora i kreditiranje žena poduzetnica u RH ima trend rasta, mjereno brojem ukupno odobrenih projekata i ukupnog iznosa odobrenih kredita, što je ohrabrujuće za sve žene poduzetnice pa tako i promatranu Poduzetnicu koja pružanjem zdravstvenih usluga posluje u području neproizvodnih djelatnosti.

Smetnju bržem razvoju poduzetništva žena u RH predstavljaju prepreke kao što su postojeće predrasude i stavovi društva prema ženama u poslovnom svijetu, relativno težak pristup izvorima financiranja, teškoće pri usklađivanju profesionalnog i privatnog života žena, nedostatak samopouzdanja žena, nedovoljna samoinicijativnost u pronalaženju načina za dobivanje potpora, nedovoljna spremnost za stjecanje poduzetničkih znanja te slaba povezanost s udrugama žena poduzetnica i sklonost neproizvodnim djelatnostima.

Da bi razvoj ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj bio intenzivniji, potrebno je mijenjati percepciju i stavove društva prema ženama u poduzetništvu, rušiti socijalne paradigme, poticati žene na poduzetničko obrazovanje, hrabriti ih za samostalno obavljanje proizvodnih djelatnosti, pružati veće i raznovrsnije potpore, intenzivirati koordinaciju i suradnju među nositeljima provedbe javnih politika te provoditi ostale programe koji doprinose razvoju poduzetništva žena, njihovih poduzetničkih pothvata, inovacija i poslovnih modela kojima će nedvojbeno utjecati na rast i razvoj ukupnoga nacionalnog gospodarstva.

BARRIERS AND OPPORTUNITIES FOR DEVELOPING WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Goran Zirdum, BSc in Economics,
Ulica braće Radića 12, 43240 Čazma, Croatia
Telephone: +385 98 179 0383, e-mail: goran.zirdum@gmail.com

Vesna Cvitanović, MSc in Economics, Senior Lecturer, University of Applied Sciences VERN', Trg bana Josipa Jelačića 3/III, 10000 Zagreb, Croatia
Telephone: +385 98 237 002, e-mail: vesna.cvitanovic@email.t-com.hr

ABSTRACT

Globalization, as the accelerated development of technology and changes in the society's attitudes towards gender equality has a direct impact on the development of business creativity and entrepreneurial potential, in the encouragement of women to launch independent business ventures and take control positions. Croatia is a country that is favorable for the development of women's entrepreneurship, but there are still many problems and obstacles that need to be addressed in order to increase the support of the institutions and the environment and to access financial resources easier.

The fact that women are more likely to decide on entrepreneurial activity within the non-productive activities not of the strategic interest of the European Union or of the Republic of Croatia has as a consequence the fact that a large number of women entrepreneurs are having difficulty in accessing the sources of funding, which will be analyzed on the example of the selected Dental medicine company by the entrepreneur Katarina Anić Zirdum DDM.

This paper explains the specifics of female entrepreneurship as a special form of entrepreneurial activity and gives a comparative analysis of the situation of female entrepreneurship in Croatia in relation to countries of the EU and the world.

The Strategy and Action Plan for the Development of Women's Entrepreneurship in the Republic of Croatia has been presented, as well as the role and examples of non-governmental organizations' actions to connect women entrepreneurs within a country and at a regional level. Finally, an analysis of the value of financial resources allocated by the governmental ministries of the Government of the Republic of Croatia for the purpose of developing women's entrepreneurship over the past period was carried out.

Keywords: *female entrepreneurship, support, obstacles, development*

LITERATURA

1. Borčić, N., Kostelac, S. (2014). Analiza značajki rodno uvjetovanog komunikacijskog stila u poduzetničkom diskursu. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 5(2), 7-16.
2. Brush, C. G., de Bruin, A. i Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 1(1), 8-24.
3. Brusić, A., Cvitanović, V., Gregov, Z., Kutnjak, V., Tomić, D. i Žanić, V. (2009). *Poduzetništvo 1*. Zagreb: Grupa VERN d.o.o.
4. Crnjak M. (2007. 22. veljače). Čak tri četvrtine hrvatskih stomatologa imaju privatnu praksu. *Poslovni dnevnik*. Preuzeto s <http://www.poslovni.hr/hrvatska/cak-tri-cetvrtine-hrvatskih-stomatologa-imaju-privatnu-praksu-34492> (14.11.2016.)
5. Eikhof, D. R., Summers, J. i Carter, S. (2013). Women doing their own thing: media representations of female entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(5), 547-564.
6. European Commission (2014, 15/12). Statistical Data of Women Entrepreneurs in Europe. Preuzeto s <https://www.google.hr/search?q=„Statistical+Data+on+Women+Entrepreneurs+in+Europe“&oq=„Statistical+Data+on+Women+Entrepreneurs+in+Europe“&aqs=chrome..69i57.2364j0j8&sourceid=chrome&ie> (30.06.2017.)
7. Ferk, M. (2013). Poticanje poduzetništva žena u zemljama Zapadnog Balkana - kritička analiza i najbolje prakse. *Učenje za poduzetništvo*, 3(1), 49-56. Preuzeto s <http://hrcak.srce.hr/130296>
8. Funda D. (2011). *Menadžment malog poduzeća*. Zaprješić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“
9. GEM Hrvatska, Global Entrepreneurship Monitor GEM. Preuzeto s <http://www.gemhrvatska.org/index.html> (21.11.2016.)
10. HBOR, Mikrokreditiranje uz potporu EU. Preuzeto s <http://www.hbor.hr/mikrokreditiranje-uz-potporu-eu01> (15.11.2016.)
11. HBOR, Žene poduzetnice. Preuzeto s <http://www.hbor.hr/Sec1667> (15.11.2016.)
12. Hrvatska komora dentalne medicine (2009). Strategija razvoja stomatološke zaštite 2009.-2015. godine Preuzeto s http://www.hkdm.hr/pic_news/files/hkdm/PRIJEDLOG%20STRATEGIJE-sijecanj%202010.pdf (13.11.2016.)
13. Hrvatska komora dentalne medicine, Osnivanje ordinacija. Preuzeto s <http://www.hkdm.hr/rubrika/38/Osnivanje-ordinacija> (13.11.2016.)
14. Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje (2016). Interni podaci.

15. Jelavić A. i Ravlić, P. (1995). *Ekonomika poduzeća*. Split: Ekonomski fakultet
16. Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. i Armstrong, G. (2006). *Osnove marketinga*. Zagreb: Mate
17. Lloyd, A i Terjesen, S. (2015) The 2015 Female Entrepreneurshio Index. The Globall Entrepreneurship and development institute.
18. Lončar, Z. (2015). Poduzetništvo žena u Republici Hrvatskoj. Ministarstvo poduzetništva i obrta [Power point prezentacija]. Preuzeto s http://www.femcities.at/data/files2/Conference%202015/FC_2015_Keynote2_ZdenkaLoncar_Croatia.pdf (07.07.2017.)
19. Ministarstvo poduzetništva i obrta (MINPO) (2014) Strategija poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014-2020. Preuzeto s <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf> (26.10.2016.)
20. Pavlić, V. (2016. 28. svibnja).Croatia Has More Female Leaders in Business than Switzerland and Austria. *Total Croatia News*. Preuzeto s <http://www.total-croatia-news.com/item/12117-croatia-has-more-female-leaders-in-business-than-switzerland-and-austria> (27.10.2016.)
21. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S. i Oberman Peterka, S. (2015) Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom? *CEPOR*. Preuzeto s http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/GEM_brosura_2016_web.pdf (08.11.2016.)
22. Škrtić, M. i Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija
23. Vuk, B. (2006). Dva pogleda na žensko poduzetništvo. U [skupina autora], *Primijenjeno poduzetništvo*, Split i Zagreb: Beretin i Cera prom d.o.o.
24. Web stranica udruge KRUG. Preuzeto s <http://www.krug.com.hr/default.aspx?id=6> (04.11.2016.)