

# Žene u poduzetništvu na primjeru poduzeća Jadromel d.o.o

---

**Vilke, Andrea**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:756458>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-19**



*Repository / Repozitorij:*

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



**VELEUČILIŠTE U RIJECI**

Andrea Vilke

**ŽENE U PODUZETNIŠTVU NA PRIMJERU PODUZEĆA  
JADROMEL D.O.O.**  
(završni rad)

Rijeka, 2021.



**VELEUČILIŠTE U RIJECI**  
Poslovni odjel  
Preddiplomski stručni studij Poduzetništvo

**ŽENE U PODUZETNIŠTVU NA PRIMJERU PODUZEĆA  
JADROMEL D.O.O.**  
(završni rad)

MENTOR

dr.sc. Davor Širola, prof.v.š.

STUDENTICA

Andrea Vilke

MBS: 242300083/14

Rijeka, rujan 2021.

**VELEUČILIŠTE U RIJECI  
POSLOVNI ODJEL**

Rijeka, 23.11.2020.

**ZADATAK  
za završni rad**

Pristupnici: Andrea Vilke

MBS: 242300083/14

Studentici preddiplomskog stručnog studija Poduzetništvo u Rijeci izdaje se zadatak za završni rad – tema završnog rada pod nazivom:

**ŽENE U PODUZETNIŠTVU NA PRIMJERU PODUZEĆA  
JADROMEL D.O.O.**

**Sadržaj zadatka:**

U teoretskom dijelu završnog rada obrazložiti ulogu i značaj poduzetništva, a posebno poziciju, posebnosti, prednosti i nedostatke za žene u poduzetništvu. Analizirati ciljeve, aktivnosti i ključne mjere za poticanje ženskog poduzetništva, kao i relevantne nacionalne strateške dokumente u tom području. U praktičnom dijelu rada pomoću istraživanja za stolom predstaviti i analizirati razvojni put tvrtke Jadromel d.o.o. kao primjera uspješnog ženskog poduzetništva. Komparirati najvažnije izazove i prepreke za žene u poduzetništvu istaknute u teoretskom dijelu sa situacijom u nastanku i usponu predmetne tvrtke. Analizirati i spoj privatnog i poslovnog djelovanja osnivačice i direktorice poduzeća te istaknuti glavne oslonce koje u rješavanju sličnih problema mogu primijeniti i druge žene poduzetnice.

Rad obraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta u Rijeci.

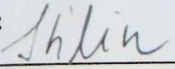
**Zadano: 23.11.2020.**

**Predati do: 15.9.2021.**

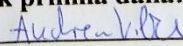
**Mentor:**

  
Dr. sc. Davor Širola, prof.v.š.

**Pročelnica odjela:**

  
Dr. sc. Anita Stilin, v. pred.

**Zadatak primila dana: 23.11.2020.**

  
Andrea Vilke

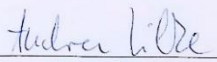
Dostavlja se:

- mentoru
- pristupnici

# IZJAVA

Izjavlujem da sam završni rad pod naslovom ŽENE U PODUZETNIŠTVU NA PRIMJERU PODUZEĆA JADROMEL D.O.O. izradila samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora dr. sc. Davora Širole, profesora visoke škole.

ANDREA VILKE

  
\_\_\_\_\_  
(potpis studenta)

## **Sažetak**

U završnom radu istražuje se posebnost ženskog poduzetništva, zastupljenost žena u poduzetničkoj aktivnosti te njihov položaj i karakteristike u odnosu na muškarce u poduzetništvu. Žene u poduzetničkom svijetu još uvijek nisu ravnopravne s muškarcima, pa su neizbježne brojne prepreke i izazovi s kojima se žene u poduzetništvu susreću. S obzirom da je u Hrvatskoj manja zastupljenost žena u poduzetništvu, nastoji se potaknuti veća poduzetnička aktivnost žena uz pomoć različitih programa i projekata. Na primjeru poduzeća Jadromel d.o.o. prikazan je uspješni poduzetnički pothvat vlasnice Jadranke Vrhovec koja je savladala brojne prepreke i stvorila vrlo profitabilno poduzeće.

**Ključne riječi:** žene u poduzetništvu, poticanje ženskog poduzetništva, JadroMel d.o.o.

## Sadržaj

1. Uvod .....	1
1.1. Problem i predmet istraživanja .....	1
1.2. Cilj i svrha istraživanja .....	1
1.3. Znanstvene metode .....	2
1.4. Struktura rada.....	2
2. Poduzetništvo i žene u poduzetništvu.....	4
2.1. Pojmovno određenje poduzetništva i poduzetnika .....	4
2.2. Karakteristike žena poduzetnica .....	6
2.3. Razvoj ženskog poduzetništva.....	7
2.4. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva .....	9
3. Poticanje poduzetničke aktivnosti žena .....	12
3.1. Poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj.....	14
3.2. Ciljevi razvoja ženskog poduzetništva.....	21
3.3. Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018. do 2023. godine .....	22
4. JadroMel d.o.o. – uspješan primjer ženskog poduzetništva .....	24
4.1. Razvoj poduzeća .....	26
4.2. Proizvodi poduzeća .....	29
5. Zaključak .....	32
Popis literature.....	34
Popis slika.....	37
Popis grafikona.....	37
Popis tablica.....	37
Popis kratica .....	37



## **1. Uvod**

Žene u poduzetništvu su još uvijek manjina, iako čine većinu svjetske populacije, a prilikom pokretanja poslovanja se susreću s različitim preprekama koje muški kolege lakše savladavaju, poput pristupa financiranju, podrške okoline i umrežavanje. Prepreke na koje žene nailaze su još uvijek tradicionalna shvaćanja uloge žena, a s time je povezana i nedovoljna podrška društva u organizaciji obiteljskog života. Žene češće rade od kuće te podnose veći teret brige o obitelji, uključujući i neplaćeni kućni rad, važan faktor koji se često zanemaruje.

### **1.1. Problem i predmet istraživanja**

Problem istraživanja koji se nastoji utvrditi u ovom radu su prepreke s kojima se suočavaju žene u poduzetništvu, razlog nedovoljne zastupljenosti žena u poduzetništvu te postoje li nejednakosti između žena i muškaraca koje bi mogle utjecati na pokretanje vlastitog poduzeća, a ukoliko postoje, na koji način se može potaknuti i razvijati žensko poduzetništvo.

Predmet istraživanja ovog završnog rada su žene u poduzetništvu, izazovi i prepreke s kojima se susreću, dostupni poticaji ženama u poduzetništvu i primjer iz uspješne poslovne prakse.

### **1.2. Cilj i svrha istraživanja**

Cilj i svrha ovog završnog rada je prikazati važnost razvoja i poticanja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj te ukazati na prepreke s kojima se žene susreću prilikom pokretanja poslovanja. S obzirom da su žene u Hrvatskoj još uvijek u lošijoj poziciji prilikom zapošljavanja te su suočene s mnogim izazovima vezanim uz uravnoteženje obiteljskih i poslovnih obveza, sve se više žena odlučuje za pokretanje vlastitog poslovanja koje bi im omogućilo više slobode

oko organiziranja vlastitog vremena, veću zaradu i ostvarilo željeno profesionalno postignuće, a što je prikazano na primjeru uspješnog poduzeća JadroMel d.o.o. u vlasništvu žene.

### **1.3. Znanstvene metode**

Tijekom pisanja ovog završnog rada korištene su induktivna metoda, deduktivna metoda i statistička metoda. Korištena je stručna i znanstvena literatura u vidu knjiga i članaka te izvori preuzeti s internetskih stranica.

### **1.4. Struktura rada**

Rad je strukturiran u pet cjelina sa pripadajućim podcjelinama. U prvoj, uvodnoj cjelini, objašnjava se problematika i predmet rada, cilj i svrha istraživanja, navode se metode korištene pri izradi rada te se pojašnjava struktura rada.

U drugom poglavlju naslova Poduzetništvo i žene u poduzetništvu, pojmovno se određuje poduzetništvo i poduzetnik, navode se karakteristike žena u poduzetništvu, pojašnjava se razvoj ženskog poduzetništva te prepreke i izazovi s kojima se žene u poduzetništvu često susreću.

U trećem poglavlju naslova Poticanje poduzetničke aktivnosti žena, prikazan je statistički pregled poduzetničke aktivnosti žena u Hrvatskoj i objašnjen je značaj poticanja poduzetničke aktivnosti žena u Hrvatskoj putem ciljeva, projekta i programa te Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018.-2023. godine.

Na primjeru uspješnog ženskog poduzetništva, u četvrtom poglavlju je prikazan razvoj inovativnog proizvoda te razvoj poduzeća JadroMel d.o.o. osnivačice i vlasnice Jadranke Vrhovec.

U zadnjoj, petoj cjelini, doneseni su zaključci dobiveni tijekom istraživanja i pisanja ovog završnog rada.

## 2. Poduzetništvo i žene u poduzetništvu

Poduzetništvo se ne može jednoznačno odrediti te 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 (Zirdum, Cvitanović, 2017., 206.).

Žensko poduzeće je gospodarski subjekt koji je u većinskom vlasništvu žene koja istovremeno kontrolira i vodi poduzeće. Žensko poduzetništvo je u mnogočemu slično onome muških kolega, ali se u nekim dijelovima bitno razlikuje. Razlika se odnosi na percepciju društva kroz tradicionalne stavove i predrasude koji ženu smještaju samo uz obitelj, odgoj djece i kućanske poslove. Na taj način često razmišljaju i oni koji donose programe za razvoj poduzetništva, pa ženama teže daju povjerenje. Mnoge žene upravo zbog navedenih problema odustaju od svoje ideje o poslovnom poduhvatu i prije samog početka. Podjela na muško i žensko poduzetništvo je posljedica tradicije, odgoja i percepcije žena (<http://www.krug.com.hr/>).

### 2.1. Pojmovno određenje poduzetništva i poduzetnika

Pojam poduzetništvo se može definirati kao proces prepoznavanja prilike, prikupljanja sredstava za njenu realizaciju, stvaranja i raspodjele novo ostvarene vrijednosti. U tom procesu, poduzetnik je osoba koja preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu (Brusić et al., 2009., 14.).

Poduzetnik je osoba koja snosi rizik te je ujedno i inovator, a profit koji ostvari je nagrada za preuzimanje nepredvidivog rizika i uloge inovatora (Škrtić i Mikić, 2011., 87.). Brojne su uloge s kojima se poduzetnici susreću te je stoga poduzetnik (Turk, 1999., 21.):

- osoba koja snosi rizik povezan s neizvjesnošću,
- osoba koja osigurava financijski kapital,
- inovator,
- osoba koja odlučuje,

- gospodarski voditelj,
- menadžer,
- organizator i uskladitelj ekonomskih izvora,
- vlasnik poduzeća,
- osoba koja zapošljava proizvodne resurse,
- osoba koja zaključuje ugovore,
- osoba koja prosuđuje,
- alokator proizvodnih izvora među različitim alternativnim upotrebama.

Poduzetnici razmišljaju drukčije od nepoduzetnika te pri donošenju odluka u neizvjesnom okruženju koriste pristup koji se prepoznaje kao poduzetnički način razmišljanja. Općenito vrijedi pravilo da je, što je jača namjera za određenim postupanjem, to je vjerojatnije njeno ostvarenje. Te namjere poduzetnika dijelom proizlaze iz tri glavna razloga zbog kojih ljudi odlučuju postati poduzetnicima i osnovati vlastita poduzeća: žele biti sami svoji šefovi, slijede svoje ideje i/ili traže novčane nagrade. Neke od ključnih komponenti koje definiraju poduzetnika su: inovativnost, prepoznavanje prilika, upravljanje rizikom, interni lokus kontrole, proaktivnost i sposobnost korištenja resursa (Širola, 2014., 35.-36.).

Preduvjet primjene poduzetničkog ponašanja u bilo kojoj okolini predstavlja posjedovanje određenih osobina i vještina, a to su: inovativnost, razumno preuzimanje rizika, samouvjerenost, uporan rad, postavljanje ciljeva i odgovornost (Širola, 2014., 37.-38.).

Poduzetničke djelatnosti usmjerene su na pronalazak novih tržišta, ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, stvaranje novih proizvoda, pronalazak novih kupaca i tehnologija, u uvjetima neizvjesnosti, krize i promjena u okolini, a cilj suvremenog poduzetništva je potaknuti inicijativu, kreativnost i inovacije pojedinaca (Škrtić i Mikić, 2011., 36.).

Uz mnoge prednosti koje pruža poduzetništvo, postoje i nedostaci, a neki od njih su: nedefinirano radno vrijeme, stres, nesigurnost dohotka, nedovoljna zarada i rizik od gubitka uloženog kapitala što ostavlja i psihološke posljedice (Škrtić, 2006., 21.-22.).

Poduzetnici su pokretačka snaga tržišno orijentiranog gospodarstva i njihovi rezultati društvu donose blagostanje, stvaraju nova radna mjesta te potrošačima omogućuju veći izbor (Škrtić, Primorac, Mikić, 2015., 14.).

## **2.2. Karakteristike žena poduzetnica**

Karakteristike muškaraca poduzetnika i žena poduzetnica vrlo su slične, međutim razlike su vidljive kod motivacije, poslovnih vještina i profesionalnog iskustva. Za razliku od muškaraca, koji su često motivirani poticajem za pokretanjem vlastitih stvari, žene u poduzetništvu, zbog frustracije prethodnim iskustvima, odnosno nemogućnosti napredovanja, motivirane su potrebom za postignućem. Izražene razlike vidljive su kod financiranja *start-up* poduzeća. Muškarci, osim osobnih sredstava, često posjeduju izvore kao što su ulagači, bankovni ili privatni zajmovi, dok se žene uglavnom oslanjaju samo na osobnu imovinu, odnosno uštedevinu. U profesionalnom smislu, iako i muškarci i žene imaju potrebno iskustvo iz područja pothvata kojim se počinju baviti, muškarci ipak češće imaju iskustva u prodaji, financijama ili tehničkim područjima, dok žene češće imaju administrativnog iskustva, ograničenog na razinu srednjeg menadžmenta (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011., 62.-65.).

Iako je mnogo odlika ženskog poduzetništva, neke tipične koje se ističu su (Turk, 1999., 28.):

- radno mjesto koje otvori žena poduzetnica je sigurnije pošto su ženska poduzeća manja i zatvaraju manje radnih mjesta,
- veća je briga za zaposlene, kvalitetu i međusobne odnose jer su to aspekti do kojih žene poduzetnice drže,
- žene više podupiru zaposlene u njihovim ambicijama,
- školovanje zaposlenih je na prvom mjestu,

- uspjeh se ne mjeri samo profitom, već i zadovoljstvom kupaca, razvijanjem sposobnosti zaposlenih i dobrim međusobnim odnosima,
- uspjeh organizacije i ideja je ispred profita i ega,
- naglašavanju timski rad i međusobno podupiranje,
- imaju više razumijevanja s aspekta naknade troškova, udjela u profitu, fleksibilnijeg radnog vremena i realizacije porodiljnog dopusta,
- pri realizaciji kredita su opreznije,
- nedostatak pristupa izvorima financiranja i tržištu kapitala,
- pretežno se bave uslužnim djelatnostima,
- socijalno su osjetljivije.

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 kojeg 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 (Zirdum, Cvitanović, 2017., 206.).

### **2.3. Razvoj ženskog poduzetništva**

Prvi značajniji susreti sa ženskim poduzetništvom vidljivi su u tranzicijskim zemljama te u zemljama srednje i Istočne Europe. Prelaskom iz netržišnog u tržišno gospodarstvo je došlo do gospodarske krize i povećanja nezaposlenosti. Sve navedeno je utjecalo na žene diljem svijeta jer su upravo one prve ostajale bez posla te su bile primorane na vlastitu inicijativu pokrenuti vlastitu poduzetničku aktivnost (Vuk, Kuvačić, Horvat, 2006., 138.-139.).

Tradicijski i povijesno gledano, ženama je bila namijenjena obiteljska uloga, dok je muškarac bio hranitelj obitelji te je zbog toga danas ženama teže u ulasku u poduzetništvo i poslovanje jer nailaze na mnoge prepreke vezane uz rodnu nejednakost, te na nedostatak potpore od strane članova obitelji i prijatelja. Žensko poduzetništvo se temelji na velikoj želji za uspjehom, postignućem i samoaktualizacijom, te na ljudskoj potrebi za preživljavanjem. Uvjet koji omogućava ženama da uspješno vode vlastito poduzeće je lakoća poslovanja, a da bi se to ostvarilo, važno je da imaju pristup financijskim sredstvima i uslugama (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011., 63.).

Pojava žena poduzetnica u posljednjih dvadesetak godina je usko povezana s demokratizacijom društva, odnosno izjednačavanjem muških i ženskih prava, a najviše od svega prava na obrazovanje. Smatra se da žene u Europi pokreću ili su pokrenule svaki četvrti novi posao, što dokazuje da se žensko poduzetništvo razvija, a to je pozitivna tendencija. (<https://poduzetnice.ba/poduzetnistvozena/>).

Poduzetništvo kao smjer u školama te kao usmjerenje na fakultetima također dobiva sve više na popularnosti. Kako bi se osigurala veća razina obrazovanja žena poduzetnica i povećala kvaliteta obrazovanja u poduzetništvu, nužno je provesti određene prilagodbe, usvojiti nove trendove i osigurati razvoj u skladu s napretkom u domeni tehnologija koje omogućuju standarde u obavljanju poduzetničkih djelatnosti. Ta se unapređenja i prilagodbe odnose na (Miošić Lisjak, Ćurlin, 2002., 16.):

- dosljednosti i prihvaćanju razlika u metodologiji i sadržaju,
- prihvaćanje i podrška ženama po pitanju tradicionalnih obaveza u obitelji i kućanstvu,
- primjena suvremenih tehnologija kako bi bile u korak s prilikama na tržištu,
- razvijanje i poduka menadžerskih vještina kod žena te jačanje pozitivnih strana osobina u žena za novi pristup poduzetništva kojeg odlikuje održivi rast i doprinos zajednici,
- podrška ženama kroz savjete i uključivanju partnera u potporu ženi poduzetnici.



Razvijene zemlje imaju najbolje uvjete koji podupiru žensko poduzetništvo, poput malih i srednjih poduzeća, te osiguravaju visoku kvalitetu upravljanja i lakoću samog poslovanja. Prva tri mjesta zauzimaju Novi Zeland, Kanada i Sjedinjene američke države. S druge strane, u zemljama s nižim dohotkom, kao što su Uganda, Bangladeš i Vijetnam, najviše je žena poduzetnica koje se za to odlučuju iz nužde, a ne zbog toga što su motivirane dobrom poslovnom prilikom. ([www.womeninadria.com](http://www.womeninadria.com)).

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 (Zirdum, Cvitanović, 2017., 207.).

#### **2.4. Prepreke i izazovi ženskog poduzetništva**

U mnogim državama diljem svijeta, pa tako i u Republici Hrvatskoj, mnogo žena je voljno započeti vlastitu poslovnu aktivnost. Međutim, nailaze na prepreke zbog kojih nerijetko odustaju. Manjak financijskih sredstava predstavlja prvu u nizu prepreka koje sprečavaju žene na pokretanje vlastitog posla. Također, nedostatak informacija, tržišta i edukacije predstavlja velike prepreke u pokretanju posla (Đirlić, Kvartuč, 2008., 4.).

Svakodnevno se susreću sa spolnim predrasudama prema kojima su one slabiji i nježniji spol. Statistički, žene su češće nezaposlene i češće se susreću s diskriminacijom na poslovnom planu. Promatrajući tržište rada u Hrvatskoj, diskriminacija žena je očita, pogotovo kada se uzme u obzir podatak da su zaposlene žene bolje obrazovane od muškaraca (<https://glasistrenovine.hr>).

Ključni problemi za ulazak žena u poduzetništvo prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.) su (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 4.-5.):

- značajna podzastupljenost u poduzetničkim aktivnostima,

- značajna podzastupljenost u zaposlenosti,
- niže plaće u obavljanju sličnih poslova (iako je Republika Hrvatska s 10% nižim plaćama bolja od prosjeka EU – 16,4% niže plaće žena),
- značajna dominacija u nezaposlenosti,
- značajna upravljačka podzastupljenost,
- značajna podzastupljenost u vlasničkoj strukturi poduzeća i obrta,
- nedostatak statističkog praćenja s obzirom na rodnost,
- značajnija ulaganja u razne aktivnosti za jačanje poduzetništva žena,
- od ukupnih potpora za vrijeme provedbe Strategije od 2010. do 2013., poduzetnice imaju udjel od samo s 19,5% u financijskoj vrijednosti odobrenih potpora,
- nepovezanost aktivnosti za jačanje poduzetništva žena,
- nepostojanje mehanizama ocjene i vrednovanja učinaka primjene pojedinih mjera na razvoj poduzetništva žena,
- nedovoljno koordinacije i suradnje među nositeljima provedbe javnih politika, programa i inicijativa kojima se doprinosi razvoju poduzetništva žena, otežava ili čak i onemogućava učinkovitost primijenjenih aktivnosti i uloženih financijskih sredstava.

Povezano s navedenim problemima, Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.) definira tri skupine prepreka ulaska žena u poduzetništvo, a to su strukturalne, ekonomske i „meke prepreke“ (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 5-6).

Strukturalne prepreke su najzahtjevnije jer su rezultat kulturoloških nasljeđa (vrijednosnih temelja), nedostatka političke volje za dosljednu primjenu političko-regulatornog okvira i infrastrukturne nedostatnosti za podršku obiteljskog života. Za njihovo otklanjanje potreban je politički konsenzus, dugoročne aktivnosti u području obrazovanja (o vrijednosnom sustavu, uključivo i odgovornost za obiteljski život), ali i promjene regulatornog okvira (omogućavanje različitih oblika zapošljavanja i obavljanja poslovnih aktivnosti) i značajne podrške za razvoj institucija za brigu o djeci i starijima (uključivo i sustavnu financijsku potporu ženama za korištenje usluga brige o djeci ukoliko se uključuju u programe obrazovanja i osposobljavanja za pokretanje poslovnog pothvata) (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 5).

Iako je bankarski sektor u Republici Hrvatskoj stabilan i razvija veliku ponudu financijskih proizvoda, nedovoljno je ili nema alternativnih oblika financiranja poduzetničkih pothvata (mikro kreditne institucije, poslovni anđeli, fondovi rizičnog kapitala i sl.). U odnosu na potrebe financiranja ženskih pothvata neophodne su posebne poticajne mjere i strateško partnerstvo različitih vladinih programa s poslovnim bankama u cilju poticanja poduzetničkih projekata žena s potencijalom rasta. Poreznom politikom se mogu poticati alternativni oblici financiranja (poslovni anđeli), a regulatornim rješenjima omogućiti nove oblike financiranja (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 5).

„Meke“ prepreke podrazumijevaju dostupnost savjeta, mentorstva i treninga za pokretanje poslovnih pothvata još uvijek je regionalno neravnomjerna, ali i nedostatno u području tehnološki intenzivnih pothvata. Potporna infrastruktura u suradnji sa sveučilištima treba se razvijati za pružanje takvih usluga, a krovne organizacije poduzetnika pomoći umrežavanju žena i učenju na dobrim uzorima (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 6).

### 3. Poticanje poduzetničke aktivnosti žena

Zbog uloge i važnosti poduzetništva u društvenom-ekonomskom razvoju oblikovani su brojni programi i projekti poticanja poduzetništva fokusirani na stvaranje pozitivne poduzetničke klime, izgradnju poduzetničke infrastrukture, izobrazbu i stručnu pomoć poduzetnicima, tehnološki razvoj, inovacije i nove proizvodne programe i poticanje poduzetništva ciljanih skupina i drugo. Nastoje omogućiti poduzetnicima povoljnije uvjete financiranja, pomoć pri uvođenju novih tehnologija i nastupa na tržištu, pomoć u poduzetničkoj edukaciji, pomoć kroz izgradnju različitih oblika infrastrukture i dr. (Buble, Buble, 2014., 118.).

Strategija Europa 2020. posebnu pozornost pridaje razvoju poduzetništva, samozapošljavanju žena, a glavni ciljevi su: postizanje pametnog, održivog i uključivog rasta ženskog poduzetništva te široko i učinkovito poticanje ekonomskog potencijala žena. Države članice su pozvane izraditi i realizirati nacionalne strategije čiji glavni cilj treba biti povećanje udjela žena na upravljačkim pozicijama u poduzeću, a među ostalima i prikupljati statističke podatke uvažavajući rodni kriterij, pripremati godišnja izvješća o stanju ženskog poduzetništva na nacionalnoj razini, štiti postojeće mreže mentorica i ambasadorica ženskog poduzetništva, te provoditi politike koje će omogućiti ženama usklađivanje poslovnog i obiteljskog života putem odgovarajućih programa skrbi za djecu i starije članove obitelji (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 2014., 5.).

U 2019. godini su u cilju poticanja razvoja ženskog poduzetništva u Hrvatskoj bili u provedbi sljedeći programi i projekti (Alpeza et. al., 2020., 25.-29.):

- Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) – program kreditiranja “Mladi, žene, početnici”. Kreditni program „Mladi, žene, početnici“ je u primjeni od 01.05.2019., a poslovnim subjektima privatnog sektora su dostupni iznosi kredita od 200.000 kn do 2.000.000 kn, namijenjeni ulaganju u osnovna sredstva i/ili obrtna sredstva do 30% ugovorenog iznosa kredita.
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije - HAMAG – BICRO: Iz Europskih strukturnih investicijskih (ESI) fondova, zaključno s 2019.

godinom sufinancirano je ukupno 912 projekata, od kojih je 358 novih projekata u 2019. godini.

- Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD): *Women in Business* je program Europske banke za obnovu i razvitak (EBRD) usmjeren na mala i srednja poduzeća koja vode žene, a za koje EBRD osigurava pristup financiranju putem partnerskih banaka te poslovno savjetovanje u cilju povećanja konkurentnosti. Program nudi treninge, mentorstvo, umrežavanje, on-line poslovnu dijagnostiku „*Business lens*“ ([www.ebrdwomeninbusiness.com](http://www.ebrdwomeninbusiness.com)) i drugu potporu kako bi se poduzetnicama omogućilo dijeljenje iskustava i učenje. Osim *Women in Business* programa, u svrhu podrške razvoja ženskog poduzetništva EBRD provodi i *Blue Ribbon Program*. Cilj ovog programa je pružanje podrške malim i srednjim poduzećima s potencijalom za značajan rast, kroz prilagođene financijske i savjetodavne usluge u razdoblju od 5 godina. Podrška je omogućena u kritičnim fazama razvoja tvrtke: pred-investicijskoj fazi (u cilju maksimiziranja postojećih kapaciteta), fazi investiranja (planiranje i financiranje rasta) i post-investicijskoj fazi. Instrumenti koje provodi EBRD financiraju se sredstvima donora, što omogućuje sufinanciranu ili besplatnu podršku malim i srednjim poduzećima.
- Poduzetnički inkubator za poduzetnice – početnice: Hrvatska gospodarska komora - Županijska komora Split 2015. godine pokrenula je Poduzetnički inkubator za poduzetnice - početnice. Poduzetnicama - početnicama, odabranim putem javnog natječaja, dana su na korištenje četiri opremljena uredska prostora u Županijskoj komori Split pod povoljnim uvjetima na vrijeme od tri godine. Uz uredske prostore, korisnice imaju na raspolaganju i logistiku Županijske komore Split, te mentorsku, savjetodavnu pomoć. U 2019. godini Inkubator bilježi punu popunjenost svojih kapaciteta.
- CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje je neprofitna udruga koja je osnovana 1997. godine kao odgovor na probleme kršenja ljudskih prava, posebice ženskih i manjinskih prava. U 2019. i 2020. godini CESI provodi projekt Jednake mogućnosti u svijetu rada i procesu zapošljavanja Žene biraju novu šansu. Cilj projekta je pridonijeti poboljšanju položaja žena na tržištu rada, u Gradu Zagrebu i Krapinsko - zagorskoj županiji. Korisnice programa su dugotrajno nezaposlene žene i žene koje trebaju pravnu pomoć u ostvarenju svojih radnih i socijalnih prava.

- *Women in Adria* - Mreža poslovnih žena: „*Women in Adria*“ pokrenuta je 2012. godine s ciljem umrežavanja i razmjene iskustava poslovnih žena. Mreža djeluje kroz web portal [www.womeninadria.com](http://www.womeninadria.com), koji bilježi 100.000 posjetitelja mjesečno, društvene mreže (*Facebook*, *Twitter* i *LinkedIn*) i organizaciju *networking* događaja i konferencija diljem Hrvatske.
- Virtualni ženski poduzetnički centar: Virtualni ženski poduzetnički centar ([www.poduzetnica.hr](http://www.poduzetnica.hr)) zamišljen je kao digitalna platforma, lansirana 2016. godine. Osnovni cilj Centra je promocija poduzetništva među ženama i unaprjeđivanje poslovne aktivnosti poduzetnica u Hrvatskoj i jugoistočnoj Europi. Centar broji više od 2.300 članica i članova na području jugoistočne Europe. Glavne aktivnosti Centra su umrežavanje i edukacije koje pomažu u razmjeni znanja i iskustava te stvaranje poslovnih kontakata.
- Aurora ([www.aurora.hr](http://www.aurora.hr)) je platforma koja pruža aktualne informacije vezane uz žensko poduzetništvo, promovira priče uspješnih poduzetnica putem blogova te organizira mjesečne sastanke za razmjenu znanja i kontakata. Aurora okuplja resurse, objedinjuje, organizira i dijeli informacije koje poduzetnice trebaju u različitim fazama razvoja svoga posla, od učenja, pokretanja posla do samog poslovanja. Cilj projekta je zajednicu koja čini potporu ženskom poduzetništvu učiniti vidljivom i dostupnom svima.

### **3.1. Poduzetnička aktivnost žena u Republici Hrvatskoj**

Jedno od najsveobuhvatnijih istraživanja mjerenja razine razvijenosti poduzetništva na svjetskoj razini je GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*. Osnovano je na *London Business School* (UK) i *Babson College* (SAD). Istraživanje je pokrenuto 1999. godine., a Hrvatska sudjeluje u GEM istraživanju od 2002. godine. U 2018. godini u GEM istraživanju sudjelovalo je 49 zemalja, koje pokrivaju 66% svjetskog stanovništva i 85,8% svjetskog bruto domaćeg proizvoda. Dugogodišnje sudjelovanje Hrvatske u GEM istraživanju omogućava uočavanje trendova i obrazaca poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj i grupama zemalja s kojima se Hrvatska uspoređuje, prvenstveno EU i zemljama čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada (Singer et al, 2019., 9; Širola, 2014., 15).

GEM, između ostalog, prati i razinu aktivnosti u pokretanju poslovnih pothvata na nacionalnoj razini koju mjeri TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) indeksom i to (Širola, 2014., 17.):

- TEA Indeks: broj poduzetnika na 100 odraslih stanovnika, starosti od 18 do 64 godine, koji su se opredijelili za poduzetničku aktivnost zbog poslovne prilike ili nužde,
- TEA Prilika: broj poduzetnika na 100 odraslih stanovnika, starosti od 18 do 64 godine, koji su se opredijelili za poduzetničku aktivnost jer su uočili poslovnu priliku,
- TEA Nužnost: broj poduzetnika na 100 odraslih stanovnika, starosti od 18 do 64 godine, koji su se opredijelili za poduzetničku aktivnost natjerani situacijom u kojoj su se našli,
- Motiviranost za poduzetništvo (motivacijski indeks): TEA Prilika/TEA Nužnost,
- TEA Žene: broj poduzetnički aktivnih žena,
- TEA Muškarci: broj poduzetnički aktivnih muškaraca,
- Indeks odrastanja: poduzetnik „početnik“ (*nascent entrepreneur*) / „odrasli“ poduzetnik – uspoređivanje broja „odraslih“ poduzetničkih pothvata (starijih od 42 mjeseca ili 3,5 godine) i *start-up* poduzetničkih pothvata (do 42 mjeseca starosti ili 3,5 godine).

Ekonomska aktivnost žena u Republici Hrvatskoj analizirana je kroz četiri područja (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 7.):

- poduzetnička aktivnost u užem smislu (tj. pokretanja novih poslovnih pothvata),
- zaposlenost, plaće i nezaposlenost žena,
- zastupljenost u upravljačkim tijelima, rodne uloge i profesije i
- vlasništvo gospodarskih subjekata i uključenosti u poticajni sustav za malo gospodarstvo.

U strukturi stanovništva Hrvatske, prema podacima Državnog zavoda za statistiku, 51,7% je žena i 48,3% muškaraca. Na tercijarnoj razini obrazovanja, dominiraju žene po broju upisanih studentica i u ukupnom broj diplomiranih studenata, kao i po broju studenata upisanih na poslijediplomske specijalističke studije i doktorske studije. Iako čine većinu, u ukupnom broju stanovništva i na tercijarnoj razini obrazovanja, zbog jakog utjecaja faktora vezanih uz organizaciju obiteljskog života, žene su podzastupljene u zaposlenosti i poduzetničkoj

aktivnosti. Udio žena poduzetnica u ukupnom broju poduzetnika je vrlo mali, oko 20% (Alpeza et al., 2019., 31).

Uključenost Republike Hrvatske u međunarodni Projekt GEM od 2002. godine omogućava dugotrajno praćenje promjena u poduzetničkoj aktivnosti žena, ali i međunarodnu usporedbu, korištenjem standardiziranog istraživačkog pristupa. TEA pokazateljem utvrđeno je postojanje značajno većeg jaza u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena u Republici Hrvatskoj u odnosu na GEM zemlje (Tablica 1).

**Tablica 1: TEA žene i muškarci u Hrvatskoj i EU 2014. – 2018.**

	2014		2015		2016		2017		2018	
	EU prosjek	HR	EU prosjek	HR	EU prosjek	HR	EU prosjek	HR	EU prosjek	HR
TEA žene	5,45	4,8	5,59	5,7	6,26	5,6	6,31	6,4	5,64	7,1
TEA muškarci	10,21	11,3	10,33	9,7	10,93	11,2	10,25	11,5	9,61	12,1
TEA muškarci /TEA žene	1,9	2,4	1,9	1,7	1,75	2	1,71	1,8	1,75	1,7

Izvor: Alpeza et al., 2019., 29.-32.

Prema rezultatima GEM-a, u 2018. godini udio muškaraca i žena u aktivnostima pokretanja poslovnog pothvata je neravnomjeran, te je zabilježena 1,7 puta veća aktivnost muškaraca u pokretanju poduzetničkog pothvata u odnosu na žene. Uspoređujući Hrvatsku s prosjekom zemalja Europske Unije koje su uključene u GEM istraživanje, vidljivo je da se Hrvatska u periodu od 2014. do 2018. godine približila EU prosjeku i smanjila jaz između poduzetnički aktivnih žena i muškaraca (Alpeza et al., 2019., 28).

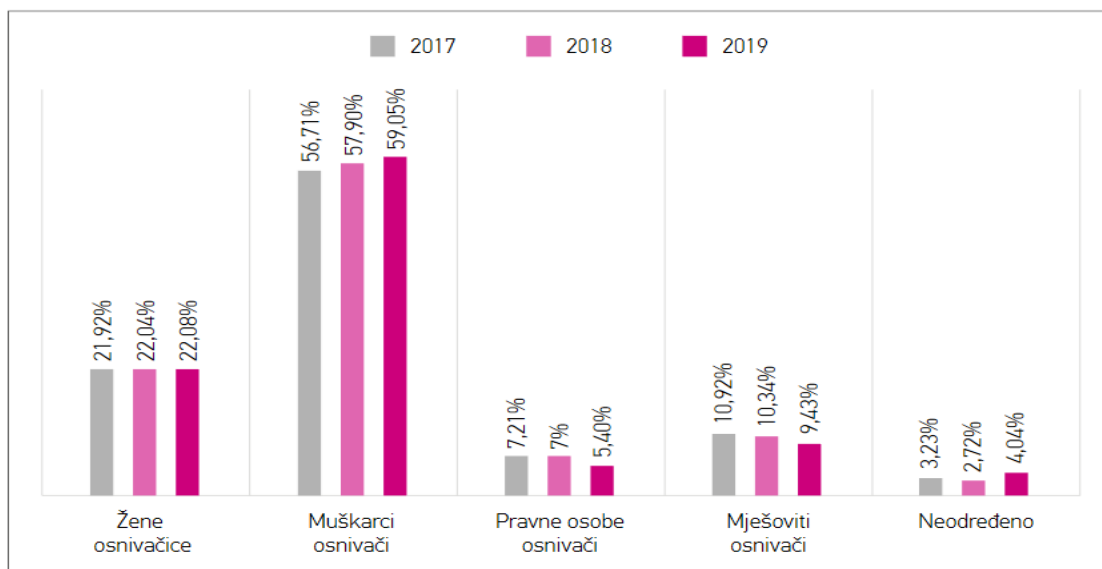
U Hrvatskoj je 2019. godine udio poduzeća sa ženskim udjelom u vlasništvu iznosio 31,7%, a samo u 27% poduzeća su žene bile na pozicijama u top menadžmentu. Nisku razinu samozapošljavanja i poduzetničke aktivnosti kod žena prate problemi niske financijske pismenosti, nedostatak poslovnih vještina i ograničen pristup financijskim izvorima kada i pokrenu svoj poslovni pothvat. Kao uzroke jaza u poduzetničkoj aktivnosti žena i muškaraca u Europskoj uniji Europska komisija navodi ograničen pristup financijskim resursima, tehnologiji, informacijama, edukaciji, slabu poslovnu umreženost, te neusklađenost poslovnog i obiteljskog aspekta života u kojem još uvijek dominira uloga žene. Stoga, Europska komisija nastoji, u svojim programima, promovirati žensko poduzetništvo kroz pružanje prilike za veću



vidljivost, prilike za umrežavanje, kako međusobno, tako i s potencijalnim investitorima. Ekonomski institut u Zagrebu proveo je analizu mikro poduzeća koje su u vlasništvu žena iz koje proizlazi zaključak da poduzeća u vlasništvu žena imaju sličan trend rasta kao poduzeća u vlasništvu muškaraca, a ono što uglavnom razlikuje ova poduzeća je pristup kapitalu. Osim toga, žene u pravilu prilikom donošenja svojih poslovnih odluka više fokusa stavljaju i na društvene, obiteljske i ostale nefinancijske faktore. Samim time, mikro poduzeća u vlasništvu žena sporije rastu i ostaju duže u kategoriji mikro poduzeća nego ona koja su u muškom ili mješovitom vlasništvu (Alpeza et al., 2020., 22.).

U Hrvatskoj se žensko poduzetništvo statistički može pratiti kroz aktivnosti trgovačkih društava i obrta u kojima jedna ili više žena posjeduje najmanje 51% udjela u vlasništvu. Prema podacima FINA-e ukupan broj trgovačkih društava je u 2019. godini iznosio 127.258. Udio trgovačkih društava čije vlasnice su isključivo žene u ukupnom broju trgovačkih društava je u 2019. godini bio 22,08% dok je udio trgovačkih društava s mješovitim vlasništvom u 2019. godini iznosio 9,43%. U razdoblju od 2017. do 2019. godine broj žena osnivačica je gotovo nepromijenjen (2017. godine 21,92%, 2018. godine 22,04% i 2019. godine 22,08%) (Grafikon 1). U vlasničkoj strukturi obrta žene u 2019. godini sudjeluju sa 34,2% (Alpeza et al., 2020., 23.).

**Grafikon 1: Udio žena poduzetnica u ukupnom broju poduzeća 2017.-2019.**



Izvor: Alpeza et al., 2020., 23.

Bjelovarsko-bilogorska županija je u 2019. godini imala najveći udio žena osnivačica trgovačkih društava (24,9%), na drugom mjestu se nalazila Sisačko-moslavačka županija (24,5%) te na trećem mjestu Zagrebačka županija (23,1%) i grad Zagreb (23,1%). Kada su u pitanju obrti, u 2019. godini najveći udio žena u aktivnim obrtima je imao Grad Zagreb (38,9%), a slijede ga Šibensko-kninska županija (36,6%) i Primorsko-goranska županija (34,9%). Najniži udio žena vlasnica trgovačkih društava bilježe Požeško-slavonska županija (20,0%), Šibensko-kninska županija (19,0%) i Virovitičko-podravska županija (18,9%). Kod vlasnica obrta, najmanji udio je u Požeško-slavonskoj županiji (29,2%), Krapinsko-zagorskoj županiji (29,3%) i Međimurskoj županiji (30,0%) (Alpeza et al., 2020., 23.).

Promatrano prema djelatnostima, poduzeća u većinskom vlasništvu žena u Hrvatskoj u 2019. godini prevladavaju u području djelatnosti – ostale uslužne djelatnosti s 58,4%. Uz ostale uslužne djelatnosti, žene su najzastupljenije (41,1%) u poslovnim pothvatima u području obrazovanja. Prema podacima FINA-e, gledano u apsolutnim vrijednostima, najveći broj žena poduzetnica je u području stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti, njih 6.271 (Alpeza et al., 2020., 24.).

**Tablica 2: TEA indeksi žena i muškaraca u Hrvatskoj 2017.-2019.**

	2017.		2018.		2019.	
	Prosjek EU zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek EU zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska	Prosjek EU zemalja uključenih u istraživanje	Hrvatska
TEA Žene	6,3	<b>6,4</b>	5,6	<b>7,1</b>	7,5	<b>7,96</b>
TEA Muškarci	10,3	<b>11,5</b>	9,6	<b>12,1</b>	11,6	<b>13,01</b>
TEA Muškarci / TEA Žene	1,7	<b>1,8</b>	1,8	<b>1,7</b>	1,6	<b>1,63</b>

Izvor: Alpeza et al., 2020., 24.

GEM istraživanje omogućava analizu razlike u aktivnosti pokretanja poslovnog pothvata između žena i muškaraca (Tablica 2). Istraživanje pokazuje blagu tendenciju smanjivanja razlike u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena, no još uvijek više muškaraca pokreće svoj poslovni pothvat nego što to čine žene. Aktivnost muškaraca je 1,63 puta veća u odnosu na aktivnost žena, što je na istoj razini kao i u zemljama Europske unije uključenima u GEM istraživanje (Alpeza et al., 2020., 24.).

Osim prikazanih razlika u pokretanju poslovnog pothvata, glavne razlike između žena i muškaraca se pronalaze u osjećaju osposobljenosti za pokretanje poslovnog pothvata, strahu od promašaja i kapacitetu umrežavanja (Alpeza et al., 2020., 24.).

**Tablica 3: TEA indeks po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi u Hrvatskoj**

		<b>18-24</b>	<b>25-34</b>	<b>35-44</b>	<b>45-54</b>	<b>55-64</b>
<b>Muškarci</b>	<b>2016.</b>	11,7	16,9	13,5	9,5	4,5
<b>Žene</b>	<b>2016.</b>	5,4	8,7	9,5	3,6	1,4
<b>Muškarci</b>	<b>2017.</b>	14,9	17,9	12,9	7,9	5
<b>Žene</b>	<b>2017.</b>	6,4	7,5	10	6,3	1,9
<b>Muškarci</b>	<b>2018.</b>	14,8	23	15,6	6	2,1
<b>Žene</b>	<b>2018.</b>	8,5	14,7	7,2	3,9	2,5

Izvor: Singer et al., 2019., 48.

Uspoređujući poduzetnički aktivne žene i muškarce, poduzetnički su najaktivniji muškarci u dobnoj skupini 25-34, a žene u dobnoj skupini 35-44 (osim u 2018. godini, kada je najviše poduzetnički aktivnih žena u dobnoj skupini 25-34). Najveća razlika u poduzetničkoj aktivnosti po kriteriju rodnosti je u dobi 25-34, što proizlazi iz majčinstva, ali i raspoloživosti uvjeta koji omogućavaju ravnopravnije uloge u organizaciji obiteljskog života kao npr. jaslice, vrtići, obroci u školama i na radnom mjestu, intenzivnije korištenje porodiljnog dopusta očeva, kulturološki stav prema ulozi žena u obitelji itd. (Singer et al., 2019., 48.).

**Tablica 4: Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti, mjerena TEA indeksom**

Godina	TEA muškarci %	TEA žene %	TEA muškarci/TEA žene		
			Hrvatska	EU	Najuravnoteženiji
2016.	11,2	5,6	2	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

Izvor: Singer et al., 2019., 46.

Rodna (ne)uravnoteženost poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj zadržava se godinama na razini od 1,7 – 2 puta više muškaraca od žena, što je na razini prosjeka EU zemalja (Tablica 4). Veća uravnoteženost obično je prisutnija u zemljama koje imaju visoku nezaposlenost (npr. Bugarska u promatranom razdoblju, Španjolska u 2014. i 2018.), ali je vrlo često prisutna i u visoko razvijenim zemljama (npr. u Nizozemskoj, Kanadi, SAD) (Singer et al., 2019., 46.).

Razlika u poduzetničkoj aktivnosti ne proizlazi iz razlika u motivaciji ili iz razlika u uočavanju prilika, nego je rezultat kombinacije majčinstva, organizacije obiteljskog života (briga o djeci i briga o starijim članovima obitelji uglavnom na ženi) i kulturološkog konteksta (Singer et al., 2019., 46.).

Statistički nema razlike između 61% muškaraca i 50% žena koje vide poslovnu priliku u narednih šest mjeseci u sredini u kojoj žive, niti postoji razlika između motivacijskog indeksa 1,95 za muškarce i 1,85 za žene. Od svih muškaraca koji imaju poslovni pothvat ne stariji od 42 mjeseca (TEA aktivni) 63,3% je onih koji su to učinili zbog uočene prilike, a od svih TEA aktivnih žena 59,6% je to učinilo iz istog razloga. Zbog nužde je poslovni pothvat pokrenulo 32,4% TEA aktivnih muškaraca i 32,2% TEA aktivnih žena (Singer et al., 2019., 46.).

Ovi pokazatelji izuzetno su važni za institucije odgovorne za stvaranje uvjeta u kojima žene mogu ostvarivati svoje poduzetničke aktivnosti ravnopravno s muškarcima. To znači da moraju postojati npr. servisi kojima se dio obaveza žena u obitelji smanjuje (briga o djeci, briga o starijim članovima obitelji, vrtići, boravak u školi i domovi za starije osobe), ali i značajnije korištenje prava na porodiljni dopust za muškarce (Singer et al., 2019., 46.).

### 3.2. Ciljevi razvoja ženskog poduzetništva

U cilju povećanja poduzetničke aktivnosti žena u Republici Hrvatskoj, razvijena je Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014.-2020. te su definirana četiri strateška cilja (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 6.):

- Strateški cilj 1: Poboljšavanje usklađenosti i umreženosti javnih politika

Ciljevi javne politike govore o tome da žele ukloniti diskriminaciju žena i uspostaviti stvarnu ravnopravnost spolova. Nastoje uključiti žene u poduzetničke aktivnosti, rast udjela poduzeća u vlasništvu žena te njihov razvoj, kao i regulatorni okvir koji uvažava potrebe malih i srednjih poduzeća i obrta. Ovaj strateški cilj prati promjene u zapošljavanju, te želi ostvariti nove vrijednosti i rast poduzetničkog kapaciteta.

- Strateški cilj 2 : Poboljšanje sustavne podrške poduzetništva žena

Tradicionalna shvaćanja o ulozi žena, nedovoljna podrška društva u organizaciji obiteljskog života, otežani pristup znanjima i vještina isto tako i otežano financiranje su još uvijek glavne prepreke i povezana obilježja ženskog poduzetništva. Poduzetnice koju su se uključile u poslovni pothvat ističu da im je potrebno jače umrežavanje žena na svim mogućim razinama i potrebe za razmjenu informacija i znanja. Treba im osigurati dostupnost online mentorstva, savjetodavnu i edukativnu 21 podršku i kreirati platformu za poslovno umrežavanje kako bi okupili nacionalne ambasadorice i online mentorice. Cilj im je pojačavanje njihove ponude, podrške na nacionalnoj tako i na regionalnoj razini i promovirati razmjenu najbolje prakse.

- Strateški cilj 3: Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu

Utjecaj različitih čimbenika poput stupanj i vrsta obrazovanja, specifična znanja i vještine, sustav vrijednosti i stereotipi o ženama poduzetnicama u društvu općenito i drugo uvelike utječu na odluku o započinjanju poduzetničke aktivnosti žena i uspješan razvoj ženskog poduzetništva. U cilju osiguravanja što kvalitetnije podrške rješavanju složenih okolnosti u kojima se razvija žensko poduzetništvo, potrebno je kreirati nove modele kojima bi se dodatno motivirale i mobilizirale aktivne žene poduzetnice za pružanje usluga savjetovanja i/ili

mentorstva poduzetnicama početnicama, ali i za razmjenu znanja i iskustava među već aktivnim ženama poduzetnicama. U samoj provedbi Strategije posebna se pažnja treba usredotočiti na pružanju stručne pomoći u djelatnostima novih tehnologija i inovacija, odnosno poticati institucionalnu infrastrukturu na jačanje financijskih i administrativnih kapaciteta za pružanje ove vrste usluga. Institucionalna infrastruktura djeluje na cijelom teritoriju Republike Hrvatske te im je u cilju potaknuti žene na ruralnim područjima, isto tako i na otočnim i krškim područjima.

- **Strateški cilj 4: Promocija poduzetništva žena**

Ovom strategijom se nastoji naglasiti veza između akademske zajednice i malog i srednjeg poduzetništva na regionalnoj razini i jačanje programa osposobljavanja i obrazovanja za poduzetništvo. Akademska zajednica treba bi se uključiti u istraživanja poduzetničkih pothvata žena, opisati im primjere uspjeha i neuspjeha, a korištenje analize slučaja takvih istraživanja potrebno je uključiti u materijale za obrazovanje i osposobljavanje kojima se koriste poduzetničke potporne institucije.

### **3.3. Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018. do 2023. godine**

Jedno od temeljnih ljudskih prava je ravnopravnost spolova te pravo na rad. Budući je Hrvatska punopravna članica Europske unije, a Europska unija je donijela određene propise, politike i strategije vezane za postizanje ravnopravnost između spolova, mora doraditi svoje dosadašnje propise te se uskladiti sa Europskom unijom. Postizanje ravnopravnosti spolova ključno je za ispunjavanje misije Vijeća Europe koja uključuje zaštitu ljudskih prava, očuvanje demokracije i vladavine prava. Ravnopravnost spolova podrazumijeva jednaka prava žena i muškaraca, djevojčica i dječaka, kao i jednaku vidljivost, osnaživanje, odgovornost i sudjelovanje u svim područjima javnog i privatnog života. Također podrazumijeva ravnopravan pristup resursima i njihovu ravnopravnu raspodjelu između žena i muškaraca (Vijeće Europe, 2018., 5).

Vijeće Europe 2012. je pokrenulo Transverzalni program na području ravnopravnosti spolova čiji je cilj povećanje utjecaja i vidljivosti instrumenata ravnopravnosti spolova te

podrška njihovoj provedbi u državama članica-ma, kao i unutar same organizacije. Kao rezultat programa nastala je prva Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe 2014.-2017., koja se temelji na prednostima, posebnostima i dodanoj vrijednosti Vijeća Europe te na utvrđenoj viziji i okviru uloge i djelovanja Vijeća Europe u području ravnopravnosti spolova (Vijeće Europe, 2018., 8.)

Strategijom za ravnopravnost spolova od 2014. do 2017. postavljeno je pet prioriternih ciljeva (Vijeće Europe, 2018., 9.):

- borba protiv rodni stereotipa i seksizma,
- sprečavanje i borba protiv nasilja nad ženama,
- zajamčen ravnopravan pristup žena pravosudnim tijelima,
- postizanje ravnoteže u zastupljenosti žena i muškaraca pri donošenju odluka u političkom i javnom sektoru,
- uvođenje načela ravnopravnosti spolova u cjelokupnu politiku i mjere.

Nova Strategija nadovezuje se na postignuća prve Strategije, i povezuje se s trenutnim ekonomskim kontekstom i političkim utjecajem unutar Vijeća Europe, uključujući glavne prioritete organizacije. Novom se Strategijom definiraju ciljevi i prioriteti Vijeća Europe u području ravnopravnosti spolova za razdoblje od 2018. do 2023., prepoznajući metode rada i glavne partnere, kao i mjere potrebne za povećanje vidljivosti rezultata. Žene su ograničene u političkim procesima i u odlučivanju, a prisutna je i nejednaka raspodjela moći, seksizam, diskriminacija i dr. Ciljevi strategije usmjereni su na neovisnost i osnaživanje žena kako bi im se povećao pristup ekonomskim resursima i prilikama da se uključe u određeni posao. Također nova strategija se dotiče ravnopravnosti žena i muškaraca u pogledu dostojanstva i prava u javnom, privatnom i obiteljskom životu (Vijeće Europe, 2018., 10. -12.).

#### 4. JadroMel d.o.o. – uspješan primjer ženskog poduzetništva

Poduzeće JadroMel d.o.o. sa sjedištem u Križevcima je u sto postotnom vlasništvu Jadranke Vrhovec čija je i osnivačica. Proizvodi vrhunske dodatke prehrani iz linije proizvoda Jadrankina otopina i Jadrankina formula te jamči kvalitetu i sigurnost svojih proizvoda, a dokaz tome je i činjenica da su nositelji HACCP certifikata u proizvodnji dodataka prehrani (<https://jadrankinaotopina.com/>).

Brendovi Jadrankina otopina i Jadrankina formula trenutno su na samom vrhu ljestvice najbrže rastućih brendova suplemenata u regiji za kojima dnevno samo u Hrvatskoj poseže na desetke tisuća žena svih generacija, a mnogi korisnici tvrde sa su im u potpunosti promijenili život (<https://www.24sata.hr>).

Slika 1: Jadranka Vrhovec sa svojim proizvodima



Izvor: <https://jadrankinaotopina.com/>

Centar poduzetnica koji po aktivnostima i 2300 članova čine vlasnici obrta i tvrtki, najbrojnija je nevladina i nepolitička asocijacija, ne samo Hrvatske već i jugoistočne Europe,



nagrađuje za predani rad i inovativni tržišni angažman najpoduzetnicu i najpoduzetnika Hrvatske. Prema prosudbi Ocjenjivačkog suda na čelu kojega je bila Zrinka Peharec, predsjednica Centra poduzetnica te su titule u ovoj godinu pripale Jadranki Vrhovec (<https://www.glaspodravine.hr/>).

Riječima Jadranke Vrhovec: „Ova je nagrada za mene do sada najznačajnije priznanje mojeg poduzetničkog uspjeha. I ne bilo kakvog, već ženskog. Ja sam žena koja je u osobnom zdravstvenom izazovu i borbi s bolešću štitnjače pronašla inspiraciju i povod ulaska u poduzetničke vode i pokretanje proizvodnje hrvatskih suplemenata. Uz to, ja sam i samohrana majka. Ja po prvi puta sada primam nagradu iz ruku svojih kolegica poduzetnica, od kojih su mnoge prošle trnovit put sličan mome, da bi danas stajale na čelu svoje tvrtke ili proizvodnje i upravo ta činjenica ovu nagradu za mene čini najposebnijom“ (<https://www.glaspodravine.hr/>).

Uspješna poduzetnica je također primila posebnu nagradu *Healthy Awards* koju joj je u Beogradu dodijelio regionalni žiri sačinjen od relevantnih stručnjaka, farmaceuta, liječnika i kozmetologa koji su i sami prisustvovali svečanoj dodjeli nagrade u Beogradu. Proizvodi se u svojoj kvaliteti i uspješnosti ističu među brojnim jakim svjetskim i europskim brendovima na regionalnom tržištu, te su ocijenjeni kao važni čimbenici u aktivaciji imuniteta i održavanju zdravlja (<https://www.24sata.hr>).

## **Slika 2: Jadranka Vrhovec sa nagradom *Healthy Awards***



Izvor: [www.24sata.hr](https://www.24sata.hr)

## 4.1. Razvoj poduzeća

Proizvod s kojim je vlasnica započela s poslovanjem je Jadrankina otopina. Radi se o biljnom koncentratu koji je bogat jodom i kalijevim jodidom. Osmislila ga je i patentirala Jadranka Vrhovec, nakon što se suočila s bolešću štitnjače koju je odlučila liječiti na prirodan način. Nakon što je zahvaljujući jodu ozdravila, s timom stručnjaka je stvorila vlastitu otopinu koja djeluje kao prirodni nadomjestak joda u organizmu te koji je jedinstven na europskom i svjetskom tržištu (<https://jadrankinaotopina.com/>).

„Sve je zapravo krenulo od moje borbe s *Hashimoto* sindromom i naizgled bezizlaznom zdravstvenom situacijom. Grčevito sam tražila način da izbjegnem opake lijekove koje su mi liječnici prepisali za liječenje štitnjače. Sama sam krenula u istraživački pothvat, danonoćno sam 'gutala' sve informacije i tekstove koje sam našla na internetu, prevodila sama stručnu literaturu da bih konačno uz pomoć jedne prijateljice farmaceutkinje prije četiri godine uspjela napraviti prvu, tada tek testnu otopinu joda. Otopinu sam prvo šest mjeseci testirala na sebi i u to vrijeme nisam imala predstavu da ću je jednoga dana proizvoditi. Tako je moja bolest donijela i potpuni preokret u moj život, a s mojim izlječenjem uz uzimanje Biljnog koncentrata bogatog jodom, započela je i moja posvećenost proizvodnji suplementacije pod brendom Jadrankina otopina“, ističe Jadranka Vrhovec (<https://www.24sata.hr/>).

Tijekom razvoja ideje o novom proizvodu, shvatila je da suvremeni čovjek teško može na prirodan način unijeti u organizam dovoljnu količinu joda, ponajprije zbog osiromašene zemlje, a i ljudski organizam, koji je zasićen toksinima i teškim metalima, ne može apsorbirati ni onu malu količinu joda koja mu je dostupna kroz prehranu. Iako se jod dodaje određenim vrstama soli, s dugotrajnim stajanjem taj mineral ispari i nestane te je potreban dodatni unos joda. Dodatni problem na koji je naišla je kvaliteta algi koje su poznate kao izvor joda, a koje su zbog onečišćenja često zasićene metalima, toksinima, bakterijama i kvascima. (<https://alternativa-webshop.com>).

Alge koje se koriste za pripremu Jadrankine otopine uzgajaju se u umjetnim bazenima u posebno kontroliranim uvjetima, stoga je njihova čistoća besprijekorna, a otopina se dobiva kombinacijom nekoliko vrsta crvenih i smeđih algi koje su bogate jodom. Te su alge zatim posebnim postupkom pretvorene u nano čestice kako bi jod, nakon konzumacije otopine, mogao ući u svaku stanicu, odnosno kako bi iskoristivost tog minerala u organizmu bila maksimalna (<https://alternativa-webshop.com>).

Riječima Jadranke Vrhovec: „Naziv tvrtke JadroMel nastao je od mojeg imena Jadranka i kćerinog imena Melani. Adresa poduzeća je Ulica Ljudevita Gaja Križevci. Napravili smo brand otopinu i plasiramo ju u nekoliko država. Ugovori su potpisani za Srbiju, Kosovo, Sloveniju i Makedoniju, a do kraja godine potpisat ćemo ugovore s barem još dvije države. Cijene otopine su bile od 110-125 kuna, ovisno o pakiranju, a obzirom na novu situaciju, odnosno riječ je o jodu koji je iz algi, bit će skuplji za 15-20 kuna. Imamo i internetsku prodaju putem *web shop-a*, a fokus mi je na proizvodnji i prodaji kroz veleprodaju. Gledam da otopina bude u dućanima u cijeloj Hrvatskoj. Otopina je napravila veliki “boom” kod ljudi, skidanja s tableta kod raznih spektra bolesti, od neplodnosti, bolesti štitnjače, visokog tlaka, djeca koja su hiperaktivna, zatim u autizmu – jednostavno mozak proradi i bude im bolje. (<https://prigorski.hr>).

Riječima Jadranke Vrhovec: “Kad dijete progovori nakon neke teške dijagnoze i počne funkcionirati, onda je to velika stvar. Imam u arhivi preko 12 tisuća priča koje su potkrijepljene prije i nakon korištenja otopine. Ne reklamiram se nigdje i nećete vidjeti moju reklamu. Ljudi su ti koji preporučuju drugima, a to je najveća reklama. U četiri mjeseca na tržištu obišla sam gotovo cijeli Balkan, a cilj je da svakome bude otopina dostupna. Pravo svake osobe je da ima izbor i da bira svoje zdravlje“ (<https://prigorski.hr>).

**Slika 3: Patentirana Jadrankina otopina Jadromel**



Izvor: <https://jadrankinaotopina.com/>

Jadranka Vrhovec je osmislila inovativni biljni pripravak na bazi joda i kalijevog jodida koji je jedinstven na hrvatskom i europskom tržištu, a testirala ga je na sebi, nakon problema sa štitnjačom (<https://jadrankinaotopina.com/>).

JadroMel d.o.o. je 2020. ostvario ukupni godišnji prihod u iznosu od 6.442.016,00 kn što predstavlja relativnu promjenu ukupnih prihoda od 2.743.527,00 kn u odnosu na prethodno razdoblje kada je poslovni subjekt ostvario ukupne godišnje prihode u iznosu od 3.698.489,00 kn. Poslovni subjekt je tijekom posljednje dvije godine poslovao s dobiti. JadroMel d.o.o. je u 2020. ostvario neto rezultat poslovanja u iznosu od 2.274.013,00 kn dok je ostvarena neto marža iznosila 35,30%. Tijekom 2020. poduzeće je povećavalo broj zaposlenih imalo je 3 zaposlenika (<https://www.poslovna.hr>).

Slika 4: Jadranka Vrhovec mama poduzetnica

**JADRANKA VRHOVEC U Svega četiri godine poslovanja postala jedna od najznačajnijih domaćih proizvođača suplemenata**

**Jadranka Vrhovec (38)**, uspješna poduzetnica iz Križevaca, majka je dvije kćeri, četrnaestogodišnje Melani i dvomjesečne Meline Marije čije je nedavno krštenje u rodnom Križevcima proslavila u krugu svoje obitelji, prijatelja i djelatnika tvrtke JadroMel.

## KRIŽEVČANKA MAMA-PODUZETNICA

Ova karizmatična i vedra Ptigorka u samo je četiri godine pokorila hrvatsko tržište dodataka prehrani, ali nije se zadžalala na tome, već je smjelo krenula u osvajanje regionalnog tržišta. Tako danas njeguje suplemente iz linije proizvođača Jadrankina otopina i Jadrankina formula možete pronaći u ljekarnama i shopovima zdrave hrane širom Srbije, Bosne i Hercegovine, Slovenije, Makedonije, a odnedavno i Velike Britanije. U četiri godine koliko je prisutna u prodajnoj dodataka prehrani, Jadranka Vrhovec sa svojim je farmaceutskim timom plasirala čak sedamdeset proizvoda, dodatka prehrani i nekoliko komercijalnih proizvoda, a ove je godine proglašena i najuspješnijom poduzetnicom u Hrvatskoj 2021. Mnogi Jadrankini sugrađani i sugrađanke će potvrditi da Križevac već nazivaju i prepoznaju kao „Grad Jadrankine otopine“, što i ne čudi, jer svakoga dana iz križevačke Galene ulice gdje je smještena proizvodnja i tvrtka JadroMel doo, pune kutije Jadrankinih suplemenata kreću na put širom Europe i svijeta.

Jadranka Vrhovec u punom je smislu riječi uspješna mama-poduzetnica, jer s dotadskom na svijet svoje dvije kćeri, ni dana nije izbavila sa svojeg radnog mjesta. „Svoju sam trudnoću s malom Melinom proveo na nogama, u laboratoriju, na poslovnim sastancima i u sjajnoj formi. Tijekom cjelokupne trudnoće, svakodnevno sam koristila vlastite suplemente. **Biljni koncentrat bogat jodom – Jadrankinu otopinu, Selen, Cink i Bakar, naš Bio šipak prah kao izvor C vitamina i druge dodatke prehrani** koje valja svakodnevno pridodati zdravoj kuhinji“, tumara ponozna Jadranka, koja je mnogim ženama uzor jake žene u biznisu, koja nije odustala od majčinskog poziva. „Moram se pohvaliti i da sam u visokoj trudnoći, na tržište sam izbacila i dva nova proizvoda – **Biotabel Komplex** koji je namijenjen očišćenju jetre i detoksu organizma, te također i D3 vitamin koji je ključna podrška zdravlju kostiju i aktivaciji imuniteta.“

Za Jadranku Vrhovec mnogi su čuli zbog njezine osobne priče i borbe s teškom dijagnozom Hashimoto sindroma, koja je za Jadranku bila okidač promjene životnog i poslovnog puta.

Prije dvije godine, uz križevačku tvrtku, Jadranka je u Srbiji je osnovala i sestrinsku tvrtku, JadroMel Export Beograd, a tijekom sljedeće dvije godine planira i istakni na nova tržišta.

„Moja mala Melina je predvremno dijete, veselo, neuzadrživo, a s nepuna 3 mjeseca starosti, već je uz mene ušla u poslovnu akciju. Jer nema dana da je nisam na svojem radnom mjestu. Da, majčinstvo traži mnoga odricanja i lako sam svoju stariju kćer Melanu odga-

jala kao samohrana majka, nakon pokretanja vlastitog posla, vođenja uspješne tvrtke JadroMel u Križevcima, a paralelno i nove tvrtke u Srbiji, na svijet sam donijela svoju malu princezu Melinu. Sada svaki moj radni dan počinje s Melinom u naručju, a kad završim s dnevnim obavezama, uz tatu koji je jako posvećen kćerkici, njena sestra Melani preuzima čuvanje bebe.“

Jadranka je uvjerenja da svoju snagu i energiju za svakodnevno balansiranje između majčinstva i sjajne karijere crpi iz brige o vlastitom zdravlju uz unos suplemenata koje sama proizvodi.

„Zdravlje našeg organizma i naš imunološki sustav u mnogočemu ovisi o unosu esencijalnih elemenata i minerala u naš organizam, a s obzirom da smo u svakodnevnom životu stalno izloženi toksinima, bez redovitog unosa suplemenata, nema niti istinskog zdravlja. Zato danas proizvodim suplemente koje i sama uzimam, a tako i cijela moja obitelj. Mene je bolest štitnjače naučila bestojek i berznoj životnoj i poslovnoj borbi, a u konačnici me učinila poduzetnicom i pobjeditricom. To iskustvo mi i danas mi daje najveću snagu i motivaciju da ostojem na putu da formam, ali i njihovim obiteljima ponudim kvalitetne, organske dodatke prehrani kao podršku održavanja jakog imuniteta, ali i podršku u borbi s najrazličitijim oboljelima“ zaključuje Jadranka.

Izvor: <https://jadrankinaotopina.com/>

Jadranka Vrhovec u samo četiri godine pokorila hrvatsko tržište dodataka prehrani i krenula je osvajanje regionalnog tržišta. Njene suplemente moguće je pronaći u ljekarnama i web shop-ovima zdrave hrane diljem Srbije, Bosne i Hercegovine, Slovenije, Makedonije i Velike Britanije (<https://jadrankinaotopina.com/>).

## 4.2. Proizvodi poduzeća

Prema riječima Jadranke Vrhovec: „Brend koji je trenutno u osvajanju europskog tržišta ujedno je moj prvi, a ujedno i najtraženiji proizvod – Biljni koncentrat bogat jodom - Jadrankina otopina, a u nekoliko proteklih godina, uspjela sam sa svojim malim timom iznjedrili i na regionalno tržište plasirati čak 16 proizvoda. Trenutno su među našim najtraženijim suplementima i proizvod Osteobel, specifična formula za kosti, za kojom masovno posežu žene s 40 plus godina kako bi suzbile pojavu osteoporoze, a tu je i Ferrobel,

dodatak prehrani koji je idealan za sve koji imaju problema s nedostatkom željeza u organizmu“.

**Tablica 5 : Proizvodi poduzeća JadroMel d.o.o.**

1. BILJNI KONCENTRAT BOGAT JODOM - JADRANKINA OTOPINA	2. MAGNEZIJEV KLOORID HEXAHIDRAT u spreju	3. JODIRANI MAGNEZIJEV KLOORID – KIDS u spreju
4. MAGNEZIJEV KLOORID HEXAHIDRAT u prahu	5. BIO ŠIPAK u prahu	6. BEAUTY SLEEP u kapsulama
7. SELEN u kapsulama	8. SLIM FAKTOR u kapsulama	9. FERROBEL u kapsulama
10. OSTEObEL u kapsulama	11. CINK + BAKAR u kapsulama	12. BIO ARONIJA prah
13. D - MANOZA u kapsulama	14. BETA 1, 3/1, 6 D – GLUKAN u kapsulama	15. BEAUTY SLEEP HYALURON NIGHT CREAM SERUM

Izvor: <https://jadrankinaotopina.com/>

Dodaci prehrani koje u Križevcima proizvodi tvrtka JadroMel d.o.o. u svega nekoliko godine postojanja, postali su sinonim za zdrav život, a svi proizvodi koje je Jadranka Vrhovec objedinila pod kapom Jadrankine otopine i Jadrankine formule, nastaju u Hrvatskoj i to isključivo iz prirodnih sastojaka, ne sadrže GMO, veganski su, nisu testirani na životinjama i cjenovno su prihvatljivi najširoj skupini konzumenata (<https://www.24sata.hr>).

Jadranka Vrhovec: „Ključ borbe protiv svih virusa i infekcija je snažan imunitet koji postižemo svakodnevnim uzimanjem organskih minerala i vitamina!“ (<https://www.24sata.hr>).

**Slika 5: Detobel Complex - noviji proizvod poduzeća JadroMel d.o.o**



Izvor: <https://jadranaotopina.com/>

## 5. Zaključak

Pod pojmom žensko poduzetništvo podrazumijeva se poduzetnička aktivnost žena, a žensko poduzeće je poduzeće u većinskom vlasništvu žene koja ga i vodi. Iako su žene u većini, kako u svjetskoj populaciji tako i na području Europe, te su sukladno tome u većini na tržištu rada, zastupljenost žena u većinskom vlasništvu poduzeća i žena koje su osnovale poduzeće je manja u odnosu na muške kolege.

Iako su žene u današnje vrijeme obrazovanije i imaju stručna znanja i vještine potrebne za vođenje poduzeća, teže se odlučuju za pokretanje poduzeća. Neki od glavnih razloga zbog kojih se žene ustručavaju pokrenuti poslovni poduhvat je i dalje neravnopravan pristup financiranju, informacijama te zbog, još uvijek tradicionalnog poimanja uloge žene u društvu zbog čega često izostane podrška okoline, a koja je ženama uglavnom važna.

Međutim, unatoč brojnim preprekama i izazovima s kojima se poduzetnice susreću tijekom pokretanja i vođenja poslovanja, zabilježen je blagi godišnji porast poduzetničke aktivnosti žena, ali još uvijek više muškaraca pokreće poslovni poduhvat.

Žensko poduzetništvo predstavlja potencijal jačanja i rasta gospodarstva čime se stvara mogućnost otvaranja radnih mjesta i smanjenja nezaposlenosti. Hrvatska je u posljednjih nekoliko godina počela intenzivnije poticati žensko poduzetništvo kroz različite programe i projekte, iako još ima mnogo prostora za poboljšanje programa. U cilju povećanja poduzetničke aktivnosti žena, Vlada Republike Hrvatske je usvojila Strategiju razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. u kojoj su definirani strateški ciljevi, a rezultat je postepeno povećanje poduzetničke aktivnosti žena.

Brojni su primjeri uspješnih žena u poduzetništvu, a jedan od primjera uspješnog inovativnog ženskog poduzetništva je poduzeće JadroMel d.o.o. u vlasništvu Jadranke Vrhovec, osnivačice i direktorice koja je unatoč brojnim preprekama i problemima ostvarila svoj cilj, vlastito ozdravljenje, pomoć pri ozdravljenju drugih ljudi i profitabilno poduzeće.

Inspirativna poduzetnička priča Jadranke Vrhovec započinje u osobnom zdravstvenom izazovu i borbi s bolešću štitnjače koja je uvelike utjecala na njen svakodnevni život i učinila ga gotovo nepodnošljivim. S obzirom da nije pristala uzimati propisanu terapiju o kojoj bi ovisila do kraja života, započela je sa istraživanjem i stvorila jedinstvenu otopinu joda koja joj



je promijenila život. Otopinu je, nazvanu Jadrankina otopina, patentirala te otvorila poduzeće JadroMel d.o.o. sa sjedištem u Križevcima. Nakon brojnih javnih svjedočenja ljudi kojima je pomogla pri ozdravljenju, tijekom nekoliko godina, na Hrvatsko tržište je plasirala sedamnaest proizvoda i postala vodećom proizvođačicom dodataka prehrani u Hrvatskoj.

Inovativnost i predan rad joj je prepoznat i od Centra poduzetnica iz Zagreba te je izabrana za najpoduzetnicu u Hrvatskoj u 2021. godini. Trenutno se školuje za doktoricu prirodne medicine i u Križevcima namjerava otvoriti ordinaciju i savjetovanište u kojem će besplatno pomagati ljudima.

Kako u privatnom životu, tako i u poslovnom, ukoliko se postavi jasan cilj popraćen upornošću, uspješan rezultat neće izostati.

## Popis literature

### Knjige i drugo:

1. Alpeza M., Has M., Oberman M., Oberman Peterka S., Perić J., Šimić Banović R., Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019., CEPOR, Zagreb, 2019.
2. Alpeza M., Delić A., Has M., Koprivnjak T., Mezulić Jurić P., Oberman M., Perić J., Šimić Banović R., Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020., CEPOR, Zagreb, 2020.
3. Brusić A., Cvitanović V., Gregov Z., Kutnjak V., Tomić D., Žanić V., Poduzetništvo 1, VERN, Zagreb, 2009.
4. Buble M., Buble M., Poduzetništvo, ASPIRA, Split, 2014.
5. Đirlić M., Kvartuč T., Zaposlena žena je neovisna žena, <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf> , (05.09.2021.)
6. Hisrich, R., Peters, M., Shepherd, D., Poduzetništvo, Mate, Zagreb, 2011.
7. Ministarstvo poduzetništva i obrta, Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., <http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf> , (15.08.2021.)
8. Miošić Lisjak, N., Ćurlin, I., Žene i poduzetništvo, *The STAR Network of World Learning*, Zagreb, 2002.
9. Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S., Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, GEM Hrvatska, CEPOR, Zagreb, 2019, <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2019/04/GEM2018zaweb.pdf> (25.08.2021.)
10. Širola, D., Poduzetništvo, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, 2014.
11. Škrtić, M., Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2006.
12. Škrtić, M., Mikić, M., Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2011.
13. Škrtić, M., Primorac, D., Mikić, M., Od ideje do realizacije poduzetničkog projekta, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2015.

14. Turk, M., Poduzetništvo za 21. stoljeće – priručnik za učitelje/ trenere, savjetnike i promotore poduzetništva, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske, Zagreb, 1999.
15. Vlada Republike Hrvatske, Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf>, (23.08.2021.)
16. Vijeće Europe, Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018.-2023., Ured za ravnopravnost spolova Republike Hrvatske, 2018.
17. Vuk, B., U. Kuvačić, N., Horvat., Đ., Primijenjeno poduzetništvo, Split, Zagreb, Beretin, Cera Prom, 2006.

#### **Članci:**

1. Zirdum, G., Cvitanović, V.: Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj; *Obrazovanje za Poduzetništvo*, vol.7, nr. 2, 2017., str. 205. - 222.

#### **Ostali izvori:**

1. 24sata, Jadranka Vrhovec proizvodi najpoznatiji dodatak prehrani na bazi joda, <https://www.24sata.hr/promo-sadrzaj/jadranka-vrhovec-proizvodi-najpoznatiji-dodatak-prehrani-na-bazi-joda-691080/galerija-630814> (05.09.2021.)
2. 24sata, Suplementi koji oduševljavaju žene širem regije, <https://www.24sata.hr/promo-sadrzaj/hrvatski-suplementi-odusevljavaju-zene-sirom-regije-757782> (05.09.2021.)
3. Alternativa web shop, Jadrankina otopina, <https://alternativa-webshop.com/products/jadrankina-otopina#desc> (05.09.2021.)
4. Glas Istre, <https://glasistrenovine.hr/arhiva-portala/pregled-vijesti/zene-su-uspjele-unatoc-muskom-svijetu-442883>, (05.09.2021.)
5. Glas Podravine, Jadranka Vrhovec iz Križevaca proglašena najpoduzetnicom Hrvatske, <https://www.glaspodravine.hr/jadranka-vrhovec-iz-krizevaca-proglasena-najpoduzetnicom-hrvatske/> (05.09.2021.)
6. JadroMel, Jadrankina otopina, <https://jadrankinaotopina.com/> (05.09.2021.)

7. JadroMel, Jadranka Vrhovec, uspješna mama poduzetnica, <https://jadrankinaotopina.com/jadranka-vrhovec-uspjesna-mama-poduzetnica/> (05.09.2021.)
8. Krug; Hrvatska udruga poslovnih žena, <http://www.krug.com.hr/> (25.08.2021.)
9. Poduzetnice, Poduzetništvo žena, <https://poduzetnice.ba/poduzetnistvozena/> , (05.09.2021.)
10. Poslovna, <https://www.poslovna.hr/lite/jadromel/1552094/subjekti.aspx> (05.09.2021.)
11. Prigorski, U Križevcima svečano otvorena tvrtka Jadromel vlasnice Jadranke Dugine, <https://prigorski.hr/krizevcima-svecano-otvorena-tvrtka-jadromel-vlasnice-jadranke-dugine/> (05.09.2021.)
12. Women in Adria, Žensko poduzetništvo u svijetu, <https://www.womeninadria.com/zensko-poduzetnistvo-u-svijetu-najbolji-uvjeti-u-novom-zelandu-kanadi-i-sad-u-najveci-udio-zena-medu-poduzetnicima-u-ugandi/> , (05.09.2021.)

## Popis slika

Slika 1. Jadranka Vrhovec sa svojim proizvodima.....	24
Slika 2. Jadranka Vrhovec sa nagradom <i>Healthy Awards</i> .....	25
Slika 3. Patentirana Jadrankina otopina Jadromel.....	28
Slika 4. Jadranka Vrhovec mama poduzetnica.....	29
Slika 5. Detobel Complex – noviji proizvod poduzeća JadroMel.....	30

## Popis grafikona

Grafikon 1: Udio žena poduzetnica u ukupnom broju poduzeća 2017.- 2019.....	17
---	----

## Popis tablica

Tablica 1: TEA žene i muškarci u Hrvatskoj i EU 2014. – 2018.....	16
Tablica 2: TEA indeksi žena i muškaraca u Hrvatskoj 2017.-2019.....	18
Tablica 3: Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi u %...19	
Tablica 4: Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodnosti, mjerena TEA indeksom.....	20
Tablica 5: Proizvodi poduzeća JadroMel d.o.o.....	30

## Popis kratica

2. CEPOR (Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva)
3. GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*)
4. TEA (*Total Entrepreneurial Activity*)