

ADVANCEMENT POLITICS OF FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN REPUBLIC OF CROATIA

UNAPRE ENJE POLITIKA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U RH

PRIBETIC DRAGOSAVAC, Petra; SECEN, Vlasta & TIRELI, Nansi

Abstract: *This paper examines female entrepreneurship as an important factor in achieving full gender equality, developing entrepreneurial potential of Croatia and transformation Croatia in the country of entrepreneurial culture. The main objective is to identify opportunities to reduce unemployment of woman through self-employment, but boosting employment in the growing entrepreneurial ventures woman.*

Key words: *woman, entrepreneurship, gender equality*

Sažetak: *Ovaj rad ispituje žensko poduzetništvo kao bitan imbenik ostvarivanja pune ravnopravnosti spolova, razvoja poduzetni kog potencijala Hrvatske i preobrazbe Hrvatske u zemlju poduzetni ke culture. Osnovni cilj jest prepoznati mogu nosti za smanjenje nezaposlenosti žena kroz samozapošljavanje, ali i ja anje zaposlenosti u rastu im poduzetni kim pothvatima žena.*

Ključne riječi: *žena, poduzetništvo, ravnopravnost spolova*



Authors' data: Petra **Pribetic Dragosavac**, stru .spec.oec., Antonci 19, 52446 Nova Vas, petra.pribetic.dragosavac@pu.t-com.hr; Vlasta **Secen**, stru .spec.oec., Ti i 22/6, 51000 Rijeka, vlastaruzickasecen@gmail.com; Nansi **Tireli**, stru .spec.oec., Hrvatski sabor, Markov trg 6, 10000 Zagreb, nansitireli@gmail.com

1. Uvod

Ravnopravnost spolova zna i da su žene i muškarci jednako prisutni u svim područjima javnog i privatnog života, imaju jednak status, jednake mogućnosti za ostvarivanje svojih prava, i jednaku korist od ostvarenih rezultata. Zakon o ravnopravnosti spolova utvrđuje opće osnove za zaštitu i promicanje ravnopravnosti spolova kao temeljne vrednote ustavnog poretka Republike Hrvatske te definira i uređuje način zaštite od diskriminacije na temelju spola i stvaranje jednakih mogućnosti za žene i muškarce.

Žena ima više nego muškaraca na svijetu, ali u gospodarstvu su, prema formalnim indikatorima manjina. Manjinski status žena u gospodarstvu je različit, ovisno o poslovima koje žene obavljaju. Manje žena pokreće poslovne pothvate, još manje žena pokreće tehnološki intenzivne poslovne pothvate, ali je najizraženiji manjinski status u području upravljanja poslova - što je razina upravljanja viša, to je manje žena. I u poduzetništvu su žene manjina i to prvenstveno zbog socijalnog, ekonomskog i političkog neravnopravnog položaja u odnosu na muškarce. činjenica je da među ženama ima manje poduzetnika nego među muškarcima, no u hrvatskom gospodarstvu zapaža se sve veća zastupljenost žena, što je pozitivno. Glavni uzroci manjeg broja zastupljenih žena u poduzetništvu su u tradicionalnim pristupima, sociološkim stavovima odgovornih za razvoj poduzetništva, nepovjerenju prema ženama i nedorečenosti zakonskih propisa. Globalna kriza potiče i pronalaženje novih načina poticanja zapošljavanja koji bi doprinijeli izlasku iz recesije, a bez suvišnog zaduživanja. Jedan od načina je sigurno i poticanje poduzetništva žena jer one u većini svjetskih gospodarstava imaju najveći broj nezaposlenih. Odgovarajućom potporom državnih i regionalnih institucija, te prepoznavanjem potencijalno uspješnih poduzetnica, društvene bi institucije u mnogome doprinijele pokretanju i razvoju ženskog poduzetništva. Hrvatska ima pozitivne pomake u poticanju ženskog poduzetništva i pozitivan je primjer države koja je posljednjih godina značajno povećala broj poduzetnica. Međutim, doprinos državnih politika još uvijek nije promijenio okolinu u kojoj poduzetnice djeluju i percepciju o njima samima. Profil Hrvatske po angažiranosti žena u poduzetništvu i menadžmentu dio je ovakve slike, što potvrđuju postojeće statistike o nezaposlenosti, te istraživanja o poduzetničkoj aktivnosti i upravljanju angažiranosti žena.

2. Zaposlenost žena u svijetu

Žene su u današnje vrijeme najmanje pokretača globalnog gospodarskog rasta. U posljednjih nekoliko desetljeća, gotovo svuda u svijetu, zapošljava se sve više žena, dok je postotak zaposlenih muškaraca pao. Povećanje zaposlenosti žena rezultat je velike promjene u karakteristikama i tipu poslova. Jer, dok je potražnja za radnicima u industriji koja se tradicionalno smatrala muškim poslom pala, došlo je do povećanja broja poslova u sektoru usluga. To je smanjilo potražnju za fizičkim radom i izjednačilo položaj spolova na tržištu rada. Međutim, bilo bi pogrešno govoriti o "ulasku" žena u radnu snagu. Jer, žene su uvijek radile kod kuće, brinule za djecu,

istile ili kuhale, no pošto su to sve nepla eni poslovi, nisu se ra unali u službenim statistikama. Prema UN-ovim statistikama žene obavljaju 67% svjetskog rada; zara uju 10% svjetskog dohotka; vlasnice su 1% svjetskog imetka; ine 70% nepismenih u svijetu; diljem svijeta zara uju 20-50% manje nego muškarci za jednak rad; obavljaju izme u 10 i 20% direktorskih i upravnih poslova; muškarci pet puta više imaju priliku u odnosu na žene, da postanu menadžeri; od 1,3 milijarde ljudi koji žive u potpunom siromaštvu, 70% su žene; u prosjeku 1 od 8 muškaraca može o ekivati da dobije poziciju najvišeg nivoa menadžera dok su takva o ekivanja mogu a samo za 1 od 40 žena. [6]

U razvijenim zemljama žene u ukupnom BDP-u sudjeluju s nešto manje od 40%, ali ako se tome doda vrijednost ku anskih poslova, tada žene u ukupnoj proizvodnji sudjeluju s više od 50%. Tako er, za veliki dio globalnog rasta može se zahvaliti pove anju zaposlenosti žena. Naime, od 1970-ih, na svaki posao na kojem je po eo raditi muškarac, dolazi dva na kojima su po ele raditi žene. No, ne samo da je zapošljavanje žena globalnom BDP-u pridonijelo više od zapošljavanja muškaraca, nego više i od kapitalnih investicija i od pove anja produktivnosti. [6] Dok žene diljem svijeta doprinose gospodarstvu i njegovoj produktivnosti, one se i dalje suo avaju s mnogim preprekama koje ih spre avaju u ostvarivanju svojeg punog ekonomskog potencijala . To ne sputava samo žene ve je to suzdržavanje od gospodarskog rezultata i rasta. Michelle Bachelet , izvršna direktorica UN-a rekla je "Jam enje jednakih mogu nosti za žene i muškarce nije samo prava stvar koju treba napraviti. To je pametno za ekonomiju". [6]

3. Zaposlenost žena u Hrvatskoj

Žene ine 52,9% stanovništva Hrvatske, 50,4% trenutna njih korisnika starosnih mirovina, 46,3% svih zaposlenih.[8] Žene u Republici Hrvatskoj imaju prosje ne pla e koje su 90,39% prosje nih neto pla a muškaraca, dok im je prosje na mirovina samo 77,3% prosje ne mirovine muškaraca.[8] Žene u Hrvatskoj primaju prosje no 540 kuna niže starosne mirovine i prosje no 356 kuna niže prijevremene mirovine od muškaraca. To zna i da godišnje dobivaju ak 3,3 milijarde kuna manje za starosne, prijevremene i invalidske mirovine od muškaraca. Gotovo tre ina zaposlenih žena ima jedva završenu osnovnu školu, nešto manje od dvije tre ine završilo je srednju školu, dok je postotak žena s fakultetskom izobrazbom 9,5%. [8]

Ukupna stopa zaposlenosti u Hrvatskoj, me u radno sposobnim stanovništvom, 2010. godine je iznosila 54,1 posto, dok je stopa zaposlenosti žena 46,3 posto. [8] U Hrvatskoj se na žene odnosi niža stopa zaposlenosti i niža mjese na zarada, a viša je jedino njihova stopa nezaposlenosti. To zna i da žene imaju nepovoljnije indikatore na tržištu rada u odnosu na muškarce. U Hrvatskoj se žene susre u s ve im teško ama u pristupu i ostanku na tržištu rada zbog razli itih socijalnih faktora koji, me u ostalim, uklju uju i probleme uskla ivanja radnog i obiteljskog života. Nesrazmjerno velik broj žena radi na privremenim, nesigurnim i neprijavljenim

poslovima, zbog čega su ranjivije i izloženije siromaštvu. U nastavku se daje pregled nekoliko glavnih pokazatelja nezadovoljavajućeg položaja hrvatskih žena općenito i u svijetu rada.

Pokazatelj	Postotak
Udio žena u stanovništvu Hrvatske	52,9
Udio žena u korisnicima mirovina	50,4
Udio žena u zaposlenima	46,3
Prosječna plaća u odnosu na muškarce	89,2
Prosječna mirovina u odnosu na muškarce	77,3
Udio žena u nezaposlenima	54,7
Žene na srednjim i nižim menadžerskim pozicijama	16
Žene direktori velikih kompanija	7
Udio žena u nadzornim odborima	20
Bez škole, nezavršena ili završena osnovna škola	30,4
Srednja škola	60,2
Više i visoko obrazovanje	9,5

Tablica 1. Položaj hrvatskih žena, Izvor: Srića, V.: Hrvatska 2020., Profil, Zagreb, 2010., str.199

4. Žene u svijetu poduzetništva

Žensko poduzetništvo je u mnogo čemu slično onome muških kolega, ali se u nekim dijelovima bitno razlikuje. U samom startu, ženama je teže jer još uvijek društvo percipira tradicionalne predrasude i stavove koji ženu smještaju uz obitelj, odgoj djece i kuhinju. Nažalost, tako često razmišljaju i oni koji donose programe za razvoj poduzetništva pa ženama teško daju povjerenje. Mnoge žene, upravo zbog takvih problema, i prije samog početka odustaju od svoje ideje o poslovnom poduhvatu.

Žene su se emancipacijom izborile za svoje mjesto u svijetu, pa tako i na poslovnom planu. Još uvijek se moraju dokazivati da su jednako sposobne kao muške kolege, iako ne treba zaboraviti mećusobne razlike koje predstavljaju snagu oba spola. Istraživanja su pokazala da su poslovne žene više socijalno osjetljive u odnosu na muškarce. Njihova snaga i prednost se ogleda u umijeću komunikacije, skromnosti, sklonosti kompromisu, kvalitetnim partnerskim odnosima. Nedostatak samopouzdanja i hrabrosti, sklonost humanom radu (pomažu svima osim sebi) jesu negativne osobine koje dovode do neostvarenja temeljnog cilja poslovanja – stvaranja profita.

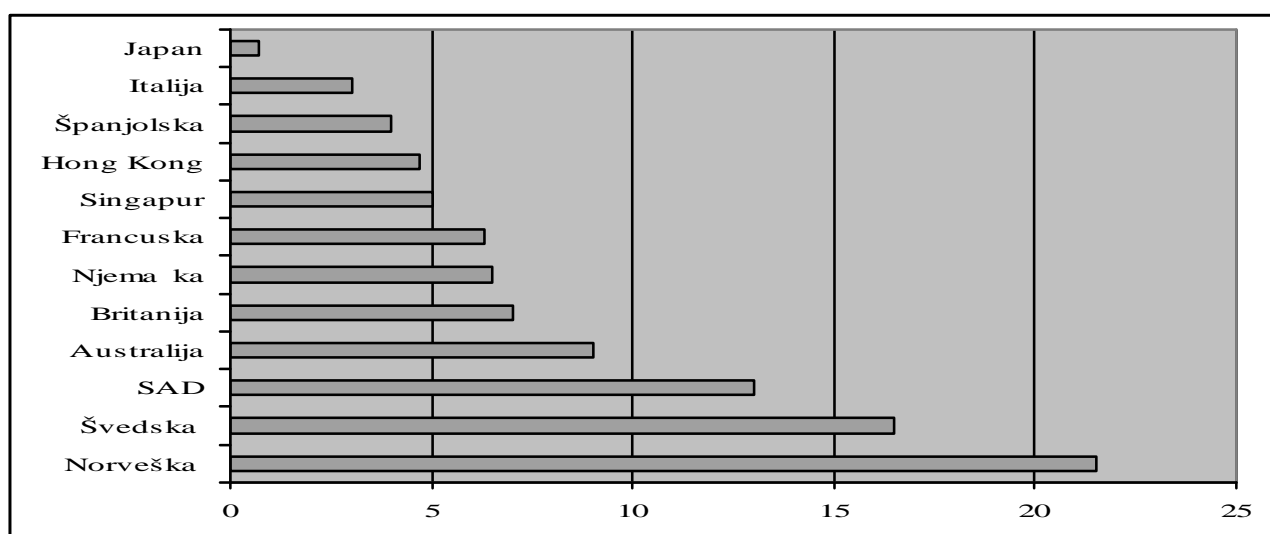
Pojava poduzetnica u proteklih dvadesetak godina u razvijenom svijetu usko je povezana s demokracijom društva, odnosno s izjednačavanjem muških i ženskih prava, a prije svega prava na obrazovanje. Žene su, zapravo, oduvijek bile poduzetnice jer su obnavljale narod i zemlju nakon ratova. Morale su prepoznati priliku, skupljati sredstva za realizaciju te stvoriti novu vrijednost uz rizik novca i vremena.

Neke od bitnih karakteristika ženskog poduzetništva jesu: radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije, spremnije su za timski rad, uspjeh ne mjere samo profitom, ve zadovoljstvom kupca, dobrim me uljudskim odnosima, opreznije su kod uzimanja kredita i naj eš e se bave uslužnim djelatnostima jer traže manja po etna ulaganja. [2]

Prihva anje žena u menadžerske sfere ima ekonomskog smisla zato što žene svojim lanstvom u menadžmentu pridonose uspostavljanju tzv. mješovitog menadžmenta u kojem se, po mišljenju mnogih, svestranije promišlja o razvoju poslovanja, oblikovanju organizacije poduze a i menadžmenta i s više eti nosti pristupa uspostavljanju što boljih odnosa sa suradnicima, ali i sa podre enima.

Brže i intenzivnije uklju ivanje žena u menadžment te op enito vrednovanje i širenje raznolikosti stilova menadžmenta i pristupa menadžmentu može organizacijama pomo i da smognu snagu i fleksibilnost potrebnu za opstanak i razvoj u izrazito konkurentskoj i turbulentnoj globalnoj okolini. [1]

Godinama žene nisu imale mogu nosti napredovanja u organizacijama iznad razine podre enih. Nisu dobivale mogu nost da se dodatno obrazuju, da budu timski igra i, da rješavaju složene probleme, da donose menadžerske odluke, da razmišljaju o zauzimanju viših menadžerskih položaja, niti su u ile pregovarati o svojoj pla i, o obvezama vezanim za posao ili o mogu nostima napredovanja. No, polako su pojedinci i organizacije po eli shva ati svu vrijednost neiskorištenih potencijala polovice svjetske populacije. Uo avanje odre enih karakteristika žena kojima one kvalitetno pridonose uspješnosti obavljanja poslova u organizacijama doveli su do ve eg uklju ivanja žena u njihov menadžment. [1] Stav po kojemu su žene manje sposobne od muškaraca za obavljanje menadžerskih poslova zajedni ki je za ve inu društava u svijetu. [4] Na menadžerskim pozicijama u svijetu tek je 15% ženske populacije (cf. grafikon 1).



Grafikon 1.: Udio žena u postotcima na menadžerskim pozicijama u 2004. god., Izvor: "Women in Business", *The Economist*, 23rd July 2005.

Neki autori govore o pragu od 5% žena na najvišim menadžerskim pozicijama, ali je to prag koji još nije dostignut ak ni u nekim najrazvijenijim zemljama. [3] Istraživanje američke konzultantske tvrtke *Catalyst* ističe kako žene zauzimaju 7% mjesta u upravnim odborima s popisa *Fortuneovih* 500, a otprilike isto toliko ih sjedi i na odgovornijim menadžerskim pozicijama. Žene na menadžerskim pozicijama u SAD zara uju prosječno 72% plaće svojih muških kolega. Među 25 najbolje plaćenih CEO u Europi pak nema nijedne žene. Među top menadžerima u Hrvatskoj svega je 6% žena. Sporo kretanje žena u najviše hijerarhijske razine u kompanijama esto se pripisuje tzv. *glass-ceiling* – „staklenom plafonu”. *Glass ceiling* (stakleni plafon) termin je kojeg je 1986. godine uveo ugledni list *Wall Street Journal* kako bi opisao prepreke s kojima se žene suoavaju u napredovanju u svojoj karijeri i koje ih spreavaju da dosegnu vrh korporacijske hijerarhije. [5] Osim pojma staklenoga plafona (*glass ceiling*) koji se postavlja kao barijera u napredovanju prema gore, govori se i o pojmu ljepljivog poda (*sticky floor*) koji kao da žene drži priljubljenima na nižim hijerarhijskim razinama i ne dopušta im izdizanje.

5. Poduzetnice u Hrvatskoj

Literatura koja se bavi pitanjem žena u menadžmentu u najvećoj mjeri dolazi iz zemalja Zapada. Ali, iako Republika Hrvatska pripada regiji tzv. ekonomija u tranziciji, nastalih nakon raspada ekonomskog i političkog sustava razvijenog tijekom komunističke ere, istraživanja na temu žena u menadžmentu ukazuju na gotovo iste probleme koji su otkriveni i prepoznati u zapadnoj literaturi. Stereotipi o ulozima spolova, stereotipi o karakteristikama uspješnog menadžera, radne prakse kreirane tako da su prilagođene jednom spolu predstavljaju primjere prepreka koje stoje pred ženama koje imaju aspiracije ka menadžerskim pozicijama.

Uključnost Hrvatske u *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) od 2002. godine omogućava longitudinalno praćenje promjena u poduzetničkoj aktivnosti žena u Hrvatskoj, ali i međunarodnu usporedbu, korištenjem standardiziranog istraživačkog pristupa. Korištenjem TEA pokazatelja (*Total Entrepreneurial Activity* - broj novopokrenutih poslovnih poduhvata na starijih od 42 mjeseca na 100 odraslih stanovnika od 18 do 64 godine starosti) pokazuje postojanje značajno veće jaza u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena u Hrvatskoj u odnosu na GEM zemlje – u Hrvatskoj do 2008. godine 2,41 puta više muškaraca poduzetnika aktivnih nego žena, dok je u svim GEM zemljama 1,62 puta više muškaraca poduzetnika aktivnih nego žena. [7]

Križa je jače udarila na žene i to se vidi iz istraživanja koje se provodi kroz GEM, zato što je više žena ostalo bez posla zbog krize i osim toga više žena je pokretalo poslovne poduhvate zbog nužde, a ne zbog uložene prilike. [7] Hrvatska je po *Global Gender Gap* na 45. mjestu od 135 zemalja, a najbolje zemlje su ponovo Island, Finska, Norveška. O tome da od Skandinavskih zemalja tu možemo nešto naučiti. Prema GEM istraživanju u Hrvatskoj na jedan ženski pokrenuti poslovni poduhvat, bilo 2,24 muška poslovna poduhvata, dok je u EU taj prosjek 1,9. Što je taj odnos manji, to

zna i da je postignuta veća uravnoteženost. Hrvatska smanjuje taj prosjek, od 2002. godine kada je bio blizu 3 puta više muških pothvata u odnosu na jedan pothvat žene. [7] Međutim, prosjek svih zemalja koje su uključene u GEM je od 2,31 do 1,86, što nam govori da se u Hrvatskoj smanjuje ali još uvijek nismo bolji od prosjeka GEM zemalja, odnosno još smo značajno daleko od prosjeka EU s kojim se sada od prošle godine uspoređujemo. [7]

6. Prioritetne aktivnosti sa stanovišta interesa i potrebe razvoja ženskog poduzetništva

Mnogi uvjeti trebaju biti zadovoljeni kako bi se žene uspješno uključile u rad i u menadžment današnjih organizacija i u Hrvatskoj i u svijetu, odnosno mnoge su se zapreke ženama isprije bilo na tom putu. [1] Zapreke se mogu podijeliti u četiri skupine i to na zapreke koje proizlaze iz tradicije, obrazovne zapreke, organizacijske zapreke i psihološke zapreke. Upravo prevladavanje tih zapreka je mjera da se popravi položaj žena.

Prioritetne aktivnosti sa stanovišta interesa i potreba žena su pristup znanjima i vještinama, umrežavanje žena poduzetnica, pristup financijskim sredstvima, tranzicija od socijalne pomoći do samozapošljavanja, liderstvo asocijacija žena i briga o djeci, dok su prioritetne aktivnosti sa stanovišta institucionalne infrastrukture izgradnja kapaciteta pružanja usluge treninga i savjetovanja ženama, od po etnica do poduzetnica koje vode rastu i poslovne pothvate, izgradnja kapaciteta strateškog planiranja u regionalnim razvojnim agencijama, izgradnja kapaciteta umrežavanja poduzetnica na regionalnoj razini, izrada kataloga službe ženskog poduzetništva i utvrđivanje kvalitete za pružanje poslovnih usluga. Navedene aktivnosti mogu ostvariti kroz asocijacije žena, HGK, HOK, HUP, ..., definirati strukturu i partnerstvo za pružanje usluga obrazovanja i traininga; razviti edukativne programe posebno za žene po etnice, osigurati određenu kvotu korištenja kapaciteta poslovnih inkubatora za žene po etnice, razviti edukativne programe posebno za poduzetnice orijentirane rastu, izvozu i tehnološki intenzivnim poslovnim pothvatima, promovirati i osigurati edukativne i savjetodavne programe za poduzetnice koje žele koristiti franšizu kao poslovni model, ili kao primateljice ili kao davateljice, razviti edukativne programe za upravljanje obiteljskim poduzećima, s posebnim naglaskom na probleme generacijskog transfera upravljanja i vlasništva, razviti savjetodavne usluge specijalizirane za poduzetnice koje pothvate žena u ruralnim područjima, razviti web seminare i web savjetodavne usluge, osigurati mentorstvo iskusnih poslovnih žena po etnicama i poduzetnicama koje žele rasti, te poduzetnicama u tehnološki intenzivnim poduzetničkim pothvatima i poduzetnicama koje su izvozno orijentirane, razviti voucherski sistem za suradnju sa ekspertima za transfer istraživanja i razvoja u poduzetničkim pothvatima žena, razviti voucherski sistem za korištenje dizajnerskih usluga, osigurati sufinanciranje sudjelovanja poduzetnica na sajmovima; promovirati postojeće mreže žena poduzetnica kroz razne aktivnosti, vodeći računa o regionalnoj prisutnosti, koristiti različite događaje kao što su traininzi, seminari, radionice kao

mjesto „practiciranja“ umrežavanja, upoznati javnost s pokazateljima o ograničenosti pristupa žena financijskim sredstvima, odrediti garancijske sheme za kreditne programe za žene, odrediti dio fonda rizičnog kapitala za inovativne projekte žena, te promovirati korištenje rizičnog kapitala, inicirati razvoj poslovnih anela – žena, te promovirati ovaj oblik financiranja poduzetničkog pothvata, poticati i promovirati mikrokreditne programe temeljene na grupnom garancijskom modelu, osigurati široku informiranost o programu samozapošljavanja kroz sve institucije podrške razvoja poduzetništva, seminari za jačanje pravne pismenosti žena, sudjelovati u privatno-javnom dijalogu, radionice i konferencije o ulozi žena u poduzetničkom životu Hrvatske, inzistirati na razvoju konzistentne statistike o ulozi žena u generiranju novih radnih mjesta i nove vrijednosti, ugraditi subvencionirane naknade za korištenje dječjih vrtića (javnih ili privatnih) u vrijednost savjetodavne/training usluge za žene uključene u programe samozapošljavanja, osigurati posebne savjetodavne i training usluge za poduzetnice i poduzetnike koji žele pokrenuti poslovni pothvat u području brige o djeci.

Da bi se osigurali strateški prioriteti u razvoju ženskog poduzetništva sa stanovišta potreba žena (kao što je navedeno u prethodnom dijelu rada), potrebno je da institucionalna infrastruktura bude osposobljena za pružanje takvih usluga.

7. Zaključak

Nedvojbeno je da prava žena još uvijek nisu izjednačena sa pravima muškaraca i da se žene često sreću sa stereotipima, kako na radnom mjestu, tako i izvan njega. Ravnopravnost se stalno propagira i na sva zvučna se ista u ženski udjeli u politici, ekonomiji, znanstvenom i kulturnom miljeu, ali stvarno stanje nije u skladu s proklamiranim. Žene imaju nepovoljnije indikatore na tržištu rada u odnosu na muškarce i susreću se s veći teškoćama u pristupu i ostanku na tržištu rada zbog različitih socijalnih faktora koji, među ostalim, uključuju i probleme usklađivanja radnog i obiteljskog života.

U novije vrijeme stereotipe o neposjedovanju potrebnih kvaliteta ruši sve više žena koje se uključuju u svijet poduzetništva i menadžmenta. Te žene su ambiciozne, educirane i imaju potrebna stručna znanja i poslovne sposobnosti te su spremne iskoristiti priliku dokazati sposobnost za pokretanjem i vođenjem posla kao i muškarci, ako ne i bolje. U svijetu je udio žena u menadžmentu svih razina 33%, dok je u Hrvatskoj 25%. U vrhovnom menadžmentu su ti postotci puno manji, i na svjetskoj razini i u Hrvatskoj. Svjetski ženski pokret ka ravnopravnosti samo je djelomično ostvaren. Žene su i dalje opterećene, a dvostruko opterećene. I dalje je prisutna diskriminacija, posebno u svijetu menadžmenta, u kojem osim što žene menadžeri imaju niža primanja od svojih jednako rangiranih muških kolega, suočene su i sa daleko sporijim napredovanjem u organizacijskoj strukturi. Neupitno je postojanje staklenog plafona u Hrvatskoj, ali i u daleko razvijenijim društvima od našeg. Pitanje je do kada će se sputavati žene koje zakorače u svijet menadžmenta.

Pozitivni pomoci u udjelu žena u menadžmentu su vidljivi, ali to sve je još uvijek nedovoljno.

Da bi se afirmiralo žensko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj potrebno je poduzeti brojne mjere i aktivnosti sa stanovišta interesa i potreba žena i sa stanovišta institucionalne infrastrukture. Prioritetne aktivnosti sa stanovišta interesa i potreba žena mogu se svrstati u sljedeće grupe: pristup znanjima i vještinama, umrežavanje žena poduzetnica, pristup financijskim sredstvima, tranzicija od socijalne pomoći do samozapošljavanja, liderstvo asocijacija žena i briga o djeci, dok se prioritetne aktivnosti sa stanovišta institucionalne infrastrukture mogu svrstati u sljedeće grupe: izgradnja kapaciteta pružanja usluge treninga i savjetovanja ženama, od po etnica do poduzetnica koje vode rastu i poslovne pothvate, izgradnja kapaciteta strateškog planiranja u regionalnim razvojnim agencijama, izgradnja kapaciteta umrežavanja poduzetnica na regionalnoj razini, izraditi katalog služećih žena ženskog poduzetništva, utvrditi standarde kvalitete za pružanje poslovnih usluga.

8. Literatura

- [1] Bahtijarević Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vok, N.: „*Suvremeni menadžment*“, Školska knjiga, Zagreb, 2008.
- [2] Čović, P., *Održivo poduzetništvo*, Sveučilište u Zadru, Zadar, 2007.
- [3] Azura, O., Davidson, M.J., 2001., Women in Management: A Comparative Cross-Cultural Overview, *Cross Cultural Management*, 8 (3/4), p. 35-67.
- [4] Penava, S., Šehić, DŽ.: Žene u menadžmentu bosanskohercegovačkih kompanija, *Ekonomski pregled*, Hrvatsko društvo ekonomista, Zagreb, 58, 2007, 5-6.
- [5] "Women in Business", *The Economist*, 23rd July 2005. (www.economist.com), *Pristup*: 04-02-2014
- [6] ILO, *Global Employment Trends for Women 2012, Labour market gender gap: Two steps forward, one step back*, News | 11 December 2012, *Dostupno na*: http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_195445/lang-en/index.htm *Pristup*: 03-02-2014
- [7] Singer, S.: Zapisnik sa tematske sjednice Odbora za ravnopravnost spolova Hrvatskog Sabora održane 18. ožujka 2014. u dvorani „Josipa Šokčevića“, Trg sv. Marka 6, Zagreb
- [8] http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2013/sljh2013.pdf, *Pristup*: 22-02-2014
- [9] Srića, V.: *Hrvatska 2020.*, Profil, Zagreb, 2010.



Photo 065. Guard / Straža