

Motivacijski čimbenici žena poduzetnica u ruralnim krajevima

Aleksandra Berić¹, Ana Crnčan², Sanja Jelić Milković²

¹*Studentica poslijediplomskog sveučilišnog doktorskog studija smjer „Agroekonomika“, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, Vladimira Preloga 1, Osijek, Hrvatska (aberic@fazos.hr),*

²*Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, Vladimira Preloga 1, Osijek, Hrvatska.*

SAŽETAK

Iz popisa stanovništva 2021. godine na području RH utvrđeno je 51 % ženskog stanovništva, dok je u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava broj žena u laganom porastu. Od ukupnog broja trgovačkih društava u RH 2023. godine, 21,4 % bilo je isključivo u vlasništvu žena. Kod OPG-a je taj broj nešto veći, te su u 2024. godini prema podacima iz Upisnika poljoprivrednika žene bile nositeljice u 28,62 % slučajeva. U radu su opisani motivacijski čimbenici i stavovi žena koje su uključene u različite oblike poduzetništva. Primarni podaci prikupljeni su metodom anketiranja, pri čemu je korišten strukturirani anketni upitnik ($n = 33$), a ciljanu skupinu činile su članice Udruge uzorne hrvatske seoske žene. Ispitanice se najviše slažu s tvrdnjom da im je pri pokretanju poduzetničkog poduhvata važna veća mogućnost sudjelovanja u odlučivanju ($M = 4.33$), zatim da je posao kreativniji, zanimljiviji ili dinamičniji, bolji uvjeti i organizacija rada, te sigurnost i stalno zaposlenje. Najnižu ocjenu ispitanice su dale tvrdnji da im je prilikom pokretanja poduzetničkog poduhvata najmanje važno dokazivanje osobnih znanja i sposobnosti ($M = 3.91$).

Ključne riječi: žene poduzetnice, motivacijski čimbenici, ruralna područja

UVOD

Ruralna područja bogata su raznolikošću s velikim utjecajem tradicije koja bi trebala biti u funkciji prepoznatljivosti, očuvanosti ali i koristi kroz različite proizvodno-uslužne djelatnosti (Sudarić, 2013.). Hrvatska ima dugu tradiciju turizma, a upravo kroz turistički sektor ženama se nude velike mogućnosti za stvaranje i provedbu poduzetničkih ideja. Kombiniranjem znanja i vještina u turizmu

sa sposobnošću realizacije poslovnih ideja i kreativnog razmišljanja kroz poduzetničke aktivnosti, žensko poduzetništvo omogućuje ženama stvaranje radnih mjesta i postizanje financijske neovisnosti (Alkier, 2021.). Osim toga, različiti društveni i gospodarski činitelji iz okoline, ali i nezadovoljstvo financijskim mogućnostima stimulira žene na samozapošljavanje (Kristić i sur. 2018.).

Integracija žena u svijet poduzetništva i njihova poslovna aktivnost pridonijela bi osobnom razvoju žena. Povećanje uključenosti žena trebalo bi doprinijeti i jačanju regionalne gospodarske aktivnosti, te dugoročno utjecati i na promjenu sustava društvenih vrijednosti (www.cepor.2025). Cilj rada bio je istražiti

razloge uključivanja žena u poduzetništvo kao i razloge za pokretanje nekog poduzetničkog pothvata te utvrditi koji su to čimbenici koji utječu na motiviranost za poduzetništvo.

MATERIJAL I METODE

Primarni podaci prikupljeni su metodom anketiranja, pri čemu je korišten strukturirani anketni upitnik ($n = 33$). Ciljanu skupinu činile su ispitanice područja Hrvatske, članice Udruge uzorne hrvatske seoske žene. Istraživanje usmjereno na ulogu žene u ruralnim sredinama i poduzetništvu provedeno je tijekom ožujka 2025. godine. Anketni upitnik ispunjavale su samostalno članice udruge. Upitnik je kreiran prema uzoru na upitnik o istraživanju stavova o poduzetničkom djelovanju žena i muškaraca s obzirom na demografske varijable (Kristić, 2018.), a sadržajno je bio podijeljen u više tematskih cjelina. Za potrebe ovog rada analizirani su isključivo odgovori koji se odnose na motiviranost ispitanica za pokretanje poduzetničkog pothvata te stavovi o važnosti pojedinih čimbenika u tom procesu. Na kraju upitnika nalazila su se i pitanja o sociodemografskim obilježjima ispitanica. Iako uzorak nije reprezentativan za širu populaciju žena poduzetnica u Hrvatskoj, relevantan je za ciljanu skupinu u kojoj je provedeno istraživanje.

Rezultati se stoga mogu smatrati indikativnima za specifičnu društvenu zajednicu i mogu poslužiti kao temelj za daljnja istraživanja ili oblikovanje lokalnih politika podrške ženama u poduzetništvu. Anketno ispitivanje obuhvatilo je ukupno 40 ispitanica, od kojih je 7 isključeno iz daljnje analize zbog nepotpunih odgovora, čime konačni uzorak iznosi 33. Upitnik je sadržavao pitanja zatvorenog i otvorenog tipa, a stavovi o poduzetništvu procjenjivani su putem Likertove ljestvice od 5 stupnjeva (1 – izrazito nevažno, 5 – izrazito važno). Analiza podataka provedena je u programu IBM SPSS Statistics v26. U obradi su korišteni deskriptivni statistički pokazatelji (frekvencija, postotci, aritmetička sredina, standardna devijacija) za opis uzorka. Također je primijenjen Spearmanov koeficijent korelacije radi ispitivanja povezanosti između motivacije i percepcije važnosti pojedinih čimbenika za pokretanje poduzetničkog pothvata.

REZULTATI I RASPRAVA

U anketnom istraživanju sudjelovale su žene poduzetnice koje su članice Udruge uzorne hrvatske seoske žene. Ispitanice su bile ravnomjerno raspoređene po županijama. Većina je njih, 90,9 %, izjavila da dolazi iz

ruralnih područja, dok iz urbanih sredina dolazi 9,1 %. Dobna struktura ispitanica pokazuje da je 45,5 % u dobi od 46 do 55 godina, a 24,2 % između 36 i 45 godina. Kad je riječ o obrazovanju, 72,7 % ispitanica ima završenu

srednju školu, dok ih 21,2 % posjeduje višu stručnu spremu. Za 46,9 % ispitanica obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo predstavlja glavni izvor prihoda, dok ga 53,1 % navodi kao dodatni prihod. Ispitanice su također navele da su u većini slučajeva, točnije 66,7 %, muškarci nositelji obiteljskih gospodarstava. Pitali smo ih i o uključivanju u druge udruge, pri čemu se 72,7 % izjasnilo da su aktivne i da obnašaju funkcije članica ili predsjednica upravnih odbora. Sudjelovanje u društvenim aktivnostima unutar udruge varira: 21,2 % ispitanica sudjeluje jednom u nekoliko mjeseci, dok 18,2 % to čini jednom tjedno. Gotovo sve ispitanice, njih 93,9 %, smatraju društvene aktivnosti korisnima za sebe osobno, a 69,7 % ističe i njihov pozitivan utjecaj na poslovanje. Također, 93,9 % vjeruje da je njihov doprinos zajednici društveno važan i odražava temeljne vrijednosti odgoja u manjim ruralnim sredinama. Motivaciju za pokretanje poduzetničkog pothvata u skoroj ili daljoj budućnosti iskazalo je 57,6 % ispitanica. Osim toga, 97,0 % smatra da muškarci ne bi bili uspješniji voditelji poduzetničkih aktivnosti na selu od njih samih. Ispitanicama je postavljeno i pitanje da na Likertovoj skali s pet stupnjeva (1 –

u potpunosti ne odgovara opisu, 5 – u potpunosti odgovara opisu) ocijene koje osobine najviše povezuju sa ženama poduzetnicama. Najviše prosječne ocjene dobile su osobine poput kreativnosti ($M = 4,85$; $SD = 0,365$), optimizma ($M = 4,82$; $SD = 0,392$), organiziranosti ($M = 4,73$; $SD = 0,517$), marljivosti ($M = 4,73$; $SD = 0,574$) i komunikacijskih vještina ($M = 4,73$; $SD = 0,517$). S druge strane, najniže ocjene dodijeljene su osobinama poput sklonosti konfliktima ($M = 4,09$; $SD = 1,128$), mladosti ($M = 3,88$; $SD = 1,139$) i otpora prema promjenama ($M = 3,82$; $SD = 1,211$).

Procjena stava ispitanika o važnosti pojedinih činitelja zbog kojih se žene poduzetnice odlučuju na pokretanje poduzetničkog poduhvata ispitala se preko deset tvrdnji. (Tablica 1). Na temelju odgovora ispitanika izračunati su temeljni deskriptivni statistički pokazatelji (aritmetička sredina, medijan, mod i standardna devijacija) za svaku tvrdnju. Koeficijent unutarnje pouzdanosti skale Cronbach Alpha je 0,950.

Tablica 1. Stavovi ispitanika o važnosti pojedinih činitelja zbog kojih se žene poduzetnice odlučuju za pokretanje poduzetničkog poduhvata

	M	Me	Mo	SD
Veća mogućnost sudjelovanja u odlučivanju.	4.33	5	5	0.990
Kreativniji, zanimljiviji ili dinamičniji posao.	4.27	5	5	0.977
Bolji uvjeti rada.	4.27	5	5	0.944
Bolja organizacija rada.	4.27	5	5	1.039
Sigurnost i stalnost zaposlenja.	4.24	5	5	1.001
Plaća i financijske koristi.	4.24	5	5	1.001
Veća mogućnost stručnog usavršavanja.	4.09	5	5	1.071
Veća mogućnost postizanja priznanja za uspjeh u poslu i osobne afirmacije.	4.09	5	5	1.071
Posao koji je odgovorniji i predstavlja izazov.	4.00	5	5	1.061
Za dokazivanje osobnih znanja i sposobnosti.	3.91	5	5	1.128

Napomena: M = arithmetic mean, Me = median, Mo = mode, SD = standard deviation

U istraživanju Kristić i sur. (2018.) ispitanici su kao prioritetne poduzetničke motivatore žena isticali nužnost stjecanja prihoda i potrebu za neovisnosti, no sada je na temelju aritmetičkih sredina prikazanih u Tablici 1 vidljivo da se ispitanice najviše slažu s tvrdnjom da im je pri pokretanju poduzetničkog poduhvata važna veća mogućnost sudjelovanja u odlučivanju ($M = 4.33$). Zatim slijedi tvrdnja o poslu kao kreativnijem, zanimljivijem ili dinamičnijem, bolji uvjeti i organizacija rada, te sigurnost i stalno zaposlenje. Najnižu ocjenu ispitanice

su dale tvrdnji da im je prilikom pokretanja poduzetničkog poduhvata najmanje važno dokazivanje osobnih znanja i sposobnosti ($M = 3.91$). Tablica 2 prikazuje Spearmanove koeficijente korelacije između opće motiviranosti za pokretanje poduzetničkog pothvata i niza pojedinačnih tvrdnji koje su ispitanice ocjenjivale kao potencijalne poticaje za ulazak u poduzetništvo.

Tablica 2. Spearmanov koeficijent korelacije (ρ) između motiviranosti za poduzetništvo i razloga za pokretanje poduzetničkog pothvata

	Spearmanov koeficijent korelacije ρ procjene stavova	p
Sigurnost i stalnost zaposlenja.	-0.368	0.035*
Plaća i financijske koristi.	-0.087	0.631
Veća mogućnost stručnog usavršavanja.	-0.210	0.241
Veća mogućnost postizanja priznanja za uspjeh u poslu i osobne afirmacije.	-0.362	0.038*
Posao koji je odgovorniji i predstavlja izazov.	-0.450	0.009**
Za dokazivanje osobnih znanja i sposobnosti.	-0.097	0.593
Kreativniji, zanimljiviji ili dinamičniji posao.	-0.355	0.042*
Bolji uvjeti rada.	-0.238	0.182
Bolja organizacija rada.	-0.354	0.043*
Veća mogućnost sudjelovanja u odlučivanju.	-0.197	0.271

Napomena: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Negativni koeficijenti upućuju na to da je viša opća motiviranost povezana s manjim naglaskom na određeni razlog, odnosno da žene koje su više motivirane za poduzetništvo manje naglašavaju određene vanjske (eksterno orijentirane) faktore kao važne. Statistički značajne negativne korelacije utvrđene su za: sigurnost i stalnost zaposlenja ($p < 0,05$), veću mogućnost postizanja priznanja za uspjeh u poslu i osobne afirmacije ($p < 0,05$), posao koji je odgovorniji i predstavlja izazov ($p < 0,01$), kreativniji, zanimljiviji ili dinamičniji

posao ($p < 0,05$) i bolju organizaciju rada ($p < 0,05$). Ove korelacije sugeriraju da više motivirane poduzetnice rjeđe navode ove razloge kao ključne, što može ukazivati na unutarnju motivaciju, želju za autonomijom, samoostvarenje ili nezadovoljstvo klasičnim radnim okruženjem. S druge strane, korelacije s varijablama poput ostvarivanja financijske koristi, veće mogućnosti stručnog usavršavanja, dokazivanja, boljih uvjeta rada i veće mogućnost sudjelovanja u odlučivanju nisu se pokazale statistički značajnima. Visoka motiviranost

za pokretanje vlastitog posla kod žena u ovom uzorku nije utemeljena na vanjskim ili konvencionalnim motivima poput sigurnosti, karijernog napredovanja ili bolje organizacije. Umjesto toga, čini se da su snažnije motivirane žene one koje nastoje izbjeći klasične radne

uvjete te su usmjerene prema samostalnosti, neovisnosti i izazovima koje im poduzetništvo nudi.

ZAKLJUČAK

Ispitanice su motivirane za pokretanje poduzetničkog pothvata u skoroj ili daljoj budućnosti (57,6 %), a smatraju da im je pri pokretanju poduzetničkog poduhvata važna mogućnost sudjelovanja u odlučivanju, kreativnost u poslu, zanimljiviji ili dinamičniji posao, bolji uvjeti i organizacija rada te sigurnost i stalno zaposlenje. Najmanje im je važno dokazivanje osobnih znanja i sposobnosti. Motiviranost žena za pokretanje vlastitog posla proizlazi iz motiviranosti prema samostalnosti, neovisnosti i izazovima koje im poduzetništvo nudi te izbjegavanja klasičnih radnih uvjeta. Iz ovoga se može zaključiti kako žene žele samostalno upravljati svojim vremenom i poslom zbog možebitnih drugih uloga koje

istodobno obavljaju kao što je npr. posvećenost obitelji. Većina ispitanica aktivna je u različitim društvenim zajednicama pa tako njih 69,7%, smatra kako dodatne društvene aktivnosti kojima se bave mogu pozitivno djelovati na poslovanje. S obzirom na to da žene žele biti samostalne, neovisne i izvan okvira klasičnih radnih uvjeta, neophodni su različiti dodatni naponi sustavne podrške koji će omogućiti ostvarenje različitih poduzetničkih pothvata. Ono može uključivati različite potpore, poslovna umrežavanja, osposobljavanja, povoljna financiranja te podršku kroz različitu potpornu infrastrukturu.

LITERATURA

Alkier, R. (2021). Žene poduzetnice u turizmu Republike Hrvatske: izazovi i prilike. BizInfo Blace, 12 (2), str.197-213.

<https://www.cephor.hr/zensko-poduzetnistvo/>

Kristić, J., Deže, J., Fosić, I. i Crnčan, A. (2018). Stavovi o poduzetničkom djelovanju žena i muškaraca s obzirom na odabrane demografske varijable. Agroeconomia Croatica, 8 (1), str. 23-32.

Sudarić, T. (2013). Alternativne mogućnosti zapošljavanja žena u ruralnom prostoru. Tradicijom usprkos krizi - može li se?.

Vinkovci: Zebra, Vinkovci, str. 29-43.

<https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10016>

<https://www.fina.hr/ngsite/content/download/15525/244149/1>

<https://www.apprrr.hr/upisnik-poljoprivrednika/>

Motivational Factors of Female Entrepreneurs in Rural Areas

ABSTRACT

The Republic of Croatia's 2021 Population Census determined that 51% of the population was female, while the number of women in the companies' ownership structure was increasing slightly. Out of a total number of companies in the Republic of Croatia in 2023, 21.4% were exclusively owned by women. In case of family farms, according to the Farmers' Register data, this number was slightly higher, and in 2024, the women were the owners in 28.62% of cases. There are many reasons and motives why women decide to be the entrepreneurs, especially those in the rural areas. The paper describes the motivational factors and attitudes of women involved in various forms of entrepreneurship. Primary data were collected while applying a survey method and a structured questionnaire ($n = 33$), and the target group consisted of the members of Association of Exemplary Croatian Rural Women. The respondents mostly agreed with the statement that a greater opportunity to participate in decision-making was important to them ($M = 4.33$) when starting an entrepreneurial venture, followed by a more creative, interesting, or dynamic work, better working conditions and organization, security, and permanent employment. The lowest scores were allocated to the statement that proving personal knowledge and abilities was the least important to them ($M = 3.91$) when starting an entrepreneurial venture.

Keywords: female entrepreneurs, motivational factors, rural areas