Stručni rad/ Professional paper
UDK/UDC: 338.48-055.2(497.5)
334.722-055.2(497.5)

<https://doi.org/10.5937/bizinfo2102197A>

Žene poduzetnice u turizmu Republike Hrvatske: izazovi i prilike

Women entrepreneurs in tourism of the Republic of Croatia: challenges and opportunities

Romina Alkier^{a*}

^a Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Hrvatska

Sažetak: U radu se analizira pozicija žena poduzetnica u turizmu, identificiraju motivi ulaska žena u poduzetništvo, kao i izazovi i ograničenja s kojima se suočavaju pri pokretanju posla i tijekom samog poslovanja. Hrvatska ima dugu tradiciju turizma, a upravo kroz turistički sektor ženama se nude velike mogućnosti kreiranja i realizacije poduzetničkih ideja. Spajanjem znanja i vještina u turizmu sa sposobnostima realizacije poslovnih ideja i kreativnog promišljanja kroz poduzetničke aktivnosti, žensko poduzetništvo omogućava ženama kreiranje radnih mjesta i postizanje financijske neovisnosti. Turizam ima nesagledivu sposobnost djelovanja ka uspostavi društva jednakih mogućnosti. Analiza se temelji na dosadašnjim istraživanjima i pokazateljima poslovanja poduzeća u vlasništvu žena u turističkom sektoru u Republici Hrvatskoj. Rezultati istraživanja ukazuju na disproporciju udjela žena u poduzetništvu u turizmu u odnosu na ukupan broj zaposlenih žena u hrvatskom turizmu, te na manju rodnu neravnotežu u poduzetništvu u turističkom sektoru u odnosu na ukupno gospodarstvo.

Ključne riječi: poduzetničke ideje u turizmu, rodna (ne)ravnoteža, žensko poduzetništvo

Abstract: The paper analyzes the position of women entrepreneurs in tourism, identifies the motives for women's entry into entrepreneurship, as well as the challenges and limitations they face when starting a business and during business. Croatia has a long tradition of tourism, and it is through the tourism sector that women are offered great opportunities to create and implement entrepreneurial ideas. By combining knowledge and skills in tourism with the ability to realize business ideas and creative thinking through entrepreneurial activities, women's entrepreneurship enables women to create jobs and achieve financial independence. Tourism has an incalculable ability to act towards the establishment of a society of equal opportunities. The analysis is based on previous research and business indicators of companies owned by

*Corresponding author
E-mail address: rominaa@fthm.hr

women in the tourism sector in the Republic of Croatia. The results of the research indicate a disproportion of the share of women in entrepreneurship in tourism in relation to the total number of employed women in Croatian tourism, and a smaller gender imbalance in entrepreneurship in the tourism sector in relation to the total economy.

Keywords: *entrepreneurial ideas in tourism, gender (im) balance, women's entrepreneurship*

1. Uvod

Turizam pruža neograničene mogućnosti poduzetničkog djelovanja. Spajanjem znanja i vještina u turizmu sa sposobnostima realizacije poslovnih ideja i kreativnog promišljanja kroz poduzetničke aktivnosti, žensko poduzetništvo omogućava ženama kreiranje radnih mjesta i postizanje financijske neovisnosti. Turizam ima nesagledivu sposobnost djelovanja ka uspostavi društva jednakih mogućnosti. Bez obzira na kulturne i geografske razlike, siromaštvo ili bogatstvo, sve zemlje svijeta govore o uspješnosti turističke sezone. U takvom okruženju žene pronalaze svoj poduzetnički put, od vrlo jednostavnih poslovnih zahvata do uspješnih poslovnih tvrtki u međunarodnim relacijama.

Iako je udio žena u svjetskoj populaciji veći od muškaraca i, iako su u turizmu dominantna radna snaga žene, u sferi poduzetništva manje je žena u odnosu na muškarce. U vlasništvu žena tek je svako četvrto trgovačko društvo u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića u Republici Hrvatskoj (FINA, 2020). Prepoznajući važnost uključivanja žena u poduzetništvo, posebice kroz smanjenje nezaposlenosti žena i njihovom osnažanju, u mnogim zemljama svijeta vlade nastoje to promijeniti kroz različite inicijative, kao što su različiti programi sufinanciranja poduzetništva žena i subvencioniranje kreditnih linija poduzetništva žena, potpora samozapošljavanju žena i obrazovanju potencijalnih i budućih poduzetnica i dr. U skladu s nacionalnom politikom promicanja ravnopravnosti spolova i povećanja sudjelovanja žena u poduzetništvu, u Republici Hrvatskoj se donose strateški ciljevi za srednjoročno i dugoročno razdoblje usmjereni ka povećanju poslovnih pothvata koje pokreću žene i broja žena vlasnica poslovnih subjekata te sustavnoj i dosljednoj provedbi zacrtanih aktivnosti (Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske, 2009/2010; Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske, 2014).

Hrvatska ima dugu tradiciju turizma, a upravo kroz turizam ženama se nude velike mogućnosti kreiranja i realizacije poduzetničkih ideja. Žensko poduzetništvo u turizmu vidi se kao neiskorišteni potencijal. Svrha rada je istražiti žensko poduzetništvo u turizmu u Republici Hrvatskoj, te identificirati izazove za osnaživanje žena kroz poduzetništvo te ograničenja s kojima se žene suočavaju u realizaciji svojih poduzetničkih ideja. Istraživanjem se želi ukazati na disproporciju udjela žena u poduzetništvu u turizmu u odnosu na ukupan broj zaposlenih žena u hrvatskom turizmu, te ukazati na potencijal koji hrvatski turizam ima u sferi ženskog poduzetništva. Istraživanjem se doprinosi razumijevanju ženskog poduzetništva u hrvatskom turizmu te važnosti djelovanja ka uspostavi rodne jednakosti.

2. Pregled literature

Većinu radne snage u turizmu širom svijeta čine žene. Istraživanje Međunarodne organizacije (engl. International Labor Organization, skr. ILO) (2013) u kategoriji “usluge smještaj i hrana” otkriva udio žena između 60 i 70 % u ukupnoj radnoj snazi u turizmu na globalnoj razini, što je veći udio u odnosu na ukupno gospodarstvo (manje od 50 %) (Baum, 2013). Studija UNWTO-a (2019) ukazuje na nešto manji udio, 54 % žena zaposlenih u turizmu u odnosu na 39 % žena zaposlenih u ukupnom gospodarstvu. Razlike udjela žena zaposlenih u turističkog sektoru u odnosu na ukupno gospodarstvo tumače se većim mogućnostima turističkog sektora u zapošljavanju žena u odnosu na šire gospodarstvo te postojanjem većeg udjela zanimanja u turističkom sektoru u kojima dominiraju žene i koja su im dostupnija. U pojedinim zemljama je ono izjednačeno, dok su u drugim zemljama prisutne veće ili manje razlike u stopama sudjelovanja žena u turističkom sektoru u odnosu na ukupno gospodarstvo, ovisno o različitim čimbenicima, važnosti turizma u nacionalnoj ekonomiji, makroekonomskom, pravnom i političkom okruženju zemlje, stopama neformalne zaposlenosti u turizmu i dr. To pokazuje da čimbenici izvan šireg sudjelovanja žena u zapošljavanju utječu na njihovu koncentraciju ili izostanak te koncentracije u turističkom sektoru.

Žene raspolazu različitim znanjima i vještinama potrebnim turističkom sektoru. Kroz turistički sektor imaju mogućnost pretvoriti svoje sposobnosti i znanje u poduzetničke ideje i realizirati ih kroz poduzetničke projekte. U istraživanju ovog problema i identifikaciji važnosti ženskog poduzetništva u literaturi su zastupljeni različiti pristupi. Većina istraživanja u 1970-im i 1980-im godina bila je zasnovana na psihologiji, te su se fokusirala na individualnim karakteristikama žena poduzetnica i identificiranje onih karakteristika koje razlikuju žene poduzetnice od muškaraca poduzetnika. U 1990-im godinama žene imaju sve veću ulogu i kao poduzetnice i kao političarke, pa su istraživanja uglavnom inspirirana feminističkim teorijama. Ubrzo se istraživanja fokusiraju na izbor žena pri zapošljavanju, samozapošljavanje žena i poduzetništvo, proučavanje radnog ponašanja žena, te povezanost ženskog poduzetništva s raspodjelom obiteljskih obveza, brakom i rađanjem djece. Do kraja 1990-ih godina, područje ženskog poduzetništva postaje važno područje znanstvenog istraživanja, a žensko poduzetništvo popularna tema političkih debata o zapošljavanju i tržištu rada (Minniti & Naudé, 2010). Studije pokrivaju različite subjekte, kao što su rast i obilježja ženskog poduzetništva, stil upravljanja, financiranje, ljudski kapital, tržište rada i dr. Istražuju se različita područja djelovanja ženskog poduzetništva, pri čemu se turistički sektor identificira kao sektor u kojem žene lakše nego u drugim sektorima pronalaze put za uspješan rast i razvoj, kako u poslovnom smislu, tako i u osnaženju vlastite osobnosti. Turistički sektor ima potencijal promicanja ravnopravnosti spolova i osnaživanja žena širom svijeta.

Vuk (2006, citirano u Zirdum & Cvitanović, 2017) ukazuje na razloge zbog kojih žene postaju sve uspješnije u sferi poduzetništva. Pri tome navodi njihovo lakše rješavanje konflikata, veću socijalnu osjetljivost te pravilnije ocjenjivanje i procjenjivanje ponašanja zaposlenika, davanje prednosti transformacijskom vodstvu, slušanje podređenih te im davanje prilika za usklađivanje vlastitih interesa i povezivanje tih interesa s interesima skupine. Zapalska & Brozik (2014) poduzetnice promatraju kao

skupinu žena koje su raskinule s tradicionalnim ulogama kako bi istražile nove puteve ekonomske uključenosti. Poduzetnice se definiraju i kao osobe nadarene poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogate znanjem o poslovima i ljudima, odlučne i spremne preuzeti rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja (Jelavić et al., 1995, citirano u Zirdum & Cvitanović, 2017, p. 207).

Razvoj ženskog poduzetništva vidi se kao ključni korak u povećanju sudjelovanja žena u gospodarskom razvoju, stvaranju prilike za zapošljavanje i poboljšanju njihove ekonomske neovisnosti, socijalnog obrazovanja i zdravstvenog statusa te života njihovih obitelji. Sve je veći broj istraživanja koja ukazuju na pozitivan utjecaj ženskog poduzetništva na ekonomski rast i razvoj nacije (Fuller-Love, 2009; Bharathi, 2019; Valeri et al., 2021), posebice u zemljama u razvoju (Panda, 2018). Širom svijeta, žensko poduzetništvo pridonosi stabilnosti, dobrobiti unutar zajednice, i stvara ekonomske prilike za ranjive skupine, kao što su žene, osobe s niskim primanjima i manjine (Asher, 2012, p. 104). U zemljama u razvoju mnoge žene su nepismene i žive u vrlo siromašnim zajednicama. No, to im nije prepreka da budu poduzetnice. Mala poduzeća im nude priliku za poboljšanje kvalitete njihovog života i mnoge od njih otvaraju nova radna mjesta. Upravo turistički sektor nudi ženama značajne mogućnosti za poduzetništvo koje ne zahtjeva velika financijska ulaganja. Turizam ima snagu izvući žene iz siromaštva, osposobiti ih vještinama, obrazovati i osigurati im zapošljavanje. U Europskoj uniji turizam se prepoznaje pristupačnim za poduzetničke aktivnosti žena zbog prevlasti malih poduzeća, relativno malih barijera za ulazak u poduzetništvo i veličine sektora (9 % BDP-a EU) (European Commission, 2018).

Motivi uključenja žena u poduzetništvo su različiti. Dominantnost žena prevladava na radnim mjestima koja ne iziskuju veći stupanj obrazovanja, ali koja su istovremeno i manje plaćena, poput spremačica, čistačica, sobarica, pralja, pomoćne radne snage u kuhinji, hortikultura i sl. Izlazak iz slabo plaćenih poslova i nezaposlenosti često se vidi u pokretanju vlastitog malog poduzeća u kojem će moći ostvariti prihode i određenu fleksibilnost kako bi mogle svoje poslovne obveze uskladiti s obiteljskim. Žene pronalaze ravnotežu između ostvarenja prihoda obitelji, fleksibilnog rasporeda, rješavanja društvenih problema te obavljanja smislenog posla (Brush, 1992, kako je citirano u Fuller-Love, 2009). Velika zastupljenost žena u turističkom sektoru kao i njihova rodno uvjetovana znanja i vještine vezana uz obiteljske poslove često su temelj ulaska žena u sferu poduzetništva u turističkom sektoru. Motivacija za pokretanje poslovnih pothvata žena pojašnjava se teorijom privlačenja (engl. pull) i guranja (engl. push) (Orhan et al., 2001; Kirkwood, 2009) u poduzetništvu, što se može primijeniti i na žensko poduzetništvo u turizmu. Čimbenici privlačenja ili pozitivni čimbenici povezani su s aspektima izbora i željom za poduzetničkim težnjama (McClelland et al., 2005, p. 86), kao što su: želja za neovisnošću, samoispunjenjem, stvaranjem bogatstva, društvenim statusom i moći, željom za fleksibilnosti životnog stila i osobnim razvojem koristeći kreativne vještine. Alternativno, čimbenici guranja ili negativni čimbenici povezani su s čimbenicima nužnosti koji prisiljavaju žene da slijede svoju poslovnu ideju (McClelland et al., 2005, p. 85), kao što su niska razina obiteljskih prihoda nedovoljnih za egzistencijalne potrebe, dugotrajna nezaposlenost, niska plaća, želja za fleksibilnim radnim vremenom i usklađivanjem s obiteljskim obavezama i dr.

Žene poduzetnice suočavaju se s različitim preprekama, ograničenjima, frustracijama koje doživljavaju i izazovima koje moraju prevladati (Panda, 2018), što dodatno pojačava njihov napor u ostvarenju poduzetničkih ciljeva. Izazovi s kojima se žene suočavaju kod pokretanja poduzeća uključuju obeshrabrivanje društvenim i kulturnim stavovima, nisku razinu poduzetničkih vještina, veće poteškoće u pristupu financiranja za početak poslovanja, malu i potpuno izostavljenu poduzetničku mrežu i politiku koja obeshrabruje žensko poduzetništvo (Halabisky, 2017, p. 3). Prepreke imaju negativan učinak na namjeru pokretanja posla. Analize potvrđuju da prepreke produbljuju jaz između motiva za poduzetništvom i namjere za poduzimanje istog, a visoka razina percipiranih prepreka ima destimulirajući učinak na namjeru ulaska u poduzetništvo (Bastida, 2021). U svrhu otklanjanja ograničenja uključivanja žena u poduzetništvo vlade širom svijeta nastoje različitim mjerama potaknuti njihovo samozapošljavanje. Pri tome se naglasak stavlja na obrazovanje, politike samozapošljavanja, pristup financijskim sredstvima za pokretanje poduzeća i dr.

3. Metodologija

Kako bi se steklo dublje razumijevanje ženskog poduzetništva, u radu se slijede dosadašnja istraživanja žena u poduzetništvu u turizmu, njihovog doprinosa gospodarstvu, izazova i ograničenja s kojima se susreću pri pokretanju poduzeća u različitim regijama i zemljama svijeta. Istraživanje se, dalje, usmjerava na analiziranje poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj, posebice u turističkom sektoru koji participira u ukupnom BDP-u Republike Hrvatske s oko 19 % (2019. godine) (Zubak & Hanzl, 2021). U skladu s politikom Europske unije usmjerene ka povećanju sudjelovanja žena u europskom poduzetništvu, cilj rada je dobiti uvid u stanje ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj općenito, a posebice u turističkom sektoru, utvrditi izazove i ograničenja s kojima se žene susreću pri pokretanju poslovanja i tijekom poduzetničke karijere, te dati prijedlog mjera za veću participaciju žena u hrvatskom poduzetništvu. Istraživanjem se nastoji istaknuti uloga turističkog sektora u poduzetništvu žena u državi s visokim udjelom prihoda od turizma u BDP-u usporedbom s ženskim poduzetništvom u turizmu Europske unije. Nedostatak statističkog praćenja pravnih subjekata u turističkom sektoru u Republici Hrvatskoj s obzirom na rodnost ograničilo je analizu stanja žena poduzetnica u hrvatskom turizmu na žene poduzetnice u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane s fokusom na trgovačka društva.

4. Rezultati i diskusija

4.1. Stanje ženskog poduzetništva u hrvatskom turizmu

Turizam u Republici Hrvatskoj generira značajnim prihodima od međunarodnog turizma i zaposlenosti. Njegova važnost u gospodarstvu Republike Hrvatske može se mjeriti omjerom prihoda od međunarodnog turizma u odnosu na BDP. Prema podacima Eurostata (2021) prihodi od međunarodnog turizma sudjelovali su u 2019. godini s 19,4 % s nastavkom rasta udjela iz prethodnih godina, što Hrvatsku svrstava na vodeću poziciju u odnosu na druge zemlje članice Europske unije. U razvijenim zemljama članicama Europske unije prihodi od turizma čine znatno manji udio. Primjerice, u Njemačkoj sudjeluju s 1,1 %, Italiji 2,6 %, Austriji 5,2 % i dr. Hrvatsko

gospodarstvo je snažno oslonjeno na turizam. Svako dvanaesto poduzeće u nefinancijskom sektoru i svaki 14 obrt pripada turističkom sektoru (Državni zavod za statistiku, 2021; 2021b). Negativni učinci pandemije Covid-19 na međunarodna turistička putovanja odrazili su se na drastično smanjenje međunarodnih prihoda od turizma u 2020. godini, za 45,7 % u odnosu na 2019. godinu, što je rezultiralo i smanjenjem njihova udjela u BDP-u na 9,8 % (Zubak & Hanzl, 2021).

Aktivnih pravnih osoba u prosincu 2020. godine u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane bilo je 13.095, a ako se tome doda i broj obrta dolazi se do 19.849 poslovnih subjekata, koji u ukupnom broju aktivnih poslovnih subjekata čine udio od 7,9% (tablica 1). U razdoblju od 2010. do 2020. godine udio poslovnih subjekata u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića u ukupnom broju poslovnih subjekata povećan je s 5,9 na 7,9 %, kao rezultat bržeg rasta broja novih poslovnih subjekata u turističkom sektoru u odnosu na ukupno gospodarstvo. U 2020. godini bilo je ih je 19.849, što je u odnosu na 2010. godinu povećanje za 42,2 % ili prosječno godišnje za 3,8 %. Razlog tome može se tražiti u dinamičnom rastu broja turističkih dolazaka za oko devet milijuna i turističkih noćenja za oko 34,8 milijuna u razdoblju od 2010. do 2019. godine, što je djelovalo poticajno za poduzimanje poduzetničkih aktivnosti i pokretanje novih poslovnih subjekata u turističkom sektoru. Pad međunarodnih turističkih putovanja u 2020. godini imao je negativne učinke na poslovanje pravnih subjekata u turizmu, ali ne i na ukupan broj aktivnih pravnih osoba u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane.

Tablica 1. Broj aktivnih poslovnih subjekata u Republici Hrvatskoj, 2010.-2020. godine

	Ukupno				Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane				
	APO	OSZ	Ukupno	Indeks	APO	OSZ	Ukupno	Indeks	%
2010.	141.482	93.723	235.205	-	7.003	6.953	13.956	-	5.9
2011.	128.930	90.751	219.681	93.4	6.826	10.360	17.186	123.1	7.8
2012.	139.630	88.160	227.790	103.7	7.901	9.886	17.457	101.6	7.7
2013.	155.705	84.516	240.221	105.5	9.964	9.128	19.082	109.3	7.9
2014.	171.046	80.911	251.957	104.9	12.030	8.523	20.553	107.7	8.2
2015.	185.297	78.580	263.877	104.7	13.937	8.005	21.942	106.8	8.3
2016.	144.522	76.941	221.463	83.9	9.916	7.570	17.486	79.7	7.9
2017.	150.401	77.371	227.772	102.8	11.212	7.280	18.492	105.8	8.1
2018.	149.973	79.076	229.049	100.6	12.825	7.044	19.869	107.4	8.7
2019.	160.630	83.811	244.441	106.7	12.610	6.903	19.513	98.2	8.0
2020.	165.720	84.771	250.491	102.5	13.095	6.754	19.849	101.7	7.9
2010.	141.482	93.723	235.205	-	7.003	6.953	13.956	-	5.9

Napomena: APO - aktivne pravne osobe; OSZ - obrti i slobodna zanimanja; % Udio u ukupno

Izvor: Izračun autora na temelju podataka Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske

Iako žene čine više od 51.5 % ukupnog broja stanovnika Republike Hrvatske (Državni zavod za statistiku, 2021b), tek je svako peto poduzeće u djelomičnom ili isključivom vlasništvu žena. No, ako se analizira proteklo desetljeće može se učiti blagi rast broja poduzetnica, odnosno vlasnica trgovačkih poduzeća. Prema podacima FINA-e (2020)

u 2019. godini bilo je 28.100 poslovnih subjekata ili 22.1 % koji su bili isključivo u vlasništvu žena, a tom broju se treba dodati i 11.998 poslovnih subjekata u kojima su žene suvlasnici s muškarcima i/ili s pravnim osobama, pa se povećava broj poslovnih subjekata u kojima su žene poduzetnice na 31.5 %. Za usporedbu u 2010. godini poslovnih subjekata u kojima su žene bile jedini osnivači bilo je 16.458 te su u ukupnom broju poslovnih subjekata činili udio od 18.0 %. a zajedno s poslovnim subjektima u kojima su žene bile jedan od osnivača (11.922) žensko poduzetništvo je činilo udio od 31.1 %. Podaci pokazuju povećanje udjela poslovnih subjekata u kojima su žene jedini osnivači za 4.1 % u 2019. godini u odnosu na 2010. godini (grafikon 1).

Grafikon 1. Struktura poslovnih subjekata u Republici Hrvatskoj prema vlasničkom udjelu. 2011.-2019. godine

Izvor: Izračun autora na temelju podataka FINA-e (2020).

Pozitivni trendovi u ženskom poduzetništvu mogu se pripisati mjerama koje se poduzimaju kako bi se intenzivirale aktivnosti na rodnoj uravnoteženosti. Republika Hrvatske je u 2009. godini donijela Strategiju razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2010.-2013., a potom i njen nastavak, Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014.-2020. godine kako bi se, između ostalog djelovalo u smjeru smanjenja dominacije muškaraca u poduzetničkim aktivnostima, smanjila stopa rizika od siromaštva žena, posebice starije dobi, smanjila dominacija žena u nezaposlenosti, smanjio jaz između uključenosti žena i muškaraca u poduzetničku aktivnost i dr. (Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske, 2009/2010). Prema Izvešću o provedbi Strategije razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2013. godine (Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske, 2009/2010) većina planiranih aktivnosti je provedena. Primjetna je i lagana tendencija promjena u pravcu smanjenja jaza rodne (ne)ravnoteže pokazuje i GEM istraživanje (Singer et al., 2016; 2019; 2021.). U 2014. godini odnos muškaraca i žena poduzetnica bio je 2,4, dok je u 2020. godini iznosio 1,7 te je dosegao razinu prosjeka Europske unije (1,8) (tablica 2).

Tablica 2. Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti mjerena TEA indeksom¹. 2013.-2020.

	TEA muškarci %	TEA žene %	Hrvatska	TEA Muškarci /TEA Žene EU	Najuravnoteženiji
2013.	11.5	5.1	2.2	1.9	1.5 Španjolska
2014.	11.3	4.8	2.4	1.9	1.4 Španjolska
2015.	9.7	5.7	1.7	1.9	1.3 Grčka
2016.	11.2	5.6	2.0	1.8	1.1 Bugarska
2017.	11.5	6.4	1.8	1.7	1.1 Nizozemska
2018.	12.1	7.1	1.7	1.8	1.1 Španjolska
2019.	13.0	8.0	1.6	1.5	1.1 Španjolska
2020.	16.1	9.3	1.7	1.8	1.2 Španjolska. Njemačka

Izvor: Izrada autora prema podacima: Singer et al. (2016.; 2019.; 2021.)

Turističkom sektoru se daje uloga generatora zapošljavanja i uključenja žena u poduzetništvo. U 2019. godini trgovačkih društava u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sudjelovala su u ukupnom broju trgovačkih društava s udjelom od 9,5 %. Trgovačkih društava u kojima su osnivači bile isključivo žene bilo je 2.988, te su sudjelovala s 24,8 % u ukupnom broju trgovačkih društava u ovoj djelatnosti. Ako se tome doda i 1.028 trgovačkih društava u kojima su žene sudjelovale u mješovitom vlasništvu, broj trgovačkih društava u kojima su žene u vlasništvo povećava se na 4.016 trgovačkih društava, odnosno na 33,4 %. Žene poduzetnice u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sudjeluju u većem udjelu u odnosu na ukupno gospodarstvo (22,1 %, odnosno 31,5 %). No, ako se uzme u obzir da žene dominiraju u ukupnoj zaposlenosti u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (53,2 % u 2019. godini) dolazi se do spoznaja o niskoj zastupljenosti žena poduzetnica u toj djelatnosti.

Tablica 3. Trgovačka društva u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Republici Hrvatskoj prema vlasničkom udjelu. 2017. -2019.

	Broj trgovačkih društava			Udio u %			Verižni indeks	
	2017.	2018.	2019.	2017.	2018.	2019.	2018./ 2017.	2019./ 2018.
ŽO	2.361	2.791	2.988	24.4	24.8	24.8	118.2	107.6
MO	5.506	6.507	7.086	56.8	57.9	58.9	118.1	108.9
POO	524	601	473	5.4	5.3	3.9	114.7	78.8
MO	966	1.025	1.028	10.0	9.1	8.6	106.1	100.3
N	332	310	456	3.4	2.8	3.8	93.4	147.1
	9.689	11.234	12.031	100.0	100.0	100.0	115.9	107.1

Napomena: ŽO - žene osnivačice; MO - muškarci osnivači; POO - pravne osobe osnivači; MO - mješoviti osnivači; N – neodređeno

Izvor: Izračun autora na temelju podataka FINA (2020)

Trgovačka društava u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme hrane i pića u vlasništvu muškaraca sudjeluju sa znatno većim udjelom u odnosu na žene, 58,9 % u

¹ TEA indeks (engl. *Total Entrepreneurial Activity*) – indeks ukupne poduzetničke aktivnosti kombinira broj osoba koje pokušavaju pokrenuti vlastiti posao i broj osoba koje su vlasnici/menadžeri u nekom aktivnom poduzeću, ne starijem od 42 mjeseca.

2019. godini (povećanje za 1 % u odnosu na 2017. godinu i 2 % u odnosu na 2017. godinu), dok je udio trgovačkih društava u kojima su žene osnivačice ostao u 2019. godini na istoj razini iz 2018. godine, te pokazuje manje povećanje u odnosu na 2017. godinu (0,4 %). Rodna razlika poduzetničke aktivnosti se, dakle, povećala. No, iako podaci ukazuju na veću poduzetničku aktivnost muškaraca u odnosu na žene u razdoblju od 2017. do 2019. godine, može se vidjeti da je broj trgovačkih društava u isključivom vlasništvu žena povećan u 2018. godini u odnosu na 2017. godinu za gotovo istu stopu kao i muškaraca (18,2 % u odnosu na 18,1 %), a u 2019. godini stopa rasta se smanjila u odnosu na 2018. godinu te je iznosila 7,6 % u odnosu na 8,9 % stope rasta trgovačkih društava u vlasništvu muškaraca. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2018) u 2017. godini bilo je 2.807 obrta u vlasništvu žena koji su u ukupnom broju obrta u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sudjelovali s 34,4 %, što je na razini udjela žena vlasnica trgovačkih društava u ukupnom broju trgovačkih društava. U odnosu na 2010. godinu broj obrta u vlasništvu žena (3.843) smanjio se za 27 % (Državni zavod za statistiku, 2011; Državni zavod za statistiku, 2018).

Trgovačka društva u vlasništvu muškaraca u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane zapošljavaju više radnika, ostvaruju veće prihode po radniku i veću dobit u odnosu na trgovačka društva u vlasništvu žena. U 2.988 trgovačkih društava u vlasništvu žena 2019. godine bilo je zaposleno 9.469 radnika, što je prosječno 3,16 zaposlenih po trgovačkom društvu, dok je u trgovačkim društvima u vlasništvu muškaraca bilo prosječno 4,1 zaposlenih. Prosječan broj zaposlenih po poduzetniku u trgovačkim društvima u vlasništvu žena lagano je smanjen u 2018. i 2019. godini u odnosu na 2017. godinu, kao i kod trgovačkih društava u vlasništvu muškaraca (tablica 4).

Tablica 4. Zaposleni u trgovačkim društvima u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Republici Hrvatskoj prema vlasničkom udjelu 2017. -2019.

	2017.			2018.			2019.		
	BP	BZ	BZP	BP	BZ	BZP	BP	BZ	BZP
ŽO	2,361	7,712	3,3	2,791	8,861	3,2	2,988	9,469	3,2
MO	5,506	23,142	4,2	6,507	26,738	4,1	7,086	28,741	4,1
POO	524	8,594	16,4	601	9,240	15,4	473	7,267	15,4
MO	966	4,935	5,1	1,025	5,382	5,3	1,028	4,969	4,8
N	332	18,634	56,1	310	19,192	61,9	456	22,636	49,6
	9,689	63,017	6,5	11,234	69,413	6,2	12,031	73,082	6,1

Napomena: ŽO - žene osnivačice; MO - muškarci osnivači; POO - pravne osobe osnivači; MO - mješoviti osnivači; N - neodređeno; BP - broj poduzetnika; BZ - broj zaposlenih; BZP - broj zaposlenih poduzetnika

Izvor: Izračun autora na temelju podataka FINA (2020)

Rast broja zaposlenih u trgovačkim društvima u vlasništvu žena u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane ukazuje na pozitivan učinak ženskog poduzetništva u smanjenju nezaposlenosti. U 2019. godini zapošljavali su 9.469 djelatnika, te je u odnosu na 2018. godinu njihov broj povećan za 6,9 %, a u odnosu na 2017. godinu za 22,8 %. U ukupnom broju zaposlenih ova trgovačka društva sudjelovala su s 13 %, a zajedno s trgovačkim društvima u kojima su žene suvlasnici

čine udio od 19,8 % u 2019. godini. Usporedbom s 2017. godinom može se uočiti povećanje udjela zaposlenih u trgovačkim društvima u vlasništvu žena za 0,8 %.

Tablica 5. Zaposleni u trgovačkim društvima u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Republici Hrvatskoj prema vlasničkom udjelu 2017. - 2019.

	2017.			2018.			2019.		
	BP	BZ	BZP	BP	BZ	BZP	BP	BZ	BZP
ŽO	2,361	7,712	3,3	2,791	8,861	3,2	2,988	9,469	3,2
MO	5,506	23,142	4,2	6,507	26,738	4,1	7,086	28,741	4,1
POO	524	8,594	16,4	601	9,240	15,4	473	7,267	15,4
MO	966	4,935	5,1	1,025	5,382	5,3	1,028	4,969	4,8
N	332	18,634	56,1	310	19,192	61,9	456	22,636	49,6
	9,689	63,017	6,5	11,234	69,413	6,2	12,031	73,082	6,1

Napomena: ŽO - žene osnivačice; MO - muškarci osnivači; POO - pravne osobe osnivači; MO - mješoviti osnivači; N - neodređeno; BP - broj poduzetnika; BZ - broj zaposlenih; BZP - broj zaposlenih poduzetnika

Izvor: Izračun autora na temelju podataka FINA (2020)

Rodna neravnoteža u Djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane i pića može se vidjeti i kroz vrijednost imovine, prihode i dobit trgovačkih društava. Vrijednost imovine trgovačkih društava u vlasništvu žena manja je u odnosu na imovinu muškaraca poduzetnika, kao i ostvareni prihodi i dobit po zaposlenom.

Tablica 6. Imovina, prihod i dobit trgovačkih društava u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Republici Hrvatskoj prema vlasničkom udjelu 2017. -2019.

	2017.			2018.			2019.		
	I (000)	PPZ (kn)	DGPZ (kn)	I (000)	PPZ (kn)	DGPZ (kn)	I (000)	PPZ (kn)	DGPZ (kn)
ŽO	2,367	229,374	1,655	2,870	248,385	6,343	3,277	246,709	-2,286
MO	11,624	304,209	8,866	12,486	313,732	9,537	13,923	317,933	4,007
POO	16,223	461,873	11,941	19,480	506,17	29,096	15,390	502,449	10,996
MO	8,005	392,447	-8,933	8,961	415,841	2,590	5,429	386,939	5,775
N	34,912	515,237	61,973	32,455	510,582	65,373	43,155	520,938	54,793
	73,135	385,863	22,713	76,252	393,353	26,632	81,175	394,622	19,737

Napomena: ŽO - žene osnivačice; MO - muškarci osnivači; POO - pravne osobe osnivači; MO - mješoviti osnivači; N - neodređeno; BP - broj poduzetnika; BZ - broj zaposlenih; BZP - broj zaposlenih poduzetnika; I - imovina u tisućama kuna; PPZ - prihod po zaposlenom;

DGPZ – dobit/gubitak po zaposlenom

Izvor: Izračun autora na temelju podataka FINA (2020)

Podaci u Tablici 6. pokazuju da je imovina trgovačkih društava u vlasništvu muškaraca višestruko veća u odnosu na imovinu trgovačkih društava u vlasništvu žena u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, što ukazuje da je poduzetnička aktivnost muškaraca značajno veća u odnosu na aktivnost žena. No, povećanje imovine žena poduzetnica za 38,4 % u 2019. godini u odnosu na 2017. godinu pokazuje značajan rast poduzetničke aktivnosti žena. Tome treba dodati i povećanje prihoda po zaposlenom koji je u 2019. godini bio veći za 7,6 % u odnosu

na 2017. godinu. No, može se, također vidjeti i ostvareni gubitak u trgovačkim društvima žena poduzetnica u 2019. godini.

Broj obrta i trgovačkih društava u potpunom ili djelomičnom vlasništvu žena u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane i pića, kao i broj zaposlenih u njima i ostvareni prihodi pokazatelji su značaja žena poduzetnica u hrvatskom turizmu u hrvatskom društvu, posebice u osnaživanju žena i poticanju njihove financijske neovisnosti. Rast njihovog broja jasan je pokazatelj da žene sve više ulaze u poslovni svijet upravo kroz poduzetničke aktivnosti u turističkom sektoru.

2.2. Izazovi i ograničenja žena poduzetnica u turizmu

Pokretanje poslovanja je uvijek izazov za ljude koji žele postati poduzetnici, posebice za žene koje se u odnosu na muškarce susreću s većim izazovima i ograničenjima. Meera (2014) turizam smatra pogodnim za žene jer priroda i očekivanja turističkog sektora pogoduju ispoljavanju inherentnih kvaliteta (poduzetničkih sposobnosti) žena. U uvjetima istih mogućnosti žene pokazuju bolje poduzetničke sposobnosti u turizmu u odnosu na muškarce. U Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. godine (Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske, 2014) istaknute su prepreke koje otežavaju razvoj poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj, a koje se svrstavaju u tri skupine: strukturne, ekonomske i "meke" prepreke.

Među strukturnim preprekama, a u kontekstu poduzetništva žena u turizmu, posebno se ističu: tradicionalni pogledi o ulozi žena u društvu, nedostatak podrške ženama za usklađivanje obiteljskih poslova i profesije, te političko-regulatorni okvir i njegova provedba u cilju jačanja rodne neravnopravnosti. Strukturne prepreke proizlaze iz kulturološkog nasljeđa (vrijednosnog sustava), pa predstavljaju vrlo složen skup prepreka koje zahtijevaju kontinuirano djelovanje u smjeru rodne senzibilizacije javnosti i dosljedno ugrađivanje rodne dimenzije u funkcioniranje društva (Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske, 2014). U Hrvatskoj se prepoznaju dva oprečna koncepta društvene uloge žene u društvu: tradicionalistički i modernistički, s naglašenom komponentnom "dvostruke opterećenosti" koja ni u socijalističkom ni u tranzicijskom razdoblju nije prevaziđena (Leinert Novosel, 1999, prema: Kamenov et al., 2009, p. 16). Tranzicijsko razdoblje bitno je utjecalo na retradicionalizaciju rodni uloga. Istraživanja na nacionalnoj razini pokazuju da je majčinstvo još uvijek najpoželjnija uloga žene u hrvatskom društvu, no žene mlađe dobi sve su sklonije odustati od majčinstva kao prioritetnog životnog cilja žene (Nikodem & Galić, 2009).

Prema GEM istraživanju (Singer et al., 2021) kulturne i društvene norme kao komponenta poduzetničke okoline najlošije su ocijenjene u Hrvatskoj, između 54 zemlje obuhvaćene istraživanjem, ali značajno zaostaje i za prosjekom Europske unije. Promjene kulturnih i društvenih normi su vrlo spore, i zahtijevaju međusobnu suradnju i aktivnost različitih aktera u procesima strukturiranja politike i strategije tih promjena, na svim razinama, pri čemu se obrazovanju treba dati ključna uloga u tim promjenama. Ekonomske prepreke razvoju ženskog poduzetništva u Hrvatskoj podrazumijevaju otežan pristup financiranju. Prema podacima OECD (2013, prema: Halabisky, 2017, str. 14) u svim zemljama Europske unije žene rjeđe od muškaraca ističu dostupnost

financiranja potrebnog za pokretanja poslovanja. Razlog tome vidi se u nižim razinama poduzetničkog iskustva, sudjelovanje u marginalnijim sektorima u kojima dominiraju žene, rodno pristrano ocjenjivanje kredita i rodni stereotipi u procesu kreditiranja. Posljedično, žene poduzetnice su u poziciji započeti poslovanja s manje financijskih sredstava u odnosu na muškarce. GEM istraživanje za 2019. godinu pokazuje da Hrvatska po kvaliteti pristupa financijskim sredstvima zaostaje za prosjekom Europske unije, ali se ova komponenta poduzetničkog okruženja stalno poboljšava (Singer et al., 2021). Niža razina dostupnosti financijskim sredstvima ženama poduzetnicama u odnosu na muškarce, ukazuje na potrebu poticanja posebnih oblika financiranja namijenjenih ženama poduzetnicama. Pri tome je, u kontekstu poduzetništva žena u turizmu potrebno strateško partnerstvo različitih vladinih programa s bankama u cilju poticanja poduzetničkih pothvata u turizmu.

U okviru tzv. “mekih” prepreka u Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. godine ističe se nedostatak savjeta i mentorstva žena koje imaju namjeru pokrenuti poslovanje, nedostatak pristupa mrežama poduzetnika odnosno poduzetnica, nedostatak treninga i programa obrazovanja, percepcija žena o nedostatku samopouzdanja i kapaciteta za preuzimanje rizika. Istraživanje OECD-a ukazalo je da muškarci u većem udjelu od žena navode da imaju “vještine, znanje i iskustvo za pokretanje posla” (Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske, 2014; Singer et al., 2021). U politikama Europske unije obrazovanje za poduzetničke kompetencije zauzima visoku poziciju, te je uključeno u cjeloživotne kompetencije. U GEM istraživanju (Singer et al., 2021) Hrvatska je u 2020. godini lošije od prosjeka Europske unije ocijenjena u doprinosu osnovnog i srednje obrazovanja stvaranju poduzetničkih kompetencija (2,6 u odnosu na 3,29) kao i kod tercijarnog obrazovanja (3,61 u odnosu na 4,61), iako je tercijarno obrazovanje ocijenjeno boljom ocjenom. Stoga su u formalnom i neformalnom obrazovanju nužne promjene u svrhu stjecanja poduzetničkih kompetencija. Posebno se ističe potreba razvijanja programa obrazovanja i osposobljavanja za žene koje imaju namjeru pokrenuti poslovanje, ali i druge programe koje bi ženama poduzetnicima omogućile rast poslovanja.

Promjene pristupa prema ženama u hrvatskom društvu koje karakterizira patrijarhalnost i netolerancija nije realno očekivati u skorom vremenu. Stoga je napore potrebno usmjeriti u obrazovanje žena, razvijanje samosvijesti, samopouzdanja te osposobljavanje za preuzimanje rizika za vođenje vlastitog posla i smanjenje rodni razlika. Turizam stvara mogućnosti za uspostavu rodne jednakosti.

2.3. Poticanje razvoja ženskog poduzetništva u turizmu

Dugotrajni postojeći jaz poduzetničkih aktivnosti žena i muškaraca u turističkom sektoru ističe nisku razinu učinkovitosti programa i mjera kojima se potiče razvoj i jača poduzetništvo žena u turizmu. Prilikom pokretanja poslovanja, žene se susreću s problemom prikupljanja odgovarajućih informacija koje su im potrebne. Pri tome je potrebno istaknuti kako u Hrvatskoj postoje različite institucije koje pružaju podršku ženama u početnoj fazi njihovog poslovanja. Na lokalnoj razini postoje različite institucije, kao što su razvojne agencije, centri za poduzetništvo, Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora, Hrvatski zavod za zapošljavanje i

dr., a na nacionalnoj razini Hrvatska banka za obnovu i razvoj, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta itd. (Vrdoljak Raguž, 2020).

Nedostupnost financijskih izvora, također je jedan od problema s kojima se žene poduzetnici susreću. U cilju poticanja razvoja ženskog poduzetništva, pa i ženskog poduzetništva u turizmu, u Hrvatskoj se provode različiti program i projekti u organizaciji Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR), Hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG), Europske banke za obnovu i razvoj (EBRD), kao i različiti bankarski krediti.

HBOR je u 2019. godine u sklopu Programa ženskog poduzetništva odobrio 43 projekta ukupnog iznosa 21,0 mil. kuna odnosno prosječnog iznosa po krediti od 488.528,35 kn, a iz Europskih strukturnih investicijskih (ESI) fondova u 2019. godini sufinancirano je 10 projekata u turizmu u vlasništvu žena (Alpeza et al., 2020).

U svrhu podrške ženama poduzetnicama, EBRD (2021) je razvila program Women in Business koji je usmjeren na mala i srednja poduzeća u vlasništvu žena, i za koje EBRD osigurava pristup financiranju putem partnerskih banaka te poslovno savjetovanje u cilju povećanja konkurentnosti. Svrha programa je omogućiti ženama poduzetnicama trening, mentorstvo, umrežavanje, on-line poslovnu dijagnostiku "Business lens", kao i drugu podršku koja bi im omogućila razmjenu iskustava i učenje. Osim ovog programa razvijen je i Blue Ribbon Program u svrhu davanja podrške ženama poduzetnicama. Programu je cilj pružiti podršku malim i srednjim poduzećima koji imaju potencijal rasta, kroz prilagođene tailor-made financijske i savjetodavne usluge u razdoblju od pet godina.

Strategijom razvoja ženskog poduzetništva 2014.-2020. (Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske, 2014.) i pripadajućim Akcijskim planom predviđeno je osnivanje poduzetničkih inkubatora za potrebe ženskog poduzetništva. U skladu s tim u 2015. godini pokrenut je Poduzetnički inkubator za poduzetnice-početnice u Splitu koji je u 2019. godini u potpunosti popunjen.

U svrhu poticanja ženskog poduzetništva djeluju i civilne udruge, poput CESI (Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje), koja u 2019. i 2020. godini provodi projekt "Jednake mogućnosti u svijetu rada i procesu zapošljavanja Žene biraju novu šansu", a čiji je cilj poboljšanje pozicije žena na tržištu rada i pomoć pri realizaciji poduzetničkih ideja (Alpeza et al., 2020). Ženski poduzetnički centar, osnovan 2015. godine djeluje u smjeru razmjene iskustava, stvaranje poslovnih kontakata, povezivanje i unaprjeđenje poduzetničke klime u Hrvatskoj i cijeloj jugoistočnoj Europi. Kroz projektnu aktivnost djeluje u smjeru iniciranja, jačanja i osnaživanja poduzetništva, posebice među ženama.

Uz navedeno Vlada Republike Hrvatske i Europska komisija podržavaju nekoliko alata, mreža i inicijativa koje pružaju mogućnosti posebno usmjerene ka ženama poduzetnicama (Alpeza, 2020). Pri tome se potiče umrežavanje i razmjena dobrih praksi, kao i inicijativa kojima se pomaže u ženama u izgradnji povjerenja u njihove sposobnosti. Među njima su internetska platforma WEgate, platforma posvećena poduzetnicima i njihovim potrebama vezanim za pokretanje, financiranje i vođenje

poslovanja, zatim, ženska poduzetnička grupa na Facebooku koja u organizaciji Entreprise Europe Network (EEN) okuplja 21 partnersku organizaciju u 14 zemalja te povezuje žene poduzetnice te im pruža konkretne usluge, kao što su poslovno partnerstvo, pristup inozemnim tržištima, pristup EU financiranju i dr.

Zaključci i preporuke

Turizam pruža različite mogućnosti za kreiranje i realizaciju poduzetničkih ideja ženama. No, iako čine većinu zaposlenih u turističkom sektoru Republike Hrvatske, žene u hrvatskom poduzetništvu sudjeluju u znatno manjem udjelu o odnosu na muškarce. Kvantitativni pokazatelji ukazuju da je tek svako četvrto poduzeće u Hrvatskoj u turističkom sektoru u vlasništvu žena. Uglavnom otvaraju mikro ili mala poduzeća, a broj zaposlenih u turističkim poduzećima u vlasništvu žena manji je u odnosu na one u vlasništvu muškaraca, posjeduju manje imovine, ostvaruju manje prihoda i dobiti po zaposlenom. U tradicionalističkom društvu u kojem okolina često djeluje destimulirajuće, žene ne dobivaju poticaj za poduzetničke aktivnosti, pa usklađivanje njihovih obiteljskih i poslovnih obveza često rezultira pokretanje i razvojem poslovanja koje će zadovoljiti njihove potrebe za povećanjem obiteljskog proračuna bez većih aspiracija za širenjem i moći. Iako je na nacionalnoj razini prepoznata potreba za poticanjem ženskog poduzetništva koji se vidi kao neiskorišten potencijal i koji može u kontekstu turizma doprinijeti povećanju konkurentnosti hrvatskog turizma, može se uočiti da su promjene u ženskom poduzetništvu u turizmu veoma spore. Uočeni problemi ženskog poduzetništva te izazovi i ograničenja s kojima se žene pri pokretanju poslovanja suočavaju vrlo su kompleksni posebice oni koji iziskuju promjene u kulturnom i društvenim stavovima povezanim za rodnu ulogu žena. Promjene su moguće uz suradnju i aktivnost različitih aktera u procesima strukturiranja politike i strategije tih promjena, na svim razinama, a posebice kroz obrazovanje i rodne senzibilizacije javnosti. Uz to glavni prioriteti su rješenje financijskih ograničenja, te stabiliziranje poslovnog, ekonomskog i političkog okruženja.

Reference

- Alpeza, M. et al. (2020). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. uključujući dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu. CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjesce-2020-HR-web.pdf>
- Asher, J. (2012). Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*. 8(4), 97-114. <https://doi.org/10.7341/2012847>
- Bastida, M. (2021). Women's entrepreneurship and self-employment, including aspects of gendered Corporate Social Responsibility. Study. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies, European Parliament. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694301/IPOL_STU\(2021\)694301_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694301/IPOL_STU(2021)694301_EN.pdf)

- Baum, T. (2013). *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*. International Labor Office, Working Paper, 1., https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_209867.pdf
- Bharathi, P.S. (2019). Woman entrepreneurship and its scope in tourism sector in Talangana. *Ictact Journal on Management Studies*, 5(1), 912-915. <https://doi.org/10.21917/ijms.2019.0125>
- Brush, C.G. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30. <https://doi.org/10.1177%2F104225879201600401>
- Državni zavod za statistiku (2011). Statistički ljetopis 2011. https://www.dzs.hr/hrv_eng/ljetopis/2011/sljh2011.pdf
- Državni zavod za statistiku (2011-2020). Broj i struktura poslovnih subjekata u prosincu 2010-2019. Priopćenje, vol. LV, br. 11.1.1/4., <https://www.dzs.hr>
- Državni zavod za statistiku (2018). Statistički ljetopis 2018. vol. 50, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2018/sljh2018.pdf
- Državni zavod za statistiku (2020). Procjena stanovništva Republike Hrvatske u 2019. Priopćenje, vol. LVII, br. 7.1.3., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/07-01-03_01_2020.htm
- Državni zavod za statistiku (2021). Broj i struktura poslovnih subjekata u prosincu 2019. Priopćenje, vol. LVI, br. 11.1.1/4., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/11-01-01_04_2019.htm
- Državni zavod za statistiku (2021a). PC-Axis baze podataka. Procjena stanovništva prema dobnim skupinama i spolu, po županijama, 30.06., <http://dzs.hr>
- Državni zavod za statistiku (2021b). Strukturno-poslovni pokazatelji poduzeća u 2019. Priopćenje, vol. LVIII, br. 15.1.2., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2021/15-01-02_01_2021.htm
- EBRD (2021). *Program za žene poduzetnice*. <https://www.ebrdwomeninbusiness.com/home.xhtml?%20country=HR&language=hr>
- European Commission (2018). Women's journey through entrepreneurship in the tourism industry. Project WomEnt. Horizon 2020, <https://cordis.europa.eu/project/id/792738>
- Eurostat (2021). Tourism statistics. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics#Tourism_expenditure:_highest_spending_by_German_residents
- FINA (2020). Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava – Razdoblje od 2011. do 2019. godine. <https://www.fina.hr/-/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje-od-2011.-do-2019>
- FINA. (2020). *Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava – Razdoblje od 2011. do 2019. godine*. FINA, Zagreb. <https://www.fina.hr/-/analiza-udjela-zena-poduzetnica-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-razdoblje-od-2011.-do-2019>
- Fuller-Love, N. (2009). Female Entrepreneurship. u: Galindo, M.A., Guzman, J., Ribeiro, D. (Eds.). *Entrepreneurship and Business, A Regional Perspective*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 291-307,

- <http://www.mim.ac.mw/books/Galindo's%20Entrepreneurship%20and%20Business.pdf#page=295>
- Halabisky, D. (2017). Policy brief on women's entrepreneurship. European Commission, Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://doi.org/10.1787/f493861e-en>
- Kamenov, Ž. & Galić, B. (2009). Rodna ravnopravnost i diskriminacija u Hrvatskoj, Istraživanje "Percepcija, iskustva i stavovi o rodnoj diskriminaciji u Republici Hrvatskoj". Ured za ravnopravnost spolova. <https://ravnopravnost.gov.hr/pristup-informacijama/strateski-i-zakonodavni-okvir-2039/strateski-i-zakonodavni-okvir-za-ravnopravnost-spolova/nacionalni-dokumenti-2063/4-istrazivanja-tekstovi-2074/2074>
- Kirkwood, J.J. (2009). Motivational Factor in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management*, 24(5), 346-364. <https://doi.org/10.1108/17542410910968805>
- McClelland, E., Swail, J., Bell, J. & Ibbotson, P. (2005). Following the pathway of female entrepreneurs: a six-country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(2), 84-107. <https://doi.org/10.1108/13552550510590527>
- Meera, S. (2014). Challenges of Women Entrepreneurs: With Specific Reference to Tourism Industry. *TMIMT, International Journal*. 1(1), 1-4. http://tmimjournal.org/papers/ChallengesofWomenEntrepreneursTourism_Meera.pdf
- Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske. (2009/2010). *Strategija razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2010.-2013*. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta.
- Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske. (2014). *Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020*. Vlada Republike Hrvatske, Zagreb.
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries?. *The European Journal of Development Research*, 22(3), 277-293. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.17>
- Nikodem, K. & Galić, B. (2009). Percepcija rodni jednakosti i šansi pri zapošljavanju u hrvatskom društvu. Pogled nezaposlenih žena. *Revija za socijalnu politiku*, 13(3), 253-270.
- Muriel, O., & Don, S. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-247. <https://doi.org/10.1108/09649420110395719>
- Panda, S. (2018). Constraints faced by women entrepreneurs in developing countries: review and ranking. *Gender in Management: An International Journal*., 33(4), 315-331. <http://doi.org/10.1108/GM-01-2017-0003>
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., & Oberman Peterka, S. (2016). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2012-2015. CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća. http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/04/GEM_brosura_2016_web.pdf
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., & Oberman Peterka, S. (2019). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2018. CEPOR – Centar za

- politiku razvoja malih i srednjih poduzeća. <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf>
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., & Oberman Peterka, S. (2021). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2019-2020. CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća. <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/WEB-GEM-2019I20.pdf>
- UNWTO. (2019). *Global Report on Women in Tourism*. Second edition. UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420384>
- Valeri, M., Katsoni, V. (2021). Female Entrepreneurship in Tourism. u: Valeri, M., Katsoni, V. (Eds.). *Gender and Tourism*. Emerald Publishing Limited, Bingley, 1-9, <http://doi.org/10.1108/978-1-80117-322-320211001>
- Vrdoljak Raguz, I. (2020). Women entrepreneurship in the Republic of Croatia. *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting*, 5(1), 143-150.
- Vuk, B. (2006). Dva pogleda na žensko poduzetništvo. U [skupina autora], *Primijenjeno poduzetništvo*. Split i Zagreb: Beretin i Cera prom d.o.o.
- Zapalska, A. M., Brozik, D. (2014). Female entrepreneurial business in tourism and hospitality industry of Poland. *Problems and Perspectives in Management*, 12(2), 7-13.
- Zirdum, G. & Cvitanović, V. (2017). Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 7(2), 205-222.
- Zubak, D. & Hanzl, Ž. (2021). *Hrvatsko gospodarstvo 2020. godine*. Hrvatska gospodarska komora. <https://hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf>

Rad je primljen: 01.12.2021. Korigovan: 26.12.2021. Prihvaćen: 28.12.2021.

Received: 1 December, 2021; Revised: 26 December, 2021; Accepted: 28 December, 2021.