

2018

UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

BRANKA DEBENJAK

BRANKA DEBENJAK

KOPER, 2018



UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

# POLOŽAJ PODJETNIC V SLOVENIJI

Branka Debenjak

Koper, 2018

Mentorica: doc. dr. Tina Bratkovič Kregar



## POVZETEK

Zaključna projektna naloga predstavlja razlike med podjetniki in podjetnicami s poudarkom na položaju podjetnic v Sloveniji. V teoretičnem delu naloge so predstavljeni glavni pojmi s področja podjetništva, prikazane pa so tudi lastnosti ter razlike med podjetniki in podjetnicami. V nadaljevanju je opisan pojem ženskega podjetništva in njegov pomen. Poudarek je na proučevanju težav in ovir za podjetnice, kot so diskriminacija, pomanjkanje samozavesti, finančne ovire in pomanjkanje izkušenj. Predstavljena je podpora in pospeševanje ženskega podjetništva v Sloveniji. V empiričnem delu naloge so prikazani rezultati anketne raziskave, narejene na vzorcu podjetnikov in podjetnic iz Slovenije, glede razlik med spoloma pri vključevanju v podjetniško aktivnost, ki v določenih primerih potrjujejo oz. ne potrjujejo teoretičnih dognanj.

*Ključne besede:* podjetništvo, podjetnik, podjetnica, žensko podjetništvo, težave in ovire, podporno okolje, razlike med podjetniki in podjetnicami

## SUMMARY

This final project assignment looks at the differences between male and female entrepreneurs with an emphasis on the situation of female entrepreneurs in Slovenia. In the theoretical part of the project, we define the terms in relation with entrepreneurship as well as the main characteristics and differences between male and female entrepreneurs. Further on, we also describe female entrepreneurship and its significance. The emphasis is on the study of problems and obstacles that female entrepreneurs face, such as discrimination, low self-confidence, financial obstacles and lack of experience. We also touched on the support and promotion of female entrepreneurship in Slovenia. The empirical part of the thesis presents the results of a survey on a sample of male and female entrepreneurs from Slovenia focusing on the differences between the two genders regarding the involvement in entrepreneurial activities. These results confirmed some and denied other theoretical hypotheses.

*Keywords:* entrepreneurship, entrepreneur, female entrepreneur, female entrepreneurship, problems and obstacles, support environment, differences between male and female entrepreneurs

UDK: 005.7-055.2(497.4)(043.2)



## VSEBINA

<b>1</b>	<b>Uvod</b> .....	<b>1</b>
1.1	Opredelitev problema in teoretičnih izhodišč .....	1
1.2	Namen in cilji zaključne projektne naloge.....	2
1.3	Metode za doseganje ciljev .....	3
1.4	Predpostavke in omejitve zaključne projektne naloge.....	3
<b>2</b>	<b>Podjetništvo</b> .....	<b>4</b>
2.1	Opredelitev podjetništva in podjetnika .....	4
2.2	Podjetniške lastnosti.....	6
2.3	Razlike med podjetniki in podjetnicami .....	8
<b>3</b>	<b>Žensko podjetništvo</b> .....	<b>11</b>
3.1	Opredelitev ženskega podjetništva.....	11
3.2	Pomen ženskega podjetništva .....	12
3.3	Težave in ovire za podjetnice.....	12
3.3.1	Diskriminacija.....	13
3.3.2	Pomanjkanje samozavesti.....	13
3.3.3	Finančne ovire .....	13
3.3.4	Pomanjkanje izkušenj.....	14
3.4	Podpora in pospeševanje ženskega podjetništva.....	14
3.5	Analiza ženskega podjetništva v Sloveniji.....	16
<b>4</b>	<b>Razlike med spoloma pri vključevanju v podjetniško aktivnost</b> .....	<b>20</b>
4.1	Analiza razlik med podjetniki in podjetnicami v Sloveniji.....	20
4.1.1	Opis vzorca .....	20
4.1.2	Metoda zbiranja podatkov .....	20
4.2	Analiza rezultatov .....	21
4.3	Povzetek ugotovitev .....	34
<b>5</b>	<b>Sklep</b> .....	<b>36</b>
	<b>Literatura</b> .....	<b>37</b>
	<b>Priloge</b> .....	<b>39</b>

## **SLIKE**

Slika 1: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol .....	18
Slika 2: Dohodkovni razredi in podjetništvo.....	19
Slika 3: Spol anketirancev .....	21
Slika 4: Starost anketirancev .....	22
Slika 5: Izobrazba anketiranih podjetnikov in podjetnic.....	23
Slika 6: Starši podjetniki .....	24
Slika 7: Starost podjetnikov in podjetnic ob ustanovitvi podjetja.....	25
Slika 8: Vodstvene izkušnje pred ustanovitvijo podjetja .....	26
Slika 9: Leta delovnih izkušenj pred odprtjem podjetja.....	27
Slika 10: Dejavnost podjetja .....	28
Slika 11: Težave pri vodenju podjetja zaradi spola.....	29
Slika 12: Najpogostejše težave pri vodenju podjetja, povezane s spolom.....	30
Slika 13: Finančna sredstva za ustanovitev novega podjetja .....	31
Slika 14: Pomoč na podjetniški poti.....	32
Slika 15: Spodbujanje ženskega podjetništva v Sloveniji.....	32
Slika 16: Razlogi, da se za podjetništvo odloči manj žensk kot moških.....	33

## **PREGLEDNICE**

Preglednica 1: Primerjava med podjetniki in podjetnicami .....	9
Preglednica 2: Značilnosti podjetništva v Sloveniji po GEM raziskavi.....	17



## **KRAJŠAVE**

EU	Evropska unija
GEM	Globalni pogled na podjetništvo



# 1 UVOD

Podjetništvo predstavlja pomemben del gospodarstva, saj zagotavlja delovna mesta in postavlja določene ekonomske temelje. Za podjetništvo se odločajo tako ženske kot moški, čeprav je za ženske položaj v družbi težji. Podjetniki in podjetnice imajo pri doseganju ciljev različne težave, ker jim primanjkuje managerskih znanj, finančnih sredstev in sposobnosti za trženje. O razlikah in težavah med podjetniki in podjetnicami bomo pisali v nadaljevanju naloge.

## 1.1 Opredelitev problema in teoretičnih izhodišč

Podjetništvo predstavlja vse dejavnosti posameznika ali podjetniške skupine, ki uresničuje poslovne priložnosti in ustvarja nove vrednosti s tem, da prepozna tržne potrebe, se učinkovito organizira ter pridobi in kombinira vse potrebne informacije za delovanje. Prav tako podjetništvo prinaša nova delovna mesta in dodano vrednost (Gomezelj Omerzel 2010, 17).

Položaj žensk v družbi je bil vedno težji od položaja moških. Ta položaj se sicer popravlja, a kljub velikim naporom položaj žensk in moških v družbi še vedno ni izenačen. To se pozna tudi v podjetništvu. Ženske so se v podjetništvo začele množično vključevati konec 20. stoletja, kljub temu da je podjetništvo veljalo za moško domeno. Tako moški kot ženske se v podjetništvu srečajo z veliko težavami, vendar ženskam povzročajo dodatne težave še pomanjkanje samozavesti, dokazovanje v moškem svetu, usklajevanje dela in družine itd. Značilnosti podjetnikov in podjetnic so podobne, vendar se podjetnice razlikujejo od podjetnikov glede motivacije, veščin in poklicnih izkušenj (Antončič idr. 2002, 96). Podjetnice se srečujejo z večjimi ovirami, ki se pojavljajo predvsem na finančnem področju, pomanjkanju izobrazbe in izkušenj, marsikje pa sta še vedno prisotna diskriminacija in pomanjkanje verodostojnosti. Razlikujejo se tudi spodbude za začetek s podjetništvom in motivacija. Ženske potrebujemo več spodbud na ravni pozitivnega mišljenja, samozavesti, motiviranja in naravnosti k ciljem (Pahor 2005).

Podjetnice v Sloveniji se večinoma soočajo s predsodki do svoje podjetniške kariere. Dejansko ni pravnih ovir, ki bi podjetnice omejevale pri lastništvu podjetij. Pa vendar se ženske v manjši meri odločajo za vključenost v podjetništvo kot moški (Rebernik idr. 2008, 88).

Podrobnejši pregled ženskega podjetništva v Sloveniji je pokazal precejšnje rezerve. Dejstvo, da Slovenke po podjetniški aktivnosti zaostajajo za Slovenci, lahko povežemo z njihovo značilno in poklicno izbiro. Ženske namreč prevladujejo v gospodarskih panogah s serijsko proizvodnjo in močno razčlenjeno delitvijo dela, zato na splošno niso usposobljene za celovito obvladovanje lastnega posla, oziroma so zaposlene v tistih organizacijah javnih služb, v katerih je prehod v samostojno dejavnost v marsičem reguliran in omejen (Rebernik idr. 2008, 89).

Razlike med podjetnicami in podjetniki se pojavljajo tudi drugod po svetu. Dosedanje raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) so pokazale, da je v večini držav več podjetnikov kot podjetnic. Razlike so v vseh starostnih skupinah (Rebernik, Tominc in Pušnik 2007).

Ženske vodita v podjetništvo motiv večje samostojnosti in zagotavljanja dela svojim otrokom ter želja po večanju zaslužka in zaposlitvi (Habl 2002, 27–28).

Žensko podjetništvo znanstveniki proučujejo, ker je od pojava prvih ženskih podjetnic pa vse do danes kazalo določene specifike v delovanju, ki jih kot raziskovalci podjetništva preprosto ne moremo zanemariti (Antončič idr. 2008, 80–81).

Samostojna podjetniška pot ženskam omogoča uresničitev njihovih idej, zmanjšuje razliko med spoloma in ženskam omogoča opravljati določene dejavnosti, ki so moškim manj znane (npr. socialno podjetništvo, področje kulture, izobraževanje) (Pšeničny idr. 2000, 178).

Ženska podjetja so v Sloveniji praviloma manjša (Glas 1998, 24–27), vendar to ne pomeni slabših poslovnih rezultatov. Različne raziskave so pokazale, da velik del zaposlenih v podjetjih meni, da so zelo pomembni odnosi med zaposlenimi. K boljšim odnosom v podjetju stremijo prav podjetnice, saj imajo poseben čut za medsebojne odnose, prizadevajo si za čim večje delo v timu in skrbijo za pravično napredovanje med zaposlenimi. Uspehov ne vidijo samo v zaslužku, veliko jim pomenijo vložek v zaposlene, razvoj in kakovosten odnos. Skrbijo, da so njihova delovna mesta primerljiva s tistimi v velikih podjetjih.

Dodatne obremenitve podjetnicam predstavljajo obveznosti, povezane z družino. Podjetnice imajo poseben čut za spremembe, prizadevajo si zastavljene ideje pripeljati do cilja.

Na osnovi zgoraj zapisanega želimo proučiti položaj podjetnic in raziskati vzroke, zakaj se moški pogosteje odločajo za podjetniško pot kot ženske.

## **1.2 Namen in cilji zaključne projektne naloge**

Namen zaključnega dela je proučiti strokovno literaturo s področja ženskega podjetništva in položaj podjetnic v Sloveniji ter poiskati najpomembnejše razlike med podjetniki in podjetnicami. Proučiti želimo, na osnovi česa nastanejo razlike med ženskimi in moškimi podjetniki ter kako jih lahko zmanjšamo, da bo zastopanost žensk v podjetništvu večja.

Cilji zaključnega dela so naslednji:

- Opredeliti žensko podjetništvo (pomen, namen ustanovitve, težave, razlike med podjetnicami in podjetniki, podpora in pospeševanje).
- Opredeliti obseg ženskega podjetništva v Sloveniji – primerjava vključenosti žensk v podjetništvo (nastajajoči, novi in ustaljeni podjetniki in podjetnice) z vključenostjo moških.

- Prikazati razlike med moškimi in ženskami, vključenimi v podjetniško aktivnost, ter spoznati profil podjetnika in podjetnice v Sloveniji (povprečna starost, izobrazba, dohodek gospodinjstva).
- Ugotoviti, kaj je razlog, da je podjetnic manj kot podjetnikov, čeprav ženske zajemajo večji delež populacije in predstavljajo polovico aktivnega prebivalstva.
- Identificirati težave in omejitve, s katerimi se srečujejo podjetnice.
- Raziskati oblike pomoči in podpornih institucij, ki se osredotočajo na spodbujanje ženskega podjetništva.

### **1.3 Metode za doseganje ciljev**

V prvem delu smo proučili teorijo, s pomočjo katere smo opisali pojem podjetništvo, opredelili položaj žensk v družbi in predstavili žensko podjetništvo. Potem smo to teorijo povezali z drugimi raziskavami in rezultati drugih avtorjev, da smo opisali problem, ki smo ga hoteli rešiti. Prvi del tako temelji na sekundarnih virih, predvsem na pregledu domače in tuje literature, strokovnih člankov in objav na spletu. V empiričnem delu naloge pa smo opravili raziskavo o razlikah med podjetniki in podjetnicami v Sloveniji, pri čemer smo podatke zbrali s pomočjo ankete. Pridobljene podatke smo analizirali s pomočjo opisne statistike in rezultate prikazali opisno, s pomočjo grafov in tabel. Rezultate raziskave smo primerjali z ugotovitvami iz literature.

### **1.4 Predpostavke in omejitve zaključne projektne naloge**

Predpostavljamo, da žensko podjetništvo predstavlja pomemben segment v gospodarstvu, ki prispeva k ustvarjanju vrednosti in novih delovnih mest v državi, zato želimo podrobneje proučiti položaj podjetnice v Sloveniji. Predvsem želimo ugotoviti, ali se ženska podjetja razlikujejo od moških, ali se ženske težje odločajo za podjetniško pot zaradi družinskih obveznosti in kaj so vzroki, ki ženskam otežujejo vstop v podjetništvo. Pri raziskovanju problema se bomo omejili na Slovenijo, pri zbiranju podatkov pa na anketo.

## 2 **PODJETNIŠTVO**

V današnjem času je vse manj možnosti za redno zaposlitev. Ravno zato vedno več posameznikov razmišlja o podjetništvu. Za uspeh v podjetništvu pa so potrebna odrekanja, veliko truda in sreče. Podjetništvo ima zagotovo svoje prednosti in slabosti. Med prednosti lahko štejemo, da imajo podjetniki priložnost narediti nekaj svojega, posebnega, imajo priložnost za večji zaslužek. Prav tako ima podjetništvo svoje slabosti, kot so negotov dohodek, tveganje, da izgubimo, kar smo vložili, in psihični napor, saj veliko ur namenimo delu, dokler se ne uveljavimo na trgu (Kos 2017).

V podjetništvu ima velik pomen tudi konkurenčna prednost, katere so deležna podjetja, ki se znajo hitro prilagajati spremembam na trgu. Podjetništvo povečuje konkurenco, potrošniki imajo na voljo več proizvodov in s tem se povečuje kakovost storitev. Ob vsem tem se povečuje blaginja prebivalstva, odpirajo se nova delovna mesta in povečuje se inovativnost. Na trgu se pojavlja tudi vedno več institucij, ki si na različne načine prizadevajo za razvoj in pospeševanje podjetništva, npr. z nudenjem informacij, izobraževanj in zagotavljanjem finančnih sredstev. Pri razvoju podjetništva imajo pomembno vlogo tudi država, banke in druge institucije iz podpornega okolja, ki podjetnikom pomagajo pri zagonu podjetja in kasneje tudi pri njegovem delovanju (Antončič idr. 2002, 40–42).

V nadaljevanju bomo opredelili pojma podjetništvo in podjetnik.

### 2.1 **Opredelitev podjetništva in podjetnika**

Podjetništvo je dejavnost, s katero se ukvarjajo podjetniki ali organizacije. V podjetniškem procesu nastajajo znanje podjetnika, novi proizvodi, tvori se bogastvo podjetnika in tudi tveganje. Podjetništvo je pomembna znanstvena disciplina in je ključni dejavnik gospodarske rasti. Glas in Pšeničny (2000, 21) s pojmom podjetništvo najpogosteje označujeta dejavnosti posameznikov, ki jih ti izvajajo za zadovoljevanje tržnih potreb in s katerimi si prizadevajo ob prevzemanju tveganja doseči čim večji finančni uspeh.

Podjetništvo se uveljavlja v različnih oblikah, zato ga je težko opredeliti. Obsega vse dejavnosti posameznika in podjetniške skupine, ki vodijo od prepoznane tržne potrebe prek organiziranja, pridobivanja in kombiniranja vseh potrebnih virov do uresničitve poslovne priložnosti in ustvarjanja nove vrednosti (Glas 2001, povz. po Ruzzier idr. 2008, 16).

Enotne definicije podjetništva ni, obstaja pa velika množica različnih definicij, ki jih opisujejo različni avtorji.

Antončič idr. (2002, 30) povzemajo podjetništvo kot dinamičen proces, pri katerem podjetniki prevzemajo določena tveganja, s pomočjo katerih ustvarijo nekaj novega, za kar prejmejo tudi nagrado. Nagrada je lahko v obliki denarja in zadovoljstva s samim seboj, kar je še najbolj

pomembno. Podjetniku veliko pomenijo denarne nagrade, s katerimi nekateri merijo svoj uspeh. Za podjetnike, ki ustanovijo novo podjetje, to predstavlja veliko dela in strahu.

Podjetništvo lahko opredelimo tudi kot dinamičen proces ustvarjanja bogastva, ki ga ob tveganju ustvarjajo posamezniki, ali pa kot filozofijo poslovnega sveta (Timmons 1999, povz. po Ruzzier idr. 2008, 15).

Podjetništvo lahko nastane povsod, v velikih in malih podjetjih, v starih in novih poslih, v hitro rastočih podjetjih in tistih, ki sploh ne rastejo, v zasebnih, javnih in tudi neprofitnih delih gospodarstva. Podjetništvo je v središču rastočih poslov in nekako pogoj za rastoče posle, če so ljudje, zamisli in viri, torej dejavniki podjetništva, zanj potrebni pogoj (Tajnikar 2000, povz. po Ruzzier idr. 2008, 17).

Podjetništvo je poskus ustvariti dodano vrednost z odkrivanjem poslovnih priložnosti, obvladovanjem tveganja, ki ustreza tej priložnosti, ter s komunikacijskimi in poslovnimi sposobnostmi in znanjem mobilizirati človeške, finančne in materialne vire, potrebne za uspeh podjetja (Vahčič 2000, povz. po Gomezelj Omerzel 2010, 17).

Po mnenju Pšeničnega idr. (2000, 12) podjetništvo daje določen predznak uveljavljenim pojmom tako v makro- kot v mikroekonomiji. Država ravna podjetniško, da sprejema ukrepe ekonomske politike, ki pomenijo dolgoročni razvoj, rast, napredek, zaposlovanje, zadovoljevanje tržnih potreb itd.

Opisane definicije različnih avtorjev so na pogled res različne, ampak imajo skupne vidike, kot so ustvarjalnost, organiziranje, tveganja, nagrade. Ljudje v življenju sprejemamo različne odločitve, ena izmed teh je tudi podati se na samostojno podjetniško pot. Ta odločitev zahteva od podjetnika veliko poguma in dobro poslovno idejo. Poleg vsega je treba dobro vedeti, kaj prinaša podjetništvo in kakšne lastnosti mora imeti podjetnik. V nadaljevanju bomo tudi opredelili podjetnika.

Podjetniška aktivnost je bistvenega pomena za spreminjajočo se sodobno ekonomijo. V takšni ekonomiji proizvodni viri ne pridejo skupaj slučajno. Potreben je podjetnik, da jih kombinira. Če odstranimo podjetnika, smo odstranili gonilno silo celotnega tržnega sistema (Glas in Pšeničny 2000, 25).

Pojem podjetnik opisuje posameznika, ki izvaja dejavnosti, omenjene v zgornjem zapisu. Podjetnik je sposoben prepoznati in izkoristiti podjetniško priložnost in jo razviti v izvedljivo in tržno zanimivo podjetniško idejo, skratka velikokrat je hkrati inovator. Pri tem sam izbira in kombinira sredstva in vire, da bi lahko uresničil poslovne priložnosti. Njegova zelo pomembna vloga je upravljanje in vodenje (Ruzzier idr. 2008, 22).

Kot pri podjetništvu obstaja tudi pri opredelitvi pojma podjetnik več definicij različnih avtorjev. Nekaj definicij bomo predstavili v nadaljevanju naloge.

Podjetnik je vmesni člen med proizvodnjo in porabo. Je tisti, ki vodi vse tržne menjave, ko kupuje pri proizvajalcih in prodaja kupcem. Tega ne počne iz nesebičnih nagibov, temveč zaradi dobička, ki ga bo ustvaril z razliko med nabavno in prodajno ceno (Glas in Pšeničny 2000, 21).

Antončič idr. (2002, 29) opisujejo, da je podjetnik z vidika ekonomista oseba, ki združi vire, delovno silo, materiale in druga sredstva tako, da je njihova skupna vrednost večja kot prej, in oseba, ki vpeljuje spremembe, inovacije in nov red. S psihološkega vidika pa opisujejo, da takšno osebo običajno vodijo potrebe po doseganju ali pridobitvi nečesa novega, po eksperimentiranju, izpolnjevanju ali morda ubežanju avtoriteti drugih.

Podjetniki so po klasičnem razumevanju predvsem posamezniki – snovalci in uresničevalci novih podjetij, ki prevzemajo tveganje, ustvarjajo in inovirajo ne le produkte, ampak tudi celotne procese, finančno vlagajo, povezujejo poslovne priložnosti z viri, ki jih znajo poiskati, medsebojno kombinirati, in produkte tudi prodajo na trgu (Pšeničny idr. 2000, 33).

Ko se posameznik odloča, da bo postal podjetnik, mora sprejeti tri stopnje odločanja. Odločiti se mora opustiti trenutno kariero ali življenjski slog. V drugem koraku mora spoznati, če gre res za zaželeno podjetniško naložbo. Na koncu se mora še odločiti in ugotoviti, če zunanji in notranji dejavniki omogočajo ustanovitev novega podjetja (Ruzzier idr. 2008, 40).

Podjetnik je ključna oseba v razvoju podjetništva, je junak, ki ima vizijo, saj z inovacijami omogoča razvoj celotnega gospodarstva in s tem obstoječo gospodarsko strukturo (Gomezelj Omerzel 2010, 18).

Podjetnik je človek, ki s svojimi sposobnostmi, znanjem in sredstvi išče in kombinira proizvodne dejavnike tako, da realizira donose podjetniške priložnosti ter s tem prispeva k razvoju gospodarstva in družbe. Podjetnik je človek, ki kontrolira in je odgovoren. Je inovator, nosilec sprememb (Plut in Plut 1995, 49).

Vse zgoraj opisane definicije opredeljujejo pojem podjetnika. Ob koncu različnih definicij bi lahko strnili, da vsakega podjetnika deloma oblikuje tudi okolje, iz katerega prihaja. Za uspeh mora podjetnik veliko delati in vztrajati, tvegati mora kapital, od katerega ima potem korist, naj bo to materialna ali psihološka. Ko se podjetnik poda na podjetniško pot, mora imeti vizijo, živeti mora v prihodnosti. Bistvo podjetništva je ustvariti dodano vrednost. To pomeni, da bo podjetnik sposoben sredstva, s katerimi razpolaga, oplemenititi tako, da bo izdelek ali storitev bistveno drugačen od konkurence in bo ustvarjal dobiček.

## **2.2 Podjetniške lastnosti**

Velikokrat rečemo, da je določen posameznik rojen kot podjetnik, ampak zares nihče se ne rodi kot podjetnik. Če želimo biti uspešen podjetnik, se je treba priučiti tudi določenih lastnosti in



navad. Veliko posameznikov ima dobro idejo, ampak to še ne prinese uspeha. Torej, za dobrega podjetnika moramo imeti določene lastnosti, nekaterih lastnosti pa se bomo morali priučiti. Podjetniki imajo sposobnost videti priložnost tam, kjer je drugi ne vidijo. Posebna lastnost podjetnika je, da mu neuspeh ne vzame volje do dela. Neuspeh ga ne sme zaznamovati, temveč mora imeti moč, da se ponovno dvigne in začne znova.

Kuratko in Hodgetts (1995, po Pšeničny idr. 2000, 34–35) navaja najpomembnejše lastnosti podjetnikov. Navedli jih bomo nekaj:

- preračunljivo obvladanje tveganja;
- predanost in zaupanje v idejo, ki se zrcali v pripravljenosti podjetnika, da se odpove marsičemu, da bi uresničil svojo vizijo;
- želja po uspehu, dosežku;
- obsedenost s priložnostjo;
- vztrajnost pri reševanju najzahtevnejših težav, ki dejansko predstavljajo izziv;
- sposobnost učenja na napakah – upoštevanje povratnih informacij o uspehu;
- sposobnost obvladovanja negotovosti in stalnih sprememb, ki so potrebne v rastočem podjetju, prilagodljivost;
- pripravljenost na sprejem propada;
- energičnost in dinamičnost;
- kreativnost in inovativnost;
- jasna vizija;
- samozaupanje in optimizem;
- samostojnost in neodvisnost.

Timmons (1999, povz. po Pšeničny idr. 2000, 35) opisuje, da so nekatere lastnosti bolj, druge pa manj priučljive. Med lažje priučljive lastnosti sodijo predanost in odločenost, obsedenost s priložnostjo, strpnost do tveganja in negotovosti, ustvarjalnost, motiviranost za doseganje rezultatov, sposobnost vodenja.

Timmons (1999, povz. po Pšeničny idr. 2000, 35) navaja poleg zgoraj omenjenih lastnosti še nekatere, ki so bolj osebnega značaja in se jih je težje ali nemogoče priučiti. Te pa so: energičnost, zdravje in čustvena stabilnost, ustvarjalnost in inovativnost, inteligenca, sposobnost za motiviranje drugih in vrednote.

Obstajajo pa tudi določene nepodjetniške lastnosti, katerih se mora podjetnik čim prej znebiti, saj delujejo in učinkujejo proti podjetniškemu ravnanju.

Te lastnosti so (Timmons 1999, povz. po Pšeničny idr. 2000, 35):

- prepričanost o lastni neranljivosti;
- nesposobnost sprejemanja nasvetov in upoštevanja drugih mnenj;
- impulzivnost do stopnje koleričnosti;
- neobvladovanje procesov – prepričanost, da sami težko prispevamo k uspehu ali neuspehu;

- perfekcionizem;
- neodvisnost za vsako ceno.

Ruzzier idr. (2008, 53) izpostavijo kot lastnost podjetnika, da zna pravočasno zaznati poslovno priložnost in jo ob podpori okolja uspešno in učinkovito izkoristi. Če želijo podjetniki uspeti, morajo biti sposobni zaznavati priložnosti, biti odločni, odprti za novosti, komunikativni, ustvarjalni in zelo vztrajni. To so lastnosti ne samo za podjetnike, ampak tudi za uspešne ljudi nasploh.

Ob zaključku lahko strnemo, da so vsi uspešni podjetniki vsestranski. Znati morajo sanjati in vedeti, ob kakšnem času lahko te sanje uresničijo. Vsega ne morejo narediti sami, zato potrebujejo ob sebi prav tako motivirane sodelavce, ki so pripravljeni deliti vzpone in padce z njimi. Na podjetniški poti se srečujejo s številnimi tveganji, ki jih morajo pravočasno prepoznati in se nanje primerno odzvati.

### **2.3 Razlike med podjetniki in podjetnicami**

Mnogo je znanega o značilnostih podjetnikov, njihovih motivacijah, procesu odločanja, družinskih zgodbah, izobrazbi, poklicnih izkušnjah in razlikah med podjetnicami in podjetniki. Čeprav so značilnosti podjetnikov in podjetnic na splošno precej podobne, se podjetnice vendarle razlikujejo od podjetnikov glede motivacije, poslovnih veščin in poklicnih izkušenj. Različni so tudi dejavniki zagonskega procesa podjetnikov in podjetnic, še posebno na področjih podpornih sistemov, virov sredstev in težav, s katerimi se srečujejo na podjetniški poti (Antončič idr. 2002, 96).

## Preglednica 1: Primerjava podjetnikov s podjetnicami

Značilnosti	Podjetniki	Podjetnice
Motivacija	<ul style="list-style-type: none"> <li>– dosežki – težnja, da se stvari zgodijo</li> <li>– osebna neodvisnost</li> <li>– samopodoba, povezana s statusom v korporaciji, je nepomembna</li> <li>– zadovoljstvo z delom, ki izhaja iz želje po nadzoru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– dosežki – doseganje cilja</li> <li>– neodvisnost</li> <li>– narediti sama</li> </ul>
Izhodiščna točka	<ul style="list-style-type: none"> <li>– nezadovoljstvo z dosedanjo zaposlitvijo</li> <li>– vzporednica šoli, dosedanjemu delu ali nadgradnja dosedanjega dela</li> <li>– konec vojaškega roka ali izguba službe</li> <li>– priložnost za nakup</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zafrustriranost z delom</li> <li>– zanimanje in prepoznavanje priložnosti na znanem področju</li> <li>– sprememba osebnih okoliščin</li> </ul>
Viri sredstev	<ul style="list-style-type: none"> <li>– osebna sredstva in prihranki</li> <li>– bančno financiranje</li> <li>– vlagatelji</li> <li>– posojila prijateljev in družine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– osebna sredstva</li> <li>– osebna posojila</li> </ul>
Predhodna zaposlitev	<ul style="list-style-type: none"> <li>– izkušnje pri podobnem delu</li> <li>– priznan specialist ali nekdo, ki je imel velike dosežke na tem področju</li> <li>– znanja iz raznovrstnih poslovnih funkcij</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– izkušnje na poslovnem področju</li> <li>– izkušnje na ravni srednjega managementa</li> <li>– izkušnje na storitvenih področjih</li> </ul>
Osebnostne značilnosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>– trdnega mnenja in prepričljiv</li> <li>– ciljna usmerjenost</li> <li>– inovativen in idealističen</li> <li>– visoka raven samozaupanja</li> <li>– mora biti sam svoj gospodar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– fleksibilna in tolerantna</li> <li>– ciljna usmerjenost</li> <li>– ustvarjalna in realistična</li> <li>– srednja raven samozaupanja</li> </ul>
Zgodovina	<ul style="list-style-type: none"> <li>– starost ob ustanovitvi: 25–35</li> <li>– oče je bil samozaposlen</li> <li>– visoka šola</li> <li>– poslovna ali tehnična usmeritev</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– starost ob ustanovitvi: 35–45</li> <li>– oče je bil samozaposlen</li> <li>– visoka šola</li> <li>– usmeritev v družbene vede</li> </ul>
Podporne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>– prijatelji, strokovni znanci</li> <li>– poslovni partnerji</li> <li>– zakonec</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– bližnji prijatelji</li> <li>– zakonec</li> <li>– družina</li> <li>– ženska strokovna druženja</li> </ul>
Dejavnost/panoga	<ul style="list-style-type: none"> <li>– industrija ali gradbeništvo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– storitve</li> <li>– izobraževanje, svetovanje ali odnosi z javnostmi</li> </ul>

Vir: Antončič idr. 2002, 97.

V preglednici 1 smo predstavili bistvene razlike med podjetniki in podjetnicami. Razlike so opazne pri motivaciji, starosti ob ustanovitvi podjetja, poklicnih izkušnjah, izobrazbi in dejavnostih, ki jih opravljajo. Neodvisnost in dosežki so najbolj pomembni pri podjetnikih in podjetnicah ob ustanovitvi podjetja. Tako moški kot ženske imajo podobne izhodiščne točke, oboji imajo velik interes za ustanovitev novega podjetja, le da je moškim lažje, saj imajo več izkušenj že iz prejšnje zaposlitve. Ženske v večini gredo na samostojno podjetniško pot, ker so bile s prejšnjo službo nezadovoljne, in jim je ta prehod težji. Pri virih financiranja oboji največ uporabljajo lastne prihranke, le pri moških je vidna razlika, da pridobijo tudi bančne kredite in zaprosijo za finančno pomoč prijateljev in sorodnikov.

Starost je pri ustanovitvi novega podjetja pri ženskah višja, med 35. in 45. letom, medtem ko je pri moških med 25. in 35. letom. Razlikujejo se tudi po izobrazbi, saj imajo moški tehnično ali poslovno izobrazbo, ženske pa so izobražene v družbenih vedah. Prav tako se razlikujejo v podpornih skupinah. Moški na prvo mesto postavijo prijatelje in nato žene, ženske pa kot glavno podporo može, potem so prijatelji in poslovni partnerji (Antončič idr. 2002, 96).

Ženske se pri ustanovitvi podjetja pogosteje odločijo za storitveni sektor kot za proizvodnega. Začetni posli, ki jih ženske začnejo, vključujejo nižje naložbe kot moška podjetja, kar pomeni, da so tudi manj pripravljene tvegati. Ženske se odločijo ustanoviti manjša podjetja kot moški in tako je tudi upravljanje cenejše, kar pa ne pomeni slabših rezultatov (Antončič idr. 2002, 98).

Ženske so pri vodenju bolj empatične in odzivne kot moški, nagnjene pa so k hitrim razpoloženskim spremembam. Sodelavci moške dojemajo kot bolj odgovorne za opravljanje določenih nalog, čeprav so raziskave potrdile, da so ženske pri vodenju podjetja bolj učinkovite kot moški, imajo več vodstvenega potenciala. Ženski slog vodenja odlikujejo potrpežljivost, natančnost, sodelovanje s sodelavci, spodbujanje timskega dela, demokratičnost, previdnost. Veliko managerskih spretnosti ženske pridobijo v materinski vlogi, saj so si podobne, kot npr. tempo, organiziranje, učenje, opazovanje. Veliko razlik med spoloma se pri dečkih in deklicah opazi že v otroštvu, kjer je dečkom pomembno zmagati, deklicam pa sodelovati. Podobno je tudi pri moškem in ženskem vodenju. Ženske stremijo k temu, da se gradi kolektiv na medsebojnem razumevanju, veliko vlagajo v kadre, razvoj in zadovoljstvo.

### 3 ŽENSKO PODJETNIŠTVO

Žensko podjetništvo se je začelo razvijati v razvitih državah že ob koncu sedemdesetih let prejšnjega stoletja, kar je posledično privedlo tudi do številnih raziskav. V Sloveniji se je podjetništvo začelo uveljavljati šele po letu 1990 ob sprejemu zakona o podjetjih. Začela so nastajati mala in srednja podjetja in v podjetništvo so se začele vključevati tudi Slovenke. Danes se na podjetniško pot še vedno vključuje več moških kot žensk. Žensko podjetništvo lahko veliko pripomore h gospodarskemu razvoju, če imajo podjetnice enake pravice in možnosti kot podjetniki. Žensko podjetništvo še vedno predstavlja majhen odstotek ženske delovne sile. Ženske in moški se srečujejo z različnimi ovirami, ki so izrazitejše pri ženskah, kažejo pa se na finančnem področju, pomanjkanju izobrazbe in izkušenj, velikokrat naletijo tudi na diskriminacijo.

#### 3.1 Opredelitev ženskega podjetništva

Žensko podjetništvo se povečuje v svetu in prav tako v Sloveniji. Njegov pomen se širi tako v razvitih kot nerazvitih državah sveta. Žensko podjetništvo krepi gospodarstvo in ima velik pomen za socialne, politične in ekonomske novosti. Odločitev žensk za podjetništvo je precej bolj zapletena kot pri moških. Ženske, ki se odločijo za podjetništvo, hočejo biti v življenju neodvisne in izenačiti razmerje med družino in družbo. S tem ko ustvarijo svoje podjetje, so bolj fleksibilne in svobodne pri usklajevanju družine in dela. Trend vključevanja žensk v podjetništvo se povečuje, ampak glede na populacijo, ki jo zajemajo ženske, je delež žensk v podjetništvu še vedno majhen.

Žensko podjetništvo znanstveniki proučujejo, ker je od pojava prvih žensk podjetnic pa vse do danes kazalo določene specifike, ki jih kot raziskovalci podjetništva preprosto ne moremo zanemariti (Ruzzier idr. 2008, 72).

Goffee in Scase (1985) in Monaci (1997) (povz. po Ruzzier idr. 2008, 72) ugotavljajo, da bi lahko najbolj pogoste profile podjetnic v ženskem podjetništvu poiskali med naštetimi:

- ženske, ki ustanovijo posel kot alternativo brezposelnosti;
- v uspeh usmerjene ženske, za katere podjetništvo ni naključna ali obvezna izbira, ampak dolgoročna karierna strategija;
- ženske, ki so zelo usmerjene k doseganju uspeha in so ponavadi brez otrok, ki vidijo podjetništvo kot priložnost za samoizpopolnjevanje ali pa kot priložnost za premagovanje ovir, na katere so naleteli v podjetjih, kjer so prej delale;
- tradicionalistke, kjer je zaradi družinskega ozadja vodenje posla dolga tradicija.

Dolenc (2008) povzema, da se bo delež podjetnic povečal, če se bo krepila zavest žensk za samozaposlitev. Prav tako se mora tudi spodbujati ženske, da se odločijo za lastno podjetje, s tem, da se okrepi predstava uspešnih podjetnic v javnosti. Izboljšati se mora tudi informiranje

o načinu financiranja in mehanizme, ki naj bi spodbujali ženske k podjetništvu, da bi bili bolj učinkoviti.

Ključnega pomena za več ženskih podjetnic je, da se krepí samozavest. Ženske je treba k podjetništvu spodbujati in jim predstavljati uspešne podjetnice v javnosti. Treba je tudi izboljšati načine financiranja in mehanizme, ki izboljšujejo žensko podjetništvo. Sredstva so v podjetništvu zelo pomembna, da lahko uresničimo določeno vizijo in projekte.

### **3.2 Pomen ženskega podjetništva**

Glas in Pšeničny (2000, 165) pravita, da je ženska podjetniška moč s stališča države potrebna, ker se ženska podjetja trudijo pridobivati materialne vire za preživetje družin, podjetnice priskrbijo otrokom možnost, da nadaljujejo šolanje, izboljšujejo kakovost življenja družin in poskrbijo, da se ustvarjajo nova delovna mesta.

Pahor (2005) navaja, da se pomen ženskega podjetništva povečuje v tistih ekonomijah, ki so že razvite, kot tudi v tistih, ki so še v razvoju. Vedno več žensk iz različnih okolij in z različnimi izkušnjami se zanima zanj.

Ruzzier idr. (2008, 75) navajajo, da so podjetja, ki jih sestavljajo in vodijo ženske, naravnana k premišljenemu pristopu. Ženske imajo določen managerski model, karakteriziran z jasnim in razumskim sosledjem dejanj – identifikacija priložnosti, preskrba s sredstvi, proizvodnja in prodaja izdelkov in/ali storitev. Ženske razkrivajo tudi različne zmožnosti v spreminjajočem se vodenju – managerski slog, ki išče pozitivne interakcije, da bi gojil zaupne povezave in odnose s podrejenimi.

### **3.3 Težave in ovire za podjetnice**

Žensk podjetnic je manj kot moških, čeprav ženske predstavljajo večji odstotek populacije in polovico aktivnega prebivalstva. Podjetnice verjamejo, da nimajo ustreznega znanja in veščin za ustanovitev lastnega podjetja. Dva pomembna razloga, ki onemogočata vstop podjetnic v podjetništvo, sta tudi pomanjkanje samozavesti oz. samozaupanja in vloga ženske v družbi (mama, žena, gospodinja). Poleg tega se težave kažejo tudi pri pridobivanju finančnih sredstev, ki jih ženske težje pridobijo kot moški, v pomanjkanju trženjskega znanja, socialnih težavah in konkurenci drugih podjetij.

Ruzzier idr. (2008, 73–74) menijo, da so za žensko podjetništvo v zahodnih državah najbolj znane tri ovire. Prva je sociokulturni status ženske, ki identificira primarno vlogo ženske v družinskih in domačih odgovornostih in v mnogih pogledih zmanjša verodostojnost žensk ob vzpostavljanju posla. Druga ovira je dostop do omrežij in podpornih sistemov, ki nudijo informacije in pomoč. Kot zadnjo oviro pa navajajo dostop do kapitala.

V nadaljevanju naloge bomo podrobneje opisali težave in ovire, s katerimi se srečujejo ženske podjetnice.

### ***3.3.1 Diskriminacija***

Veliko žensk se odloči ustvariti svoje podjetje le, da bi se izognilo spolni diskriminaciji, ampak se s to težavo srečujejo tudi, ko so samozaposlene. Ni kazalcev, ki bi kazali, da so ženske svoje delo opravile slabše od moških, ampak še vedno velja prepričanje, da so moški v managerskem delu boljši. Zaradi takšnega mišljenja imajo ženske težave z dobavitelji, finančnimi ustanovami in pri strankah, saj ne uspejo pridobiti njihovega zaupanja. Veliko žensk meni, da je prav spolna diskriminacija težava za pridobitev kakšnega novega posla.

### ***3.3.2 Pomanjkanje samozavesti***

Eden najbolj osebnih razlogov je pomanjkanje zaupanja vase in samozavesti. S tem je tudi povezano nezaupanje v lastno poslovno idejo. Samozavest v podjetništvu zraste iz obvladovanja posla, ki ga opravljamo. Dejstvo je, da našo samozavest najbolj oblikujejo vzgoja in socialne izkušnje v družini. Žal nas od malih nog učijo, da ni dovoljeno delati napak ali pa smo za napake celo kaznovani. Biti podjetnik pa pomeni preizkušati ideje, delati napake in se iz njih učiti. Naše šole mlade ljudi vzgajajo za zaposlene, zato je toliko več ljudi, ki iščejo zaposlitev, kakor je podjetnikov.

Žagar (2011, 26–27) daje nasvet, da je treba začeti poslušati samega sebe in svoje občutke. Razmisliti je treba o svojih talentih, sposobnostih in zmožnostih ter se jih začeti zavedati. Narediti napako ne pomeni nič slabega, več kot jih naredimo, bliže smo uspehu, ki si ga želimo. Samozavest se gradi na drobnih neuspehih, ki prinašajo nove izkušnje in lekcije. K lažji uresničitvi podjetniške poti lahko veliko pripomore mentor, ki posameznika usmerja in vodi, ali svetovalni center. Slednjih je v Sloveniji kar nekaj (npr. Center za žensko podjetništvo – Zaupam vase!, Zavod mladi podjetnik, Data ...).

### ***3.3.3 Finančne ovire***

Pogosta težava pri ženskih podjetnicah je dostop do finančnih sredstev za ustanovitev in razvoj podjetja. Večina podjetnic raje za ustanovitveni kapital uporabi lastne prihranke in posojila od družine in prijateljev kot pa bančna posojila. Pri zagonu podjetja se srečujejo s slabo podporo in mnogimi finančnimi omejitvami. Razlog za prevlado neformalnih virov financiranja pri podjetnicah lahko iščemo v pomanjkanju informiranja podjetnic o možnih oblikah financiranja, prav tako vplivata velikost in vrsta podjetij, ki so pretežno storitvena, kjer je potreba po kapitalu manjša in so verjetno nezanimiva za investitorje. Pri ženskah morebitno pomanjkanje izkušenj s financami in poslovnimi posojili velikokrat premaga željo po realizaciji poslovnih ambicij.

Pri tem se vse bolj kaže ključna vloga podpornih sistemov organizacij, finančnih ustanov, države in Evropske unije (EU) pri razvoju ženskega podjetništva (Žagar 2010, 34–36).

### **3.3.4 Pomanjkanje izkušenj**

Pomanjkanje izkušenj predstavlja eno od večjih ovir v ženskem podjetništvu. Po nekaterih raziskavah so ženske bolj izobražene kot moški, tudi se več dodatno izobražujejo. Gre za pomanjkanje managerskih in podjetniških izkušenj. Zelo malo je verjetno, da imajo ženske, ki so ustanovile novo podjetje, predhodne vodstvene izkušnje. Posledično se velikokrat srečujejo s težavami, kot so pridobivanje financ, marketing in upravljanje z zaposlenimi.

## **3.4 Podpora in pospeševanje ženskega podjetništva**

Podjetniki in podjetnice potrebujejo v začetni fazi ustanavljanja podjetja podporni in svetovalni sistem, ki jim omogoči dostop do različnih vrst informacij, nasvetov in določenih virov. Podjetnikom in podjetnicam podpora pomeni moralno in strokovno podporo. Posamezniki se sami odločijo, kdo bo sestavljal njihovo podporno mrežo, zaradi tega se povezujejo z različnimi osebami in organizacijami. Podporni sistemi so pomembni tako v začetni fazi ustanavljanja novega podjetja kot potem, saj pripomorejo tudi k pridobivanju kapitala. Na podjetniški poti so lahko podpora starši, bratje in sestre, drugi sorodniki ali drugi podjetniki in na koncu tudi država, ki pomaga z različnimi institucijami.

Antončič idr. (2002, 94) delijo mreže na tiste za moralno podporo in za strokovno podporo. Mrežo za moralno podporo sestavljajo člani družine in prijatelji. Večina podjetnikov in podjetnic pravi, da imajo za največjo oporo zakonske partnerje, saj jim med drugim dovoljujejo, da posvetijo veliko časa novemu podjetju. Tudi prijatelji so dobra podpora, saj delijo odkrite nasvete, ponujajo spodbude, razumevanje in pomoč. V oporo so tudi sorodniki (otroci, starši, tete in strici itd.), še posebej, če so tudi sami podjetniki. K strokovni podpori pa spadajo mentorji, poslovni partnerji in panožne organizacije.

Na voljo je več vrst podpornih institucij, ki na žensko podjetništvo vplivajo posredno ali neposredno. Sem spadajo vladne in nevladne organizacije, različna podporna središča, ki omogočajo finančno pomoč, univerze in razvojne agencije. Ta združenja delujejo na lokalni, državni in mednarodni ravni.

Glas in Pšeničny (2000, 176) menita, da bi bilo za večje vključevanje podjetnic v podjetniško pot koristno:

- podpreti način, ki bi pomagal odpraviti zaplete pri vstopu na samostojno podjetniško pot;
- v času šolanja bolje predstaviti podjetništvo, da bi se več podjetnic odločilo zanj;
- ustanoviti institucije, ki bi ženskam pomagale tudi pri družinskih obveznostih;
- omogočiti izobraževanje na različnih področjih;



- ustanoviti več institucij, kjer bi si podjetnice izmenjavale informacije;
- spodbujati več žensk k mentorstvu;
- oblikovati informacijsko bazo o ženskih podjetjih, kjer bi se spremljalo njihove težave;
- povečati prisotnost udeleženk v podjetniški mreži, jim olajšati dostop do kapitala in poslovnih prostorov.

Poleg zgoraj napisanega bi bilo za pospeševanje ženskega podjetništva treba zagotoviti finančna sredstva za posojila in nepovratna sredstva, s katerimi bi spodbujali k nastajanju novih podjetij in tudi že obstoječa podjetja. Za spodbujanje žensk v podjetništvu bi bilo dobro ustanoviti posebne programe, da bi spodbudili inovativnost žensk, zagotovili podporo izobraževanju žensk podjetnic in sestavljanju mrež.

V teku so že nekatere institucije in programi, ki na različne načine spodbujajo žensko podjetništvo. V nadaljevanju bomo opisali eno takih institucij.

#### *Evropska mreža mentorjev žensk podjetnic*

Projekt je usmerjen v pospeševanje in podporo ženskemu podjetništvu preko štirih sklopov aktivnosti:

- izbor mentorjev žensk podjetnic (sem sodijo tako uspešne podjetnice kot podjetniki),
- izbor mentorirank (žensk podjetnic začetnic, ki imajo podjetje več kot eno leto, ki želijo naprej razvijati svoje podjetje in posel),
- vzpostavljanje mreže oz. sodelovanja med mentorji in mentorirankami,
- vzpostavljanje mednarodnih povezav med mentorji in mentorirankami v drugih evropskih nacionalnih mrežah (ki so prav tako vključene v projekt na evropski ravni).

V ta projekt so vključene tudi slovenske podjetnice, ki imajo s tem možnost vzpostavljanja novih poslovnih stikov, izmenjave izkušenj in poslovnih praks. V sam program se lahko vključijo mentorice, ki so podjetnice, imajo podjetje vsaj eno leto, vsaj enega zaposlenega, so v fazi razvoja posla oz. podjetja in iščejo zunanjo pomoč oz. podporo (Podjetniški portal 2018).

Različne raziskave so potrdile, da so ženske podjetnice v Sloveniji deležne premajhne podpore in različnih pomoči. Težave se kažejo v nezadostni finančni pomoči države, preveč zapletenih postopkih pri ustanavljanju novega podjetja, slabi informiranosti in na splošno neprijaznem sistemu za podjetnice. Tudi Slovenija ima različne programe in organizacije, ki nudijo podjetnicam pomoč pri ustanovitvi novega podjetja. Namen programov je spodbuditi ženske k podjetništvu in jim pomagati priti do različnih informacij in znanj, ki jih bodo potrebovale na podjetniški poti. V nadaljevanju naloge je predstavljenih nekaj najpomembnejših organizacij, ki spodbujajo žensko podjetništvo.

### *Društvo poslovnih žensk Slovenije – FAM*

Društvo poslovnih žensk Slovenije – FAM združuje najuspešnejše managerke in poslovne ženske iz vse Slovenije, ne glede na status podjetja oz. institucije, v katerih delujejo. Namen društva je, da povezuje članice in jih spodbuja na njihovem poklicnem področju ter nudi članicam podporo pri zaščiti njihovih poklicnih interesov (FAM, Društvo poslovnih žensk 2018).

### *Dogodek 500 podjetnic*

500 podjetnic je največji dogodek ženskega podjetništva v Sloveniji. To je dogodek, ki na enem mestu združi podjetnice, omogoča nova prijateljstva, podjetnice si večajo prepoznavnost, se povezujejo in si pomagajo (500 podjetnic 2014).

### *MEMA – Mreža za enake možnosti*

Mreža za enake možnosti želi prispevati k dvigu ekonomske neodvisnosti žensk, jih spodbuditi k medsebojnemu povezovanju v organizirane združbe in doseči boljše vključevanje žensk v gospodarstvo. V tem projektu sodeluje tudi Zavod za zaposlovanje kot eden izmed partnerjev. Gre predvsem za projekt za podporo ženskega podjetništva v Sloveniji. Cilj samega projekta je ozaveščati o enakosti spolov in spodbujati večje vključevanje žensk v gospodarstvo in boljšo organiziranost podjetnic v vseh slovenskih regijah. Ciljna skupina projekta so izobražene ženske, nosilke podjetij oz. delodajalke v majhnih in srednje velikih podjetjih (Zavod RS za zaposlovanje b. l.).

Ob koncu naj poudarimo, da ženske pri ustanovitvi novega podjetja potrebujejo drugačne spodbude kot moški, a žal je pri nas tega še vedno premalo. Več spodbud bi moralo biti na ravni pozitivnega mišljenja, motiviranja in naravnosti k ciljem. To so spodbude, ki jih ženske potrebujejo za uspešen zagon in razvoj podjetja.

### **3.5 Analiza ženskega podjetništva v Sloveniji**

Ko obravnavamo stanje vključenosti žensk v slovensko podjetništvo v primerjavi z moškimi, so razlogi za podjetniško kariero žensk še vedno manj ugodni kot za moške. Ženska se odloči ustanoviti lastno podjetje, ker želi biti sama svoj šef in za svoje osebno zadovoljstvo, medtem ko ji ugled, prestiž, denar in kariera ne pomenijo toliko kot moškim. Podjetnice so tudi pripravljene tvegati manj kot moški, zato imajo večinoma majhna podjetja.

Po raziskavah GEM smo v Sloveniji v letu 2016 zasledili vnovičen večji odstotek žensk, ki so bile podjetniško aktivne (31,8 %) (glej preglednico 2). V primerjavi z ostalimi državami iz raziskave smo še vedno v zaostanku, zato ne moremo govoriti o znatnem povečanju podjetnic

v podjetniški aktivnosti. Slovenija je bila na 54. mestu izmed vseh 65 držav, vključenih v raziskavo GEM (Rebernik idr. 2017, 19–20).

### Preglednica 2: Značilnosti podjetništva v Sloveniji po raziskavi GEM

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja		Nova podjetja		Nastajajoča + nova podjetja		Ustaljena podjetja	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Vključenost v podjetništvo (% populacije)	3,22	5,06	2,79	3,08	5,91	8,02	4,21	6,75
Spol (% populacije)								
Moški	4,4	6,8	4,1	4,1	8,41	10,83	6,06	9,71
Ženske	1,9	3,3	1,4	2,0	3,27	5,06	2,22	3,62
Spol (% podjetnikov)								
Moški	70,6	68,5	76,0	67,8	72,1	69,4	73,4	73,9
Ženske	29,4	31,5	24,0	32,2	27,9	30,6	26,6	26,1

Vir: Rebernik idr. 2017, 52.

Iz preglednice 2 lahko razberemo, da je odstotek žensk, ki se vključujejo v podjetništvo, med letoma 2015 in 2016 narasel v vseh fazah podjetniške aktivnosti.

Položaj podjetnic v Sloveniji in njihov način dela se močno razlikujeta od moških podjetnikov. Podjetnice se lotijo posla na drugačen način kot podjetniki, saj so bolj čustveno naravnane. Moški stremijo k občudovanju, naklonjenosti in priznavanju. Ženske imajo drugačne čustvene potrebe, kot so spoštovanje, varnost in razumevanje. Za pričetek posla mora biti ženska prepričana v svoj prav oz. samozavestna. Obenem težko ločijo poslovno življenje od zasebnega, kjer je viden konflikt med delom in družino. Ženska ima dve vlogi, v podjetju in družini. Velika razlika med žensko in moškim se kaže tudi v opravljanju posla, saj moški še vedno ne sprejemajo žensk kot vodij v smislu, da ne opravijo posla enako dobro kot moški. Pomembno je, da si ženske zgradijo avtoriteto in vzpostavijo zaupanje med poslovnimi partnerji in zaposlenimi. V nadaljevanju bomo pregledali podjetniško aktivnost žensk in moških v Sloveniji po starosti, izobrazbi in dohodku gospodinjstva.

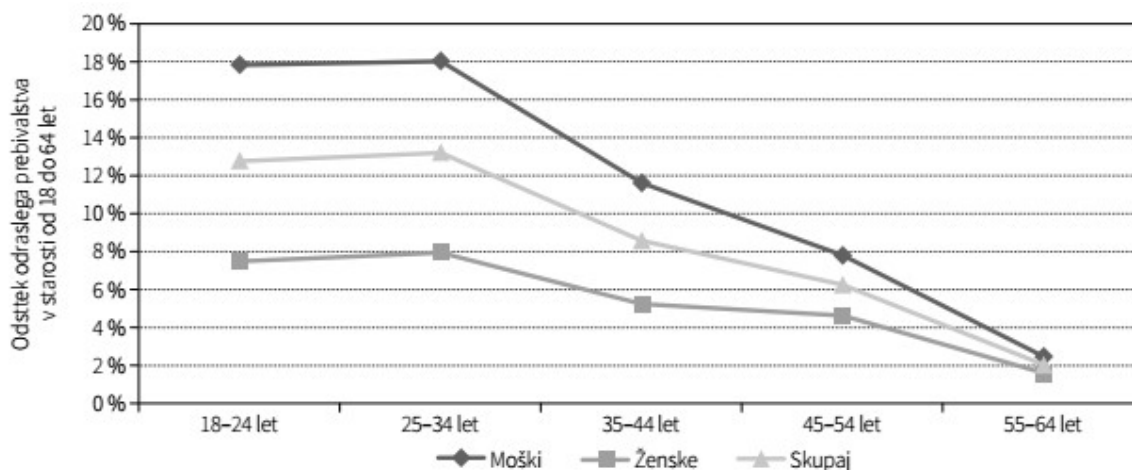
V letu 2016 je bil v Sloveniji po raziskavah GEM viden vnovičen porast deleža zgodnje podjetniške aktivnosti žensk (31,8 %), a kljub temu zaostajamo za drugimi državami (Rebernik idr. 2017, 19–20). Slovenija zaostaja tudi po kazalniku ustaljene podjetniške aktivnosti žensk,

tako da so ženske še naprej pomemben neizkoriščen potencial, predvsem zato, ker se jih večina odloči za samostojno podjetniško pot zaradi nujnosti. Vrednost zgodnje podjetniške aktivnosti žensk je v letu 2016 narasla na 29,4 %. Raziskave kažejo, da ena tretjina žensk meni, da nimajo znanja ali veščin za ustanovitev podjetja (Rebernik idr. 2017, 20).

### Starost

Podjetniško pot lahko začnemo v kateremkoli starostnem obdobju, pojavi se le razlika v izkušnjah in znanju, saj mladi po končani šoli še nimajo izkušenj kot starejši. Se pa starejši slabše navajajo na nova znanja in prilagajajo spremembam.

Zgodovina podjetnikov in podjetnic je velikokrat podobna, le da večina žensk začne ustanavljati svoje podjetje v višji starosti, in sicer med 35. in 40. letom. Moški začnejo ustanavljati podjetja bolj zgodaj, med 25. in 35. letom (Antončič idr. 2002, 98).



**Slika 1: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol**

Vir: Rebernik idr. 2017, 110.

Po raziskavah GEM podatki za Slovenijo za leto 2016 kažejo, da je podjetniška aktivnost največja med 18. in 34. letom starosti (slika 1). Podjetniška aktivnost po spolu je po posameznih skupinah usklajena (Rebernik idr. 2017, 109).

### Izobrazba

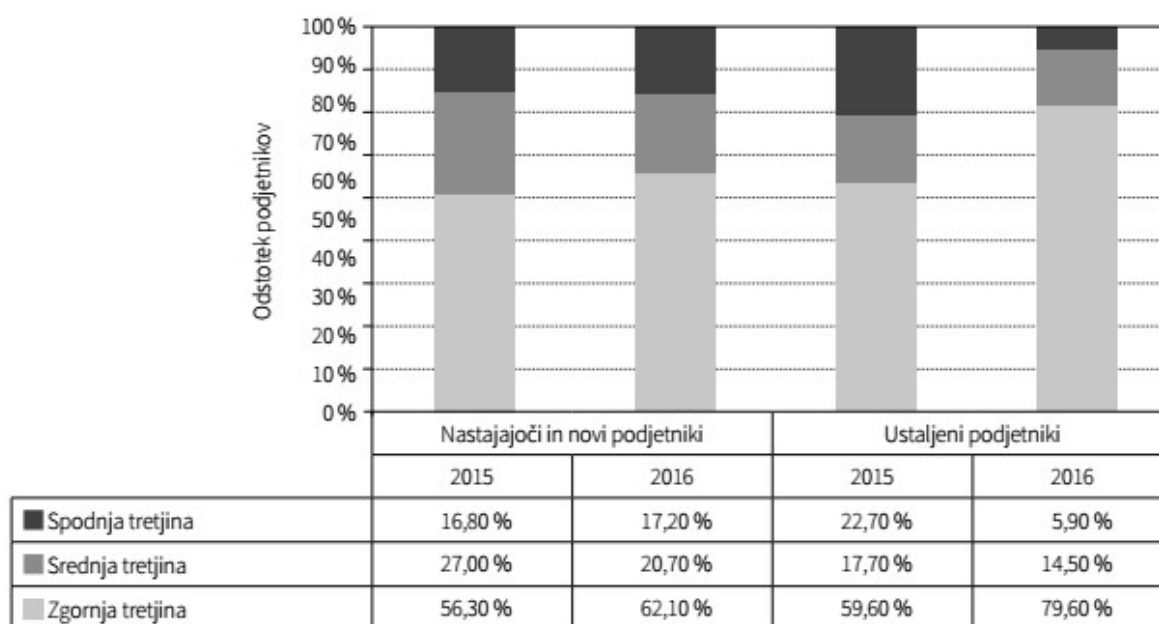
V raziskavah so se osredotočili tudi na izobrazbo podjetnikov. Čeprav so nekateri menili, da imajo podjetniki nižjo raven izobrazbe kot ostala populacija, to ne drži. Izobrazba je pri podjetniku zelo pomembna. Njen pomen ni le v ravni dosežene izobrazbe, ampak pomaga tudi pri reševanju težav, s katerimi se srečuje podjetnik. Podjetnice so bile včasih na slabšem glede vrste in kakovosti izobrazbe, kar se je danes izboljšalo. Podjetniki in podjetnice se za

izobraževanje zanimajo predvsem na področjih financ, strateškega načrtovanja, trženja in managementa (Antončič idr. 2002, 90).

Po raziskavah GEM se je v letu 2016 najbolj povečal odstotek tistih podjetnikov, ki so imeli srednješolsko izobrazbo (tako novih kot nastajajočih podjetnikov). Podatki, ki so razvidni iz raziskav, niso najbolj spodbudni, saj imajo podjetniki z višjo izobrazbo tudi več vodstvenih sposobnosti za vodenje podjetja in s tem ustvarjajo tudi nova delovna mesta. Izobrazba je pomembna za kakovost podjetniške aktivnosti. Podjetnikom s srednješolsko izobrazbo velikokrat primanjkuje strokovnega znanja in so izpostavljeni neuspehom (Rebernik idr. 2017, 114).

### *Dohodek gospodinjstva*

Finančna sredstva, s katerimi lahko razpolagamo, so najpomembnejši dejavnik pri ustanovitvi podjetja. Raziskava GEM razvršča gospodinjstva glede na raven dohodka v tri primerjalne razrede in analizira vsakega posebej za nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike. Če je dohodek neenako razdeljen, ima dvojne učinke. Nekateri ljudje so potem motivirani za inovativnost, svoj položaj si izboljšajo s trdim delom, na drugi strani pa se pojavi revščina in socialni problemi (Rebernik idr. 2017, 116–117).



**Slika 2: Dohodkovni razredi in podjetništvo**

Vir: Rebernik idr. 2017, 118.

Slika 2 prikazuje odstotek nastajajočih in novih podjetnikov ter ustaljenih podjetnikov po dohodkovnih razredih v letih 2015 in 2016. Viden je velik porast odstotka zgodnjih in ustaljenih podjetnikov iz visokega razreda. Zmanjšal pa se je odstotek novih in nastajajočih podjetnikov iz srednjega in spodnjega razreda (Rebernik idr. 2017, 118).

## **4 RAZLIKE MED SPOLOMA PRI VKLJUČEVANJU V PODJETNIŠKO AKTIVNOST**

Podjetniki in podjetnice se pri vključevanju v podjetniško aktivnost razlikujejo. Pri podjetnicah so razlike vidne v njihovih izkušnjah, motivaciji in velikosti podjetij, ki jih vodijo. Razlike so tudi v načinu pridobivanja finančnih sredstev za zagon podjetja, v podpori, ki so je deležne, in v ovirah, ki jim otežujejo podjetništvo. V nadaljevanju naloge bomo podrobneje raziskali razlike med podjetniki in podjetnicami v Sloveniji.

### **4.1 Analiza razlik med podjetniki in podjetnicami v Sloveniji**

Z raziskavo želimo ugotoviti razlike med podjetniki in podjetnicami v Sloveniji glede na starost, stopnjo izobrazbe in še druge razlike. Ugotoviti želimo tudi, ali se naše ugotovitve ujemajo z ugotovitvami dosedanjih raziskav ali od njih odstopajo.

#### **4.1.1 Opis vzorca**

Populacija, ki smo jo zajeli v raziskavo, so podjetniki in podjetnice iz Slovenije ne glede na velikost in pravno-organizacijsko obliko podjetja. Bazo podatkov smo pridobili preko osebnih kontaktov, poslovnega imenika Bizi.si in spletnega portala 500 podjetnic. Anketo smo poslali po elektronski pošti na naslove izbranih podjetnikov in podjetnic. Anketa je bila poslana na 200 naslovov. Na anketo je odgovorilo 96 anketirancev iz Slovenije, od tega je bilo 48 oseb moškega spola in 48 oseb ženskega spola.

#### **4.1.2 Metoda zbiranja podatkov**

Podatke za izvedbo raziskave smo zbrali s pomočjo vprašalnika. Vprašalnik je vseboval 14 vprašanj, ki smo jih sestavili sami (priloga 1). Od vseh vprašanj je bilo devet vprašanj zaprtega tipa, štiri polodprtega tipa in eno vprašanje odprtega tipa. Vprašanja so bila sestavljena na osnovi proučene literature, ki opisuje razlike med podjetniki in podjetnicami v Sloveniji.

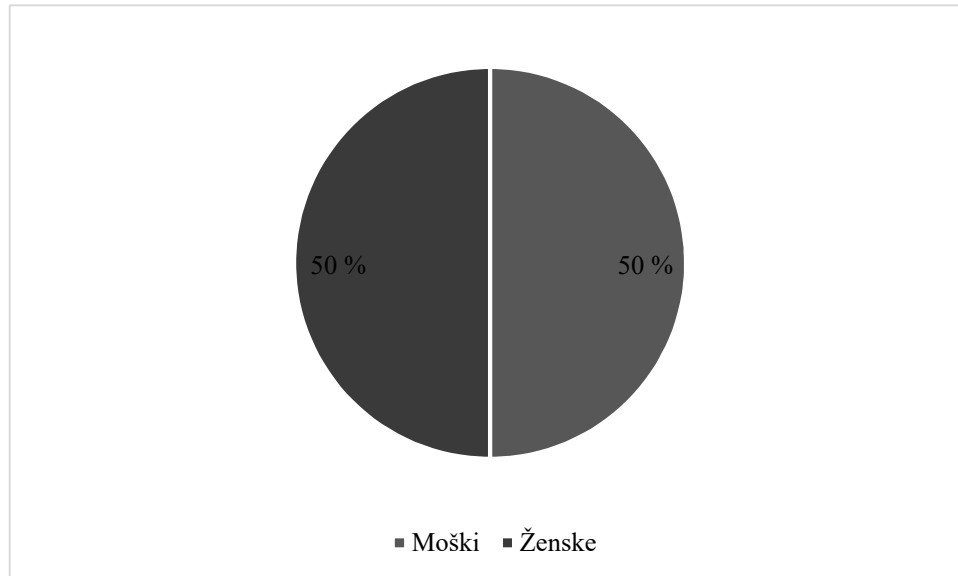
V uvodnem delu vprašalnika smo anketirance seznanili z namenom raziskave in jih opomnili, da je vprašalnik anonimen. Anketo smo izvedli v elektronski obliki s programom MojaAnketa.si. Za ta program smo se odločili, ker je postopek zbiranja in obdelave podatkov hiter in enostaven. Do anketnega vprašalnika sta vodili dve povezavi. Ena je bila namenjena podjetnikom, druga pa podjetnicam. Takšen način zbiranja podatkov je veliko preglednejši tudi za kasnejšo obdelavo. Reševanje ankete je potekalo od 6. junija do 20. junija 2018.

Podatke smo obdelali s pomočjo programa Microsoft Office Excel. Rezultate smo prikazali v obliki grafov in tabel. Ob koncu smo naše ugotovitve raziskave primerjali z že izvedenimi raziskavami in ugotovili, ali je prišlo do odstopanj.

## 4.2 Analiza rezultatov

Rezultate raziskave bomo prikazali za vsako vprašanje posebej.

Glede na spol je bilo izmed 96 anketiranih podjetnikov 48 žensk in 48 moških (slika 3). Anketirali smo enak delež žensk kot moških zaradi uravnoteženosti raziskave.

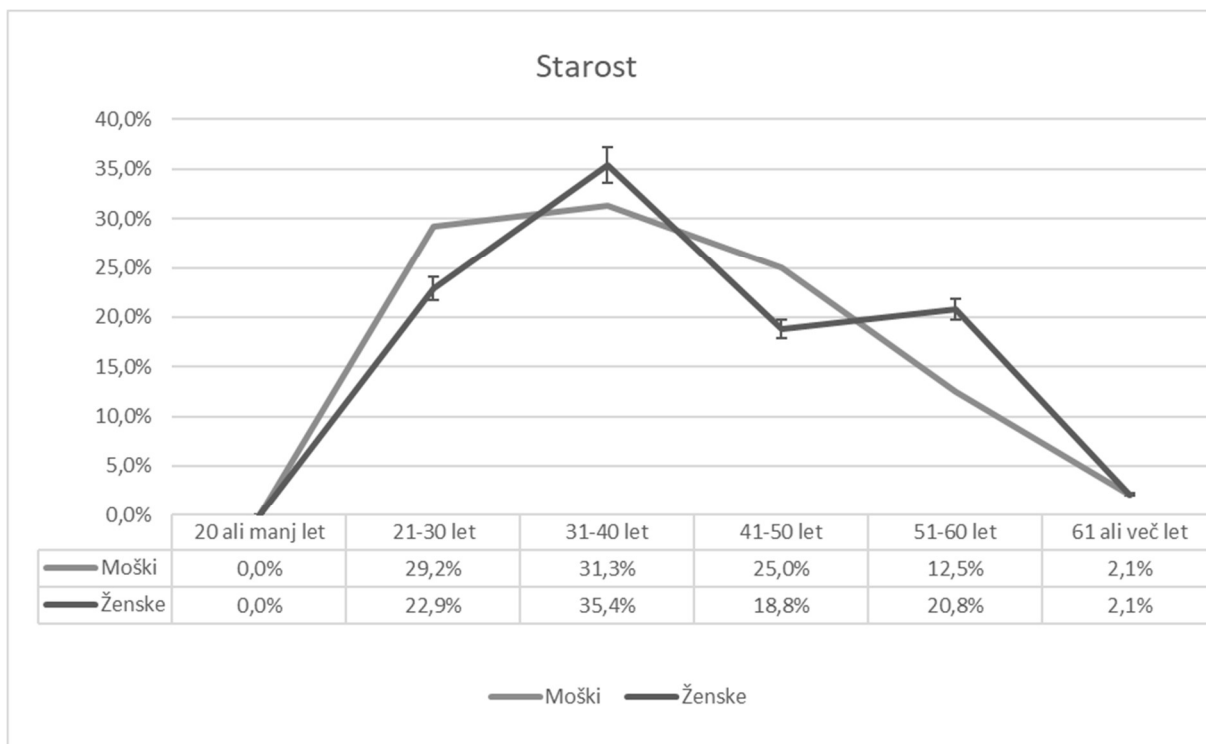


**Slika 3: Spol anketirancev**

### *Vprašanje št. 1: Starost*

Pri tem vprašanju nas je zanimala starost podjetnikov in podjetnic v Sloveniji. Iz slike 4 lahko razberemo, da je največ anketiranih podjetnikov in podjetnic v starostni skupini 31–40 let. Delež podjetnic (35,4 %) je nekoliko večji od podjetnikov (31,3 %). Večji odstotek podjetnikov kot podjetnic je v starostnih skupinah 21–30 let in 41–50 let. Večji odstotek podjetnic je v starostni skupini 51–60 let, medtem ko sta v skupini 61 in več let odstotka enaka (2,1 %).

Po raziskavi GEM je prikazan največji odstotek ustaljenih podjetnikov v starosti 35–54 let (Rebernik idr. 2017, 104). Ugotovimo lahko, da zaradi različne velikosti razredov primerjava ni možna, so pa starosti podjetnikov in podjetnic primerljive.



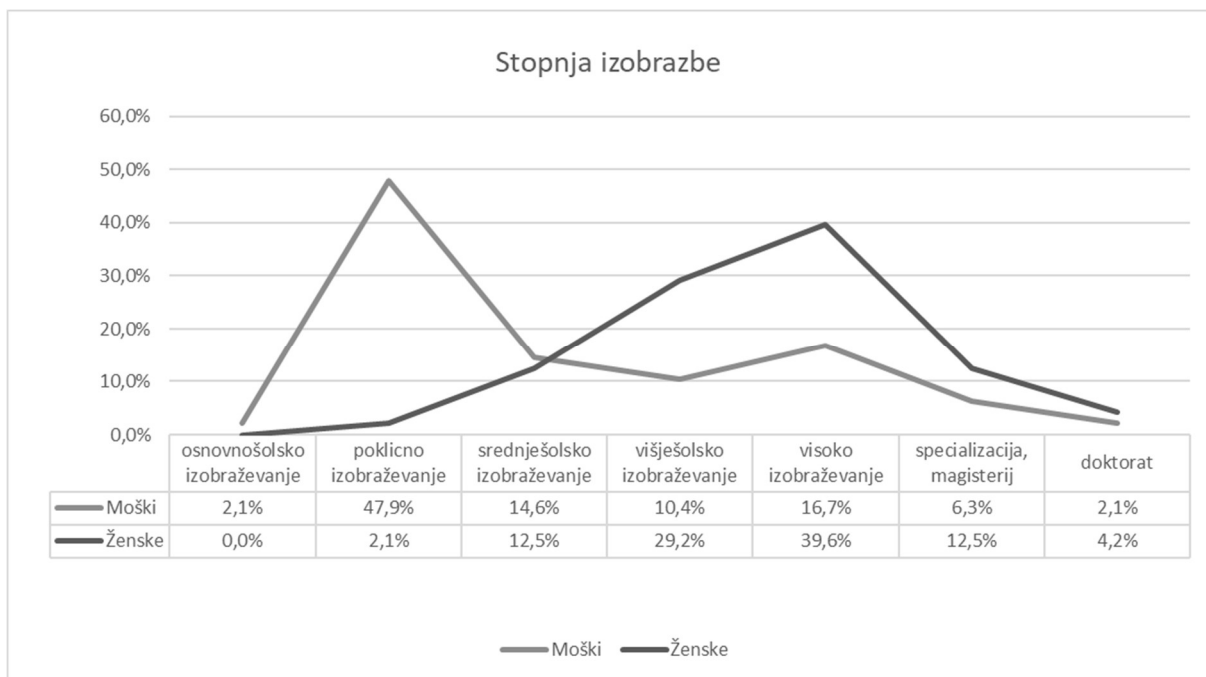
**Slika 4: Starost anketirancev**

*Vprašanje št. 2: Stopnja izobrazbe*

Slika 5 prikazuje izobrazbo anketiranih podjetnikov in podjetnic. Največ podjetnikov ima poklicno izobrazbo (47,9 %) in visoko izobrazbo (16,7 %). Iz slike je razvidno, da so podjetnice po rezultatih ankete bolj izobražene. Največ anketiranih podjetnic ima namreč končano visoko šolo (39,6 %) in višjo šolo (29,2 %).

V naši raziskavi je bilo opaziti nekaj odstopanj od raziskave GEM. V raziskavi GEM je bil največji delež ustaljenih podjetnikov in podjetnic s srednješolsko izobrazbo (45,9 %), posledično je bil manjši delež višje (16,8 %) in visoko izobraženih (28,8 %). Najmanjši delež je bil z dokončano osnovno šolo ali manj (Rebernik idr. 2017, 114). Ugotovili smo, da ima v raziskavi GEM največ podjetnikov srednješolsko izobrazbo, v naši raziskavi pa jih ima največ končano poklicno izobrazbo (47,9 %).

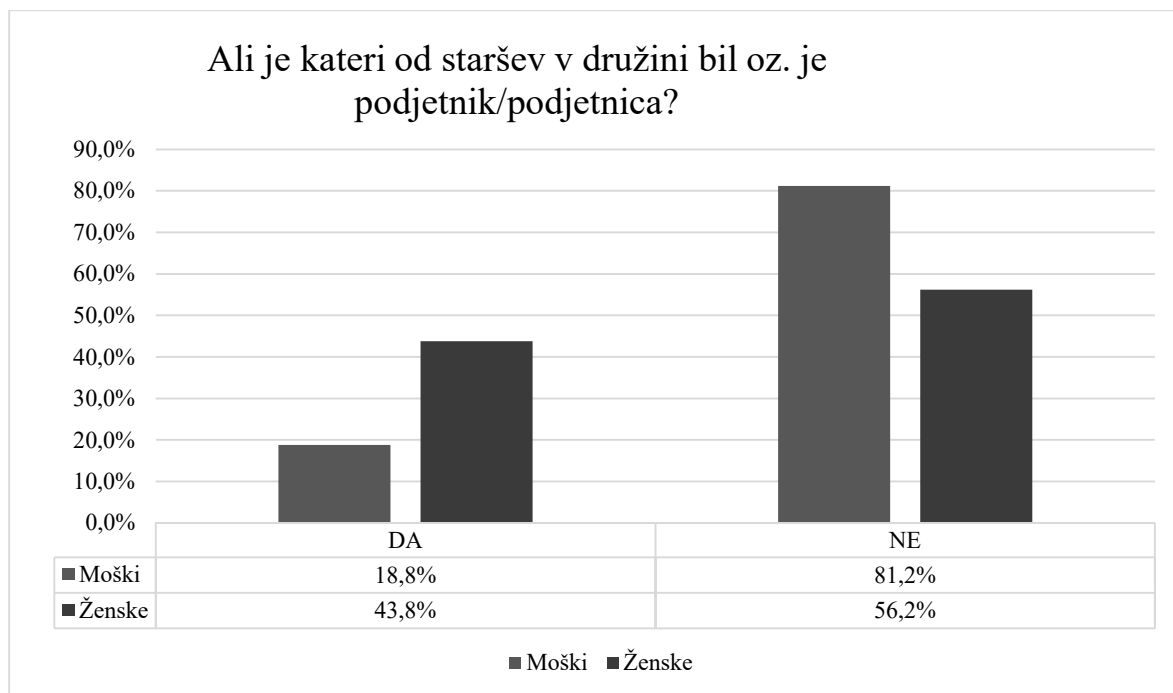




**Slika 5: Izobrazba anketiranih podjetnikov in podjetnic**

*Vprašanje št. 3: Ali je kateri od staršev v družini bil oz. je podjetnik/podjetnica?*

Iz ankete smo ugotovili, da večina podjetnikov (81,3 %) in podjetnic (56,3 %) ne izhaja iz družine, kjer so bili starši podjetniki. Odstotek podjetnikov (18,8 %) in podjetnic (43,8 %), ki izhajajo iz družine, kjer so bili njihovi starši podjetniki, pove, da se med spoloma te značilnosti razlikujejo. Ugotovili smo, da lahko pretekle raziskave deloma potrdimo, saj visok delež podjetnic iz vzorca prihaja iz družin s podjetniško tradicijo, ki se prenaša iz roda v rod (Glas in Pšeničny 2000, 151).



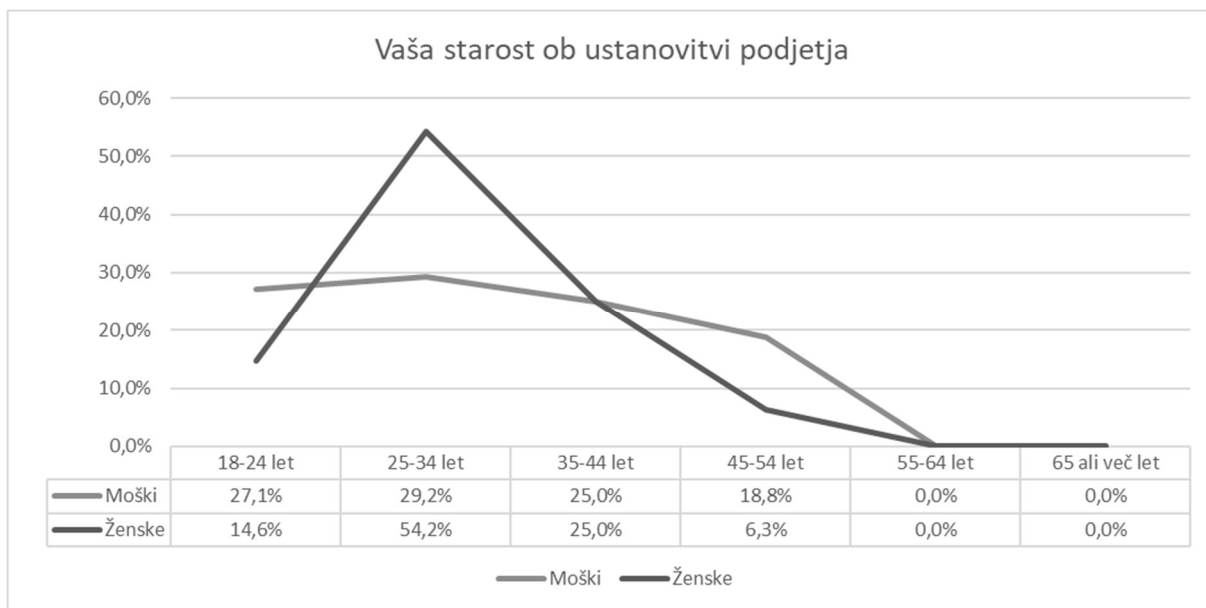
**Slika 6: Starši podjetniki**

*Vprašanje št. 4: Vaša starost ob ustanovitvi podjetja*

Največ podjetnic je ustanovilo podjetje med 25. in 34. letom (54,2 %). Manjši odstotek anketirank je podjetje ustanovil med 35. in 44. letom starosti (25 %). Najmanjši odstotek je bil v starostni skupini 45–54 let. Tudi podjetniki so bili ob ustanovitvi podjetja najpogosteje stari 25–34 let (29,2 %). Iz rezultatov je razvidno, da se v podjetništvo v starostni skupini 18–24 let vključuje več moških (27,1 %) kot žensk (14,6 %). Rezultati so prikazani na sliki 7.

Raziskava GEM prikazuje v letu 2016 največji odstotek ustanoviteljic podjetja v starostni skupini 25–34 let in najmanjši v starostni skupini 55–64 let. Enaka starost velja za moške podjetnike, kar se ujema z našimi ugotovitvami (Rebernik idr. 2017, 110).

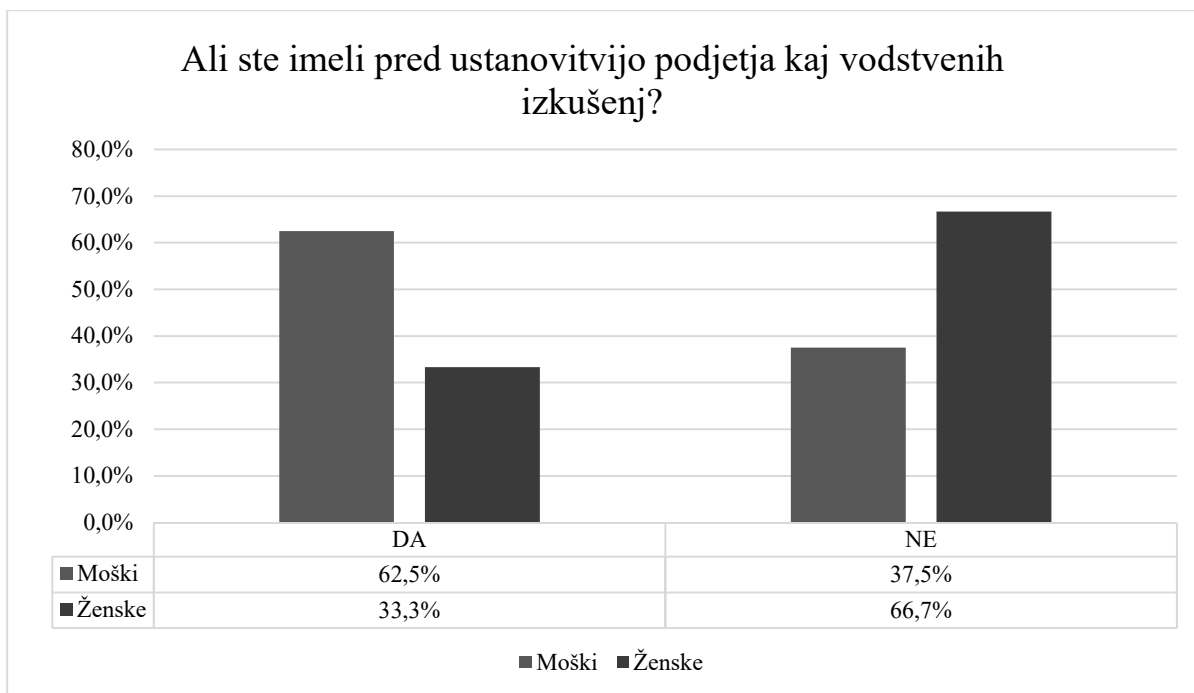
Ugotovili smo, da je starost ob ustanovitvi podjetja med podjetniki in podjetnicami podobna (25–34 let), le da je razporeditev podjetnikov glede na starost bolj enakomerna v primerjavi s podjetnicami.



**Slika 7: Starost podjetnikov in podjetnic ob ustanovitvi podjetja**

*Vprašanje št. 5: Ali ste imeli pred ustanovitvijo podjetja kaj vodstvenih izkušenj?*

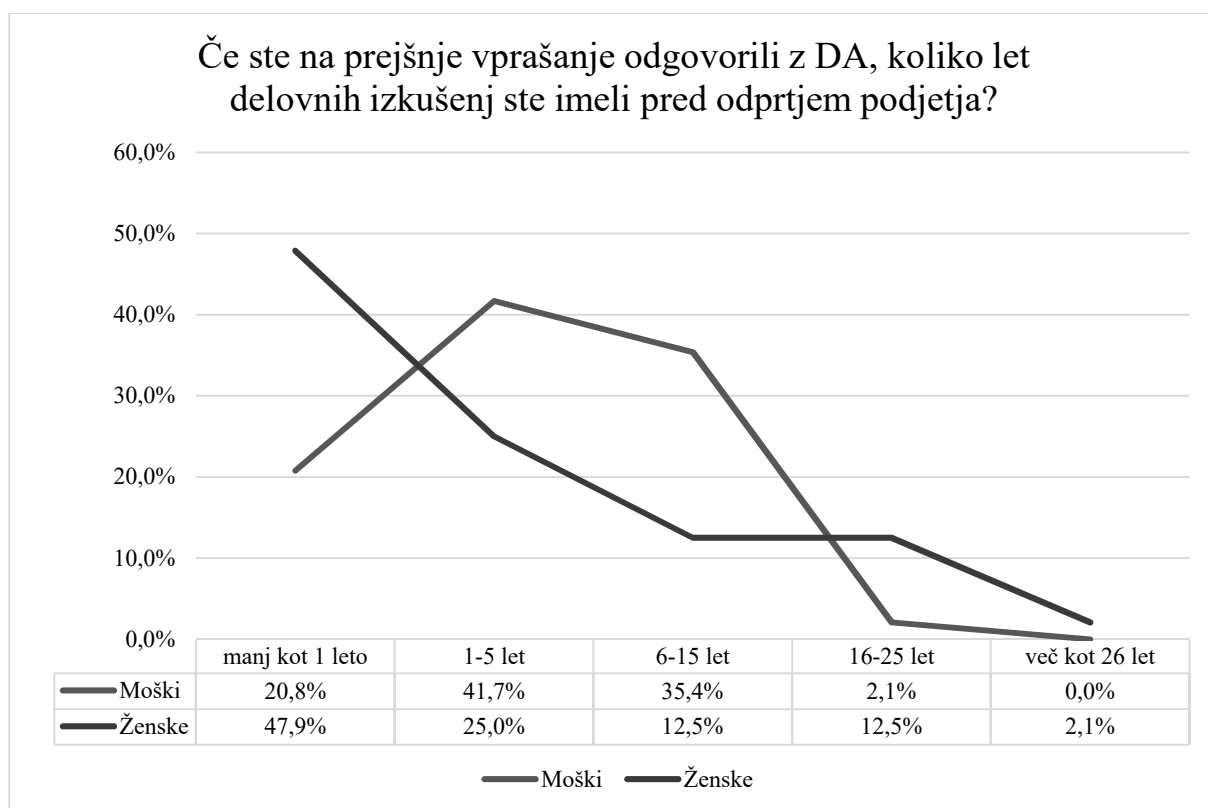
Pri tem anketnem vprašanju se je izkazalo, da 66,7 % anketirank ob ustanovitvi podjetja ni imelo vodstvenih izkušenj, 33,3 % žensk pa je imelo izkušnje (slika 8). Pri moških so rezultati prikazali nasprotno sliko, saj je med anketiranci 62,5 % takih z vodstvenimi izkušnjami in 37,5 % takih brez izkušenj. Rezultati potrjujejo ugotovitve iz preteklih raziskav, da imajo podjetnice v primerjavi s podjetniki manj izkušenj.



**Slika 8: Vodstvene izkušnje pred ustanovitvijo podjetja**

*Vprašanje št. 6: Če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z DA, koliko let delovnih izkušenj ste imeli pred odprtjem podjetja?*

Med podjetniki je bil največji odstotek anketirancev, ki so imeli 1–5 let delovnih izkušenj (41,7 %), medtem ko je bil med podjetnicami največji odstotek anketirank z manj kot enim letom delovnih izkušenj (47,9 %) (slika 9). Pri podjetnikih sledijo tisti s 6–15 let delovnih izkušenj (35,4 %), pri podjetnicah pa tiste z 1–5 let (25 %). Rezultati raziskave kažejo, da imajo moški ob ustanovitvi podjetja več delovnih izkušenj kot ženske.

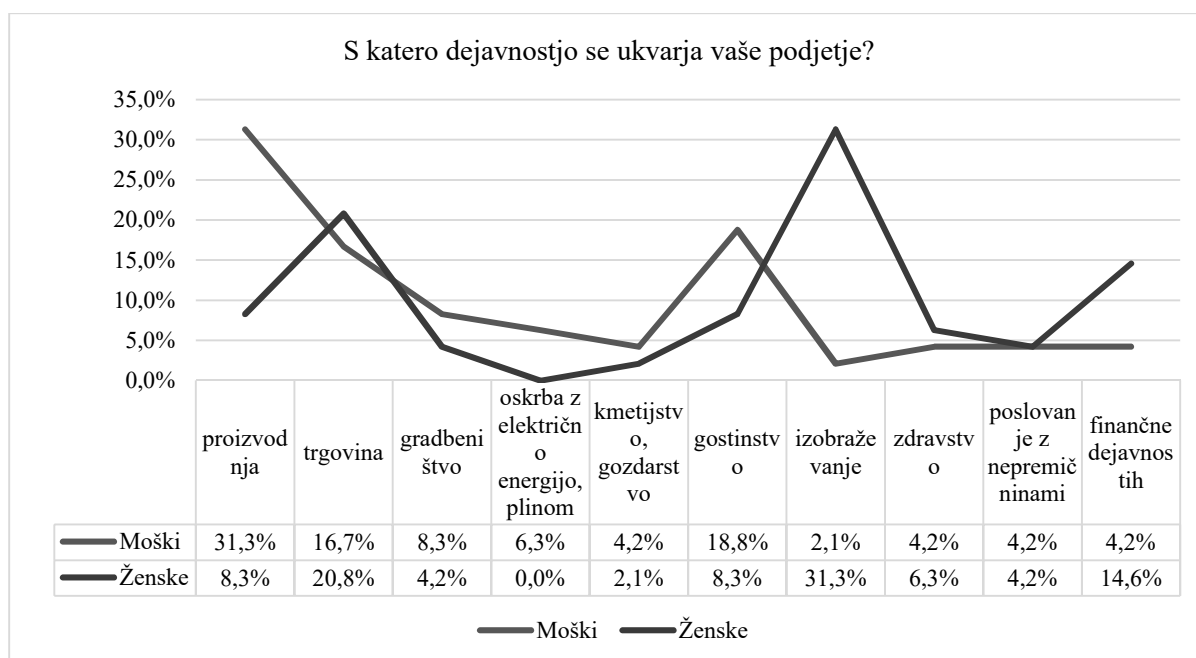


**Slika 9: Leta delovnih izkušenj pred odprtjem podjetja**

*Vprašanje št. 7: S katero dejavnostjo se ukvarja vaše podjetje?*

Podjetniki večinoma opravljajo proizvodne dejavnosti (31,3 %), sledita gostinstvo (18,8 %) in trgovina (16,7 %). Podjetnice večinoma opravljajo dejavnost izobraževanja (31,3 %), sledijo trgovina (20,8 %) in finančne dejavnosti (14,6 %). Rezultati so prikazani na sliki 10.

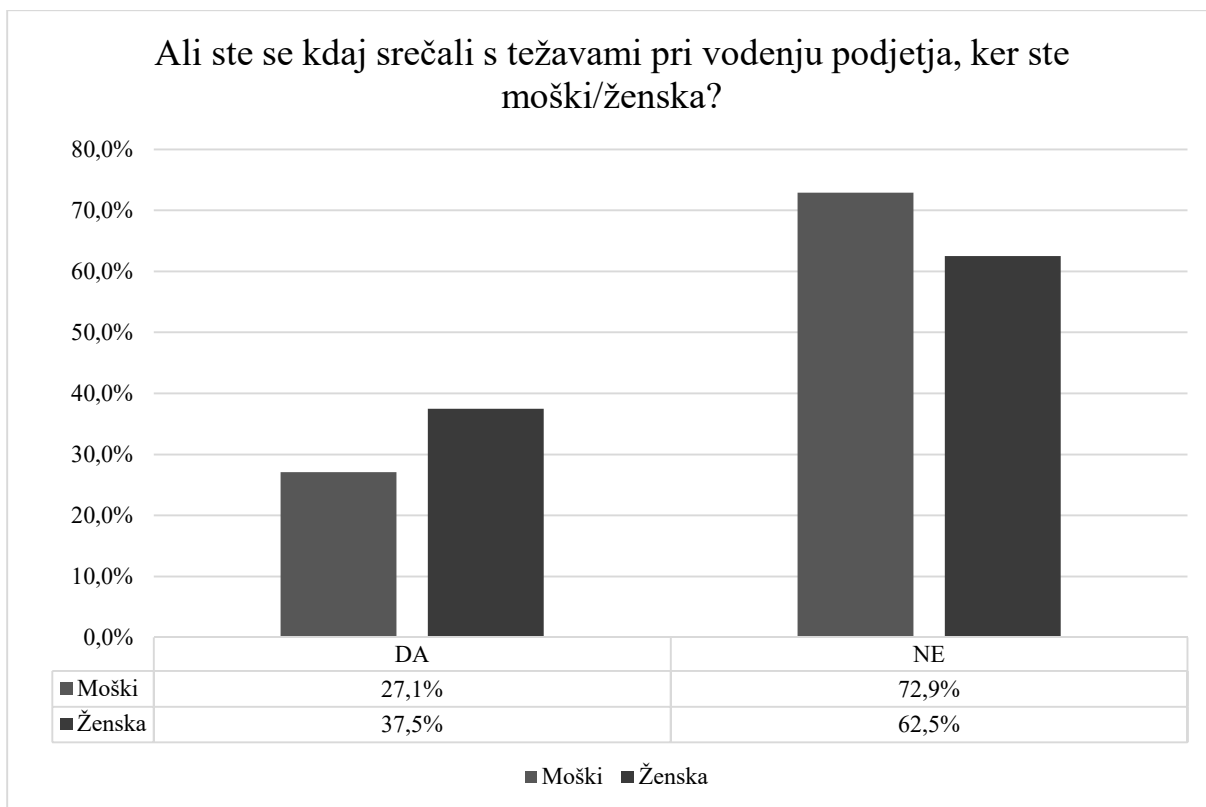
Rezultati naše raziskave potrjujejo, da se ženske odločajo za dejavnosti, ki niso tako tvegane. Antončič idr. (2002, 98) ugotavljajo, da podjetnice ustanavljajo podjetja storitvene dejavnosti, kot so odnosi z javnostmi in izobraževanje, podjetniki pa se pogosteje ukvarjajo s proizvodnjo, gradbeništvom ali visoko tehnologijo.



**Slika 10: Dejavnost podjetja**

*Vprašanje št. 8: Ali ste se kdaj srečali s težavami pri vodenju podjetja, ker ste ženska/moški?*

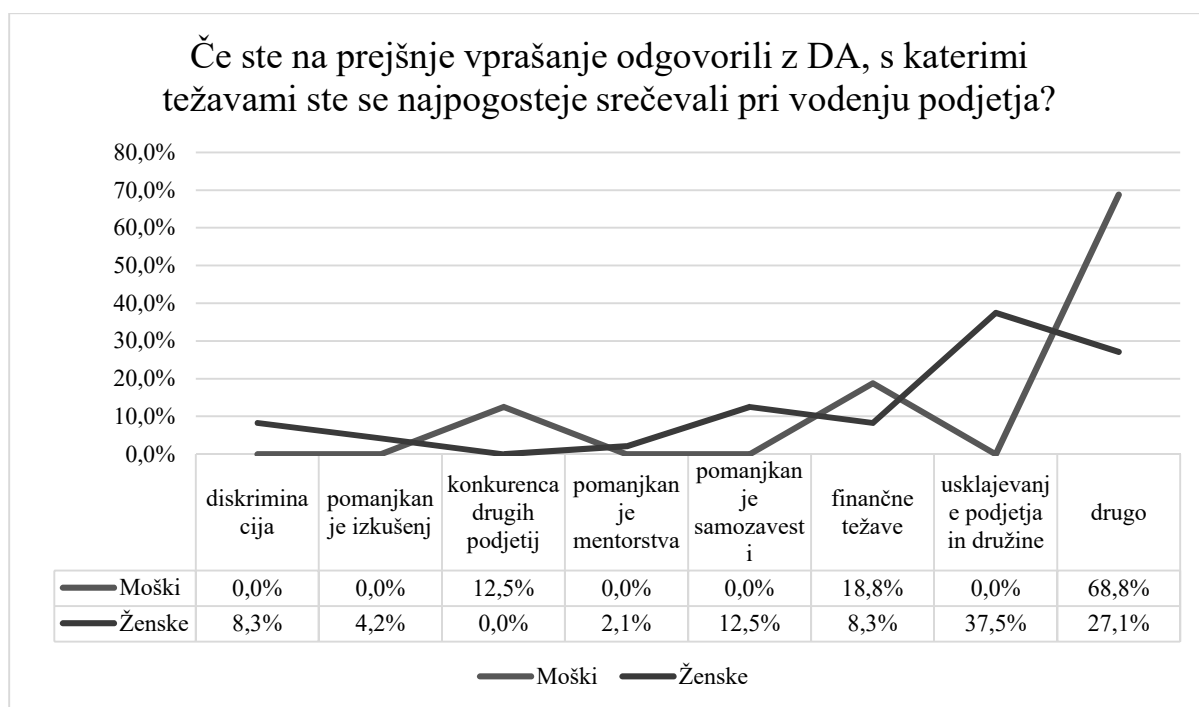
Pri obeh spolih so bili rezultati ankete podobni. Večina podjetnic zanika, da ima težave pri vodenju podjetja zaradi spola (62,5 %), enako velja za moške anketirance, kjer je tudi večina zanikala težave zaradi spola (72,9 %). Odstotek podjetnic, ki so se srečale s težavami pri vodenju podjetja zaradi spola, znaša torej 37,5 %, pri moških anketirancih je odstotek nekoliko manjši, in sicer 27,1 %.



**Slika 11: Težave pri vodenju podjetja zaradi spola**

*Vprašanje št. 9: Če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z DA, s katerimi težavami ste se najpogosteje srečevali pri vodenju podjetja?*

Največ podjetnic je odgovorilo, da je bila najpogostejša težava pri vodenju podjetja usklajevanje podjetja in družine (37,5 %), sledile so težave, uvrščene pod drugo (27,1 %), težave, povezane s pomanjkanjem samozavesti (12,5 %), in finančne težave (8,3 %). Pri podjetnikih je bil največji odstotek pripisan težavam, uvrščenim pod drugo (68,8 %), sledile so finančne težave (18,8 %) in konkurenca drugih podjetij (12,5 %). Ženskam torej predstavlja največjo težavo usklajevanje podjetja in družine, moškim pa finančne težave. Rezultati so prikazani na sliki 12.

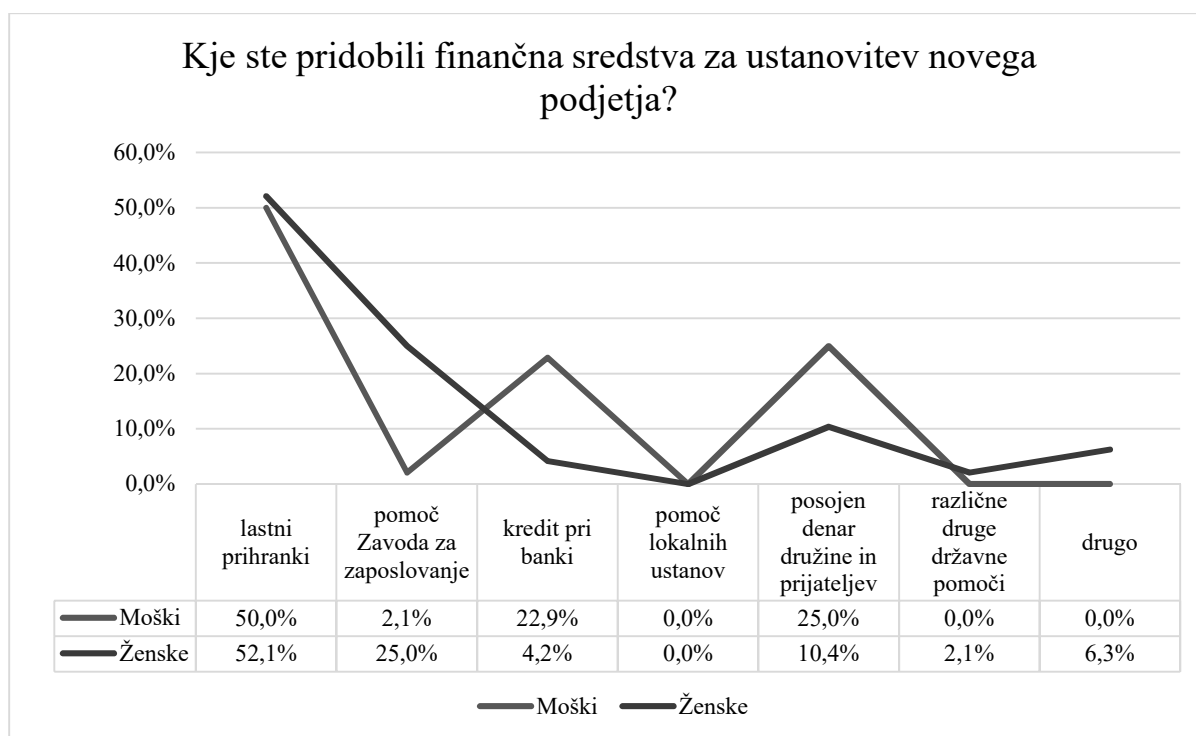


**Slika 12: Najpogostejše težave pri vodenju podjetja, povezane s spolom**

*Vprašanje št. 10: Kje ste pridobili finančna sredstva za ustanovitev novega podjetja?*

Glavni vir finančnih sredstev za ustanovitev podjetja je bil pri podjetnicah (52,1 %) in podjetnikih (50 %) enak, in sicer so to bili lastni prihranki (slika 13). Sledijo krediti pri bankah oz. za pomoč zaprosijo družino in prijatelje. Večji odstotek pri podjetnicah je bila pomoč Zavoda za zaposlovanje (25 %), ki daje ugodne spodbude za zagon novega podjetja.



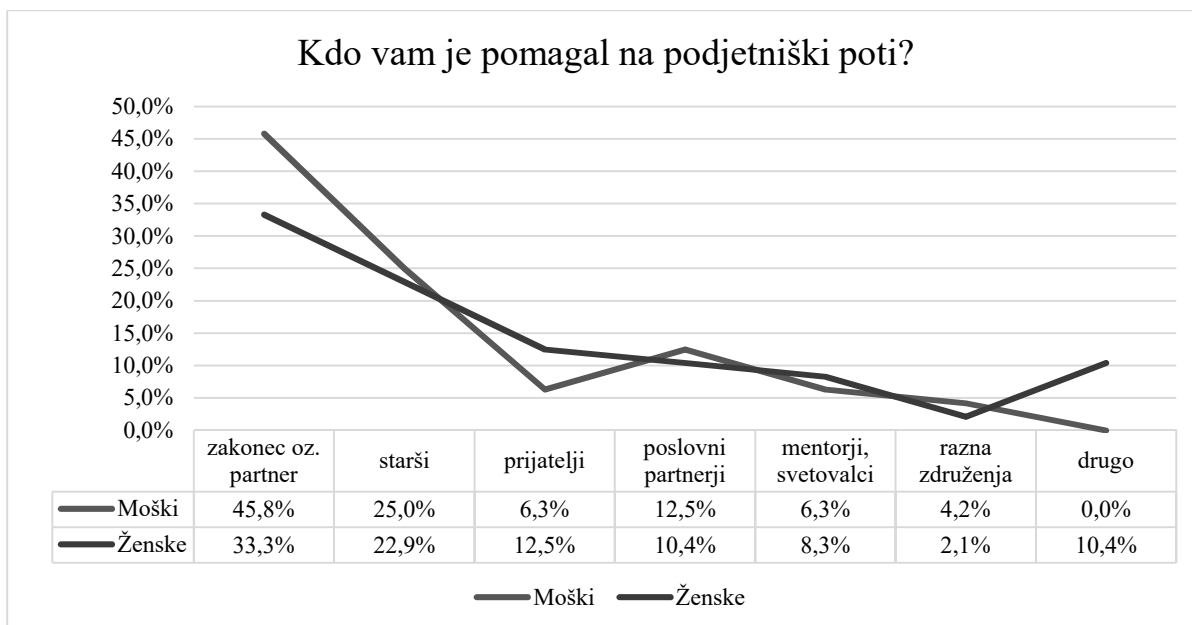


**Slika 13: Finančna sredstva za ustanovitev novega podjetja**

*Vprašanje št. 11: Kdo vam je pomagal na podjetniški poti?*

Pomoč podjetniku in podjetnici pomeni veliko za lažje premagovanje ovir na podjetniški poti. Največji odstotek podpore pridobijo podjetnice (33,3 %) in podjetniki (45,8 %) od svojih zakoncev oz. partnerjev (slika 14). Druga najpomembnejša oblika podpore pa so starši, pri podjetnikih s 25 % in pri podjetnicah z 22,9 %. Sledijo prijatelji in poslovni partnerji.

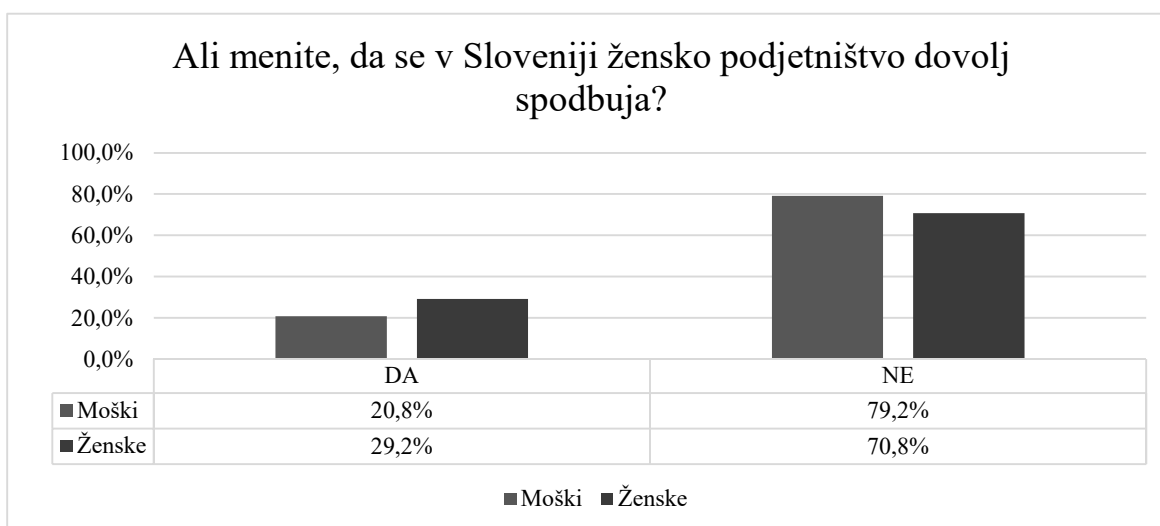
Nekatere od ugotovitev, ki jih navajajo Antončič idr. (2002, 98), se razlikujejo od naših. Najbolj izrazito je to pri podjetnikih, kjer so pretekle raziskave pokazale, da so najpomembnejša podpora zunanji svetovalci, takoj za njimi pa soproge. V naši raziskavi pa se je izkazalo, da so najpomembnejša podpora zakonec oz. partner in starši, šele nato sledijo poslovni partnerji, prijatelji in mentorji ter svetovalci.



**Slika 14: Pomoč na podjetniški poti**

*Vprašanje št. 12: Ali menite, da se v Sloveniji žensko podjetništvo dovolj spodbuja?*

Pri spodbujanju ženskega podjetništva so odgovori anketirank in anketirancev podobni. Da se žensko podjetništvo premalo spodbuja, so si enotni tako podjetniki (79,2 %) kot podjetnice (70,8 %) (slika 15).

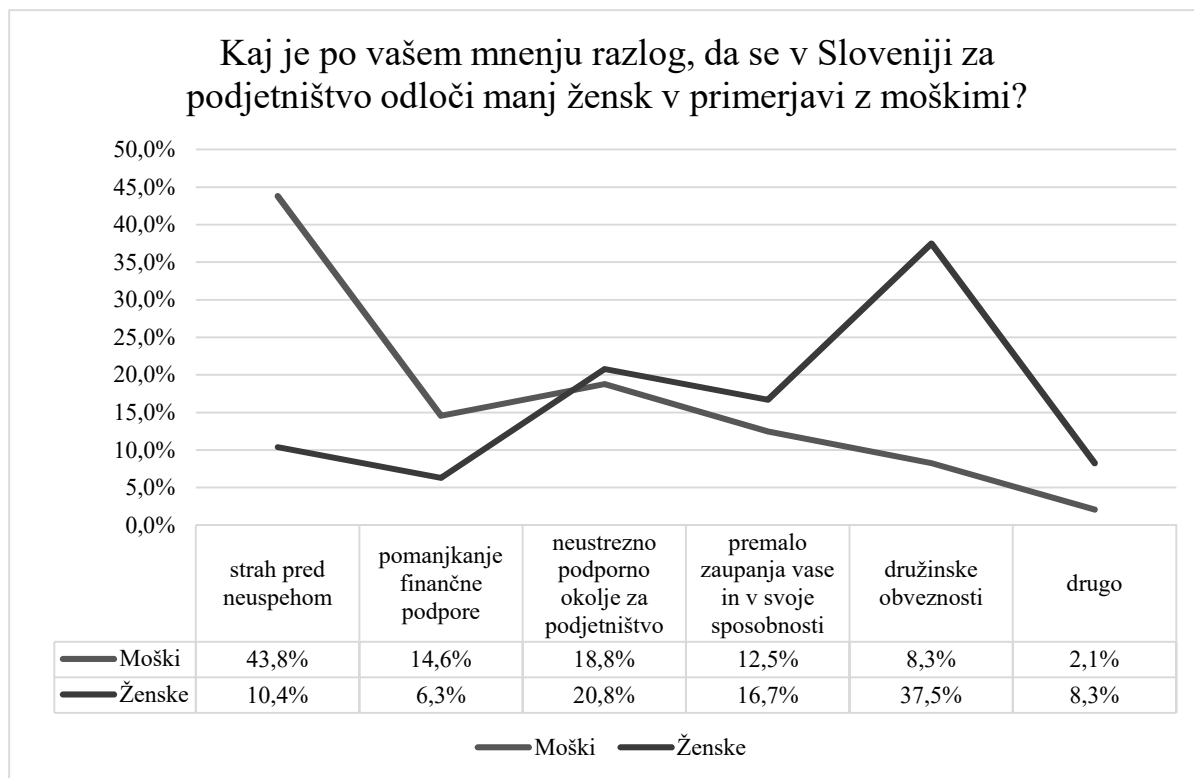


**Slika 15: Spodbujanje ženskega podjetništva v Sloveniji**

*Vprašanje št. 13: Kaj je po vašem mnenju razlog, da se v Sloveniji za podjetništvo odloči manj žensk v primerjavi z moškimi?*

Najpomembnejši razlog, da se za podjetništvo odloči manj žensk kot moških, so po mnenju žensk družinske obveznosti (37,5 %), medtem ko je po mnenju podjetnikov razlog strah pred

neuspehom (43,8 %). Na osnovi tega lahko sklepamo, da se pogled med spoloma ne razlikuje. Se pa oboji strinjajo, da je pomemben dejavnik tudi neustrezno podporno okolje za podjetništvo, saj oboji uvrščajo to na drugo mesto. Za podjetnice je razlog tudi premalo zaupanja vase in v svoje sposobnosti (16,7 %), za podjetnike pa pomanjkanje finančne podpore (14,6 %). Pod možnost drugo so podjetnice navedle še dva razloga: 1) lastnosti, ki jih potrebuješ za podjetje, so moškemu naravne, ženskam ne in 2) iracionalna prepričanja.



**Slika 16: Razlogi, da se za podjetništvo odloči manj žensk kot moških**

Zadnje vprašanje v anketi je bilo namenjeno zgolj podjetnicam.

*Vprašanje št. 14: Kakšne ukrepe bi kot podjetnica predlagali za spodbujanje podjetništva med ženskami?*

Pri tem vprašanju smo dobili naslednje odgovore:

- boljše informiranje;
- medsebojno povezovanje;
- pomoč mladim mamicam, ki so podjetnice, pri varstvu in skrbi za otroke;
- polovični prispevki vsaj do 5. leta starosti otroka, če ima ženska samo enega;
- davčna razbremenitev za vse podjetnike;
- zmanjšanje birokracije;
- enaki pogoji za samozaposleno in zaposleno žensko;
- več izobraževanja na to temo na vseh fakultetah ali srednjih šolah;

- finančne olajšave, posebne subvencije pri ustanavljanju podjetja;
- več združevanja in izmenjave prakse, več individualnih pristopov že v fazi izobraževanja;
- več spoštovanja, pomoči in razumevanja, več pomoči države.

### 4.3 Povzetek ugotovitev

Z raziskavo, ki smo jo izvedli na vzorcu podjetnikov in podjetnic iz Slovenije, smo dobili vpogled v razlike med spoloma v podjetništvu in spoznali položaj podjetnic v Sloveniji. Ugotovili smo tudi določena odstopanja od ugotovitev preteklih raziskav, kar pomeni, da se podjetništvo spreminja.

V raziskavi, ki smo jo izvedli, je bil največji odstotek anketiranih podjetnic in podjetnikov v starostni skupini 31–40 let. Na osnovi izobrazbene strukture smo ugotovili, da so podjetnice v primerjavi s podjetniki bolj izobražene, saj jih ima večina končano višjo in visoko šolo, medtem ko med podjetniki prevladuje poklicna izobrazba, nato sledi visokošolska izobrazba.

Pri anketirancih smo ugotavljali, ali prihajajo iz družin s podjetniško izobrazbo, in ugotovili, da večina podjetnikov in podjetnic ne izhaja iz podjetniških družin, kar je v nasprotju z ugotovitvami dosedanjih raziskav. Sicer je bil odstotek podjetnic, ki prihajajo iz podjetniških družin, bistveno višji od odstotka podjetnikov. Za ustanovitev podjetja se podjetniki in podjetnice najpogosteje odločajo pri starosti 25–34 let. Slednje sovпада z obdobjem, ko posamezniki ravno zaključijo šolanje in se odločajo o kariernih možnostih. Na razpolago imajo zaposlitev ali samostojno podjetniško pot. S tem lahko tudi utemeljimo ugotovitev, da je imela večina anketiranih podjetnikov in podjetnic pred ustanovitvijo podjetja zelo malo let delovnih izkušenj (1–5 let). Večina podjetnic je imela manj kot eno leto delovnih izkušenj.

Dejavnosti podjetja se pri podjetnikih in podjetnicah razlikujejo. Ugotovili smo, da večina podjetnikov opravlja proizvodne dejavnosti, dejavnosti s področja gostinstva in gradbeništva. Za podjetnice je značilno, da se ukvarjajo pretežno s storitvenimi dejavnostmi. Ugotovili smo, da med anketiranimi podjetnicami prevladujejo izobraževanje, trgovina in finančne dejavnosti. Pri vodenju podjetja se je pri obeh spolih izkazalo, da nimajo težav z vodenjem podjetja zaradi spola, nekoliko večji odstotek je bil pri podjetnikih. Ostali anketiranci, ki so pritrdili, da so imeli pri vodenju podjetja težave, povezane s spolom, so kot težave navedli usklajevanje podjetja in družine, pomanjkanje samozavesti in finančne težave.

Glavni finančni vir pri ustanovitvi podjetja je pri podjetnicah in podjetnikih enak, in sicer so to lastni prihranki. Obojim je najpomembnejša podpora, ki jo dobivajo od zakoncev oz. partnerjev. Sledijo starši, poslovni partnerji in prijatelji. Tako podjetnice kot podjetniki se strinjajo, da se žensko podjetništvo v Sloveniji premalo spodbuja. Kot glavni razlog, da se manj žensk kot moških odloča za podjetništvo, so podjetnice navedle družinske obveznosti, podjetniki pa strah

pred neuspehom. Oboji se strinjajo, da je za to krivo tudi neustrezno podporno okolje za podjetništvo.

Ukrepi, ki bi jih predlagale podjetnice za spodbujanje podjetništva med ženskami, so različni, in sicer boljše informiranje, medsebojno povezovanje, pomoč pri varstvu in skrbi za otroke, polovični prispevki do 5. leta starosti otroka, davčna razbremenitev, zmanjšanje birokracije, izenačenje pogojev za samozaposleno in zaposleno žensko, več izobraževanja na to temo na vseh fakultetah ali srednjih šolah, finančne olajšave, posebne subvencije pri ustanavljanju podjetja in izmenjava izkušenj.

## 5 SKLEP

Podjetništvo je dejavnost, ki je izrazitega pomena za gospodarsko rast, gospodarski razvoj in ustvarjanje novih delovnih mest. V podjetništvo se vključujejo tako moški kot ženske, čeprav je slednjih v podjetništvu manj v primerjavi z moškimi. Skozi čas pa se spreminja tudi tradicionalna razporeditev vlog v družbi.

Zaključna projektna naloga prikazuje razlike med podjetniki in podjetnicami v Sloveniji in opisuje žensko podjetništvo. Želeli smo poiskati razloge, zakaj se za samostojno podjetniško pot odloča več moških kot žensk, in kakšne so bistvene razlike med spoloma. V raziskavo smo vključili podjetnike in podjetnice iz Slovenije. Podatke, ki smo jih pridobili s pomočjo ankete, smo primerjali z ugotovitvami dosedanjih raziskav. Ugotovitve so ponekod primerljive, drugod pa različne, kar nakazuje na to, da se podjetništvo in sam podjetniški proces spreminjata (npr. starost ob ustanovitvi podjetja, izobrazba ipd.).

Ugotovili smo, da se za ustanovitev podjetja moški in ženske večinoma odločajo med 25. in 34. letom starosti in da je izobrazba podjetnic v Sloveniji višja kot pri podjetnikih. Po drugi strani pa imajo podjetniki v primerjavi s podjetnicami več let delovnih izkušenj pred ustanovitvijo podjetja. Večina podjetnic je bila ob ustanovitvi podjetja z manj kot enim letom delovnih izkušenj. Nadalje smo ugotovili, da je odstotek podjetnic, ki prihajajo iz podjetniških družin, bistveno večji od odstotka takih podjetnikov. Raziskava je pokazala, da v podjetjih, ki so jih ustanovile ženske, prevladujejo storitvene dejavnosti, v podjetjih, ki so jih ustanovili moški, pa proizvodna dejavnost. Večina podjetnikov in podjetnic ustanovi podjetje s pomočjo lastnih prihrankov.

Po opravljeni raziskavi lahko sklepamo, da se v Sloveniji razlike v podjetništvu glede na spol počasi zmanjšujejo. Čeprav je žensk v podjetništvu še vedno bistveno manj kot moških, družba s časom bolje sprejema podjetnice. Pri ustanavljanju podjetja je za ženske ključnega pomena podpora zakonca oz. staršev, saj je eden največjih izzivov za žensko usklajevanje družine in dela.

Menimo, da bi morali v družbi čim bolj spodbujati pozitiven odnos do ženskega podjetništva in podjetnice na samostojni podjetniški poti podpirati z različnimi ukrepi, kot so mentorstvo, izobraževanje, izmenjava izkušenj in primerov dobre prakse, povezovanje podjetnic in zagotavljanje dostopa do finančnih sredstev.

## LITERATURA

- 500 podjetnic. 2014. *O dogodku 500 podjetnic*. [Http://www.podjetnica.com/o-dogodku-500-podjetnic/](http://www.podjetnica.com/o-dogodku-500-podjetnic/) (20.5.2018).
- Antončič, Boštjan, T. Bratkovič Kregar, Gangaram Singh in Alex Frank DeNoble. 2008. The Big Five Personality Factors, Gender and Entrepreneurship: Evidence from Slovenia. V *2008 Annual Meeting proceedings*, ur. George T. Solomon, 80–81. Washington: The George Washington University.
- Antončič, Boštjan, Robert D. Hisrich, Tea Petrin in Aleš Vahčič. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
- Dolenc, Renata. 2008. *Položaj podjetnice v Sloveniji*. Maribor: Academia.
- FAM, Društvo poslovnih žensk. 2018. *Vstopna stran*. [Http://www.drustvo-fam.si/](http://www.drustvo-fam.si/) (20. 5. 2018).
- Glas, Miroslav in Viljem Pšeničny. 2000. *Podjetništvo - izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: GEA College.
- Glas, Miroslav. 1998. *Ekonomija*. Ljubljana: DZS.
- Glas, Miroslav. 2001. *Podjetništvo, izziv za spremembe*. Ljubljana: Center za razvoj podjetništva.
- Goffee, Robert in Richard Scase. 1985. *Women in Charge. The Experience of Women Entrepreneurs*. London: Allen&Unwin.
- Gomezelj Omerzel, Doris. 2010. *Podjetništvo in znanje*. Koper: Fakulteta za management Koper.
- Hazl, Vanja. 2002. *Smo Slovenke na trgu delovne sile enakopravne?: Analiza položaja žensk na trgu delovne sile*. Ljubljana: Pospeševalni center za malo gospodarstvo.
- Kos, Blaž. 2017. *Podjetništvo*. <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/podjetnistvo> (19. 5. 2018).
- Kuratko, Donald F. in Richard M. Hodgetts. 1995. *Entrepreneurship*. New York: The Dryden Press
- Monaci, Massimiliano. 1997. *Genere e Organizzazione. Guerini e Associati*. Milano: Guerini e associati.
- Pahor, Nives. 2005. *Izziv 21. stoletja – žensko podjetništvo*. [Http://www.podjetnik.si/clanek/izziv-21-stoletja-%C5%BEensko-podjetni%C5%A1tvo-20051005](http://www.podjetnik.si/clanek/izziv-21-stoletja-%C5%BEensko-podjetni%C5%A1tvo-20051005) (21. 1. 2018).
- Plut, Tadeja in Helena Plut. 1995. *Podjetnik in podjetništvo*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Podjetniški portal. 2018. *Podjetnice*. <https://www.podjetniski-portal.si/domov/podjetnice> (20. 5. 2018).
- Pšeničny, Viljem, Jordan Berginc, Marina Letonja, Igor Pavlin, Jaka Vadnjal in Jan Žižek. 2000. *Podjetništvo: podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces, podjem*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo: GEA College.
- Rebernik, Miroslav, Kaja Crnogaj, Karin Širec, Barbara Bradač Hojnik, Matej Rus in Polona Tominc. 2017. *Dinamika podjetniškega potenciala – GEM Slovenija 2016*. Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.

- Rebernik, Miroslav, Karin Širec, Polona Tominc, Dijana Močnik, Mojca Duh, Matej Rus, Barbara Bradač Hojnik, Katja Crnogaj in Rok Podgornik. 2008. *Različnost kot podjetniška priložnost: Slovenski podjetniški observatorij 2007/08*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Rebernik, Miroslav, Polona Tominc in Ksenja Pušnik. 2007. *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti: GLEM Slovenija 2006*. Maribor: Ekonomsko poslovna fakulteta.
- Ruzzier, Mitja, Boštjan Antončič, Tina Kregar Bratkovič in Robert D. Hisrich. 2008. *Podjetništvo*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
- Tajnikar, Maks. 2000. *Tvegano poslovanje: knjiga o gazelah in rastočih poslih*. Portorož: Visoka šola za podjetništvo.
- Timmons, Jeffrey A. 1999. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Boston: Irwin.
- Vahčič, Aleš. 2000. *Osnove podjetništva: priročnik za vaje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Zavod RS za zaposlovanje. B. 1. *Projekti Zavoda*. [https://www.ess.gov.si/o\\_zrsz/projekti\\_zavoda/projekt/mema-](https://www.ess.gov.si/o_zrsz/projekti_zavoda/projekt/mema-) (20. 5. 2018).
- Žagar, Anja. 2010. Podjetništvo po meri ženske. *Podjetnik* 2010 (11): 34–36.
- Žagar, Anja. 2011. Ovire za podjetnice. *Podjetnik* 2011 (9): 26–27.



## **PRILOGE**

Priloga 1     Anketni vprašalnik



## Anketni vprašalnik

Pozdravljeni,

sem Branka Debenjak, izredna študentka UP Fakultete za management v Kopru, smer VS Management. Pod mentorstvom doc. dr. Tine Bratkovič Kregar pripravljam zaključno projektno nalogo z naslovom » Položaj podjetnic v Sloveniji ». Za izvedbo raziskave potrebujem Vašo pomoč, zato Vas vljudno prosim za sodelovanje in izpolnitev ankete. Anketa je anonimna in bo uporabljena samo za namen zaključne projektne naloge. Na vprašanja odgovorite tako, da obkrožite odgovor ali napišete svoj predlog.

Zahvaljujem se Vam za sodelovanje!

1. Starost: (ustrezno obkrožite)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 20 ali manj let | <input type="checkbox"/> 41-50 let      |
| <input type="checkbox"/> 21-30 let       | <input type="checkbox"/> 51-60 let      |
| <input type="checkbox"/> 31-40 let       | <input type="checkbox"/> 61 ali več let |

2. Stopnja izobrazbe: (ustrezno obkrožite)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> osnovnošolsko izobraževanje | <input type="checkbox"/> visoko izobraževanje       |
| <input type="checkbox"/> poklicno izobraževanje      | <input type="checkbox"/> specializacija, magisterij |
| <input type="checkbox"/> srednješolsko izobraževanje | <input type="checkbox"/> doktorat                   |
| <input type="checkbox"/> višješolsko izobraževanje   |   |

3. Ali je kateri od staršev v družini bil oz. je podjetnik/podjetnica? (ustrezno obkrožite)

- DA     NE

4. Vaša starost ob ustanovitvi podjetja: (ustrezno obkrožite)

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 18-24 let | <input type="checkbox"/> 45-54 let      |
| <input type="checkbox"/> 25-34 let | <input type="checkbox"/> 55-64 let      |
| <input type="checkbox"/> 35-44 let | <input type="checkbox"/> 65 ali več let |

5. Ali ste imeli pred ustanovitvijo podjetja kaj vodstvenih izkušenj? (ustrezno obkrožite)

- DA     NE

6. Če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z DA, koliko let delovnih izkušenj ste imeli pred odprtjem podjetja? (ustrezno obkrožite)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> manj kot 1 leto | <input type="checkbox"/> 16-25 let      |
| <input type="checkbox"/> 1-5 let         | <input type="checkbox"/> več kot 26 let |
| <input type="checkbox"/> 6-15 let        |   |

## Priloga 1

7. S katero dejavnostjo se ukvarja vaše podjetje? (ustrezno obkrožite)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> proizvodnja                          | <input type="checkbox"/> gostinstvo                  |
| <input type="checkbox"/> trgovina                             | <input type="checkbox"/> izobraževanje               |
| <input type="checkbox"/> gradbeništvo                         | <input type="checkbox"/> zdravstvo                   |
| <input type="checkbox"/> oskrba z električno energijo, plinom | <input type="checkbox"/> poslovanje z nepremičninami |
| <input type="checkbox"/> kmetijstvo, gozdarstvo               | <input type="checkbox"/> finančne dejavnosti         |

8. Ali ste se kdaj srečali s težavami pri vodenju podjetja, ker ste ženska/moški? (ustrezno obkrožite)

- DA     NE

9. Če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z DA, s katerimi težavami ste se najpogosteje srečevali pri vodenju podjetja? (ustrezno obkrožite)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> diskriminacija             | <input type="checkbox"/> pomanjkanje samozavesti          |
| <input type="checkbox"/> pomanjkanje izkušenj       | <input type="checkbox"/> finančne težave                  |
| <input type="checkbox"/> konkurenca drugih podjetij | <input type="checkbox"/> usklajevanje podjetja in družine |
| <input type="checkbox"/> pomanjkanje mentorstva     | <input type="checkbox"/> drugo: _____                     |

10. Kje ste pridobili finančna sredstva za ustanovitev novega podjetja? (ustrezno obkrožite)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> lastni prihranki             | <input type="checkbox"/> posojen denar družine in prijateljev |
| <input type="checkbox"/> pomoč Zavoda za zaposlovanje | <input type="checkbox"/> različne druge državne pomoči        |
| <input type="checkbox"/> kredit pri banki             | <input type="checkbox"/> drugo: _____                         |
| <input type="checkbox"/> pomoč lokalnih ustanov       |   |

11. Kdo vam je pomagal na podjetniški poti? (ustrezno obkrožite)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> zakonec oz. partner | <input type="checkbox"/> mentorji, svetovalci |
| <input type="checkbox"/> starši              | <input type="checkbox"/> razna združenja      |
| <input type="checkbox"/> prijatelji          | <input type="checkbox"/> drugo: _____         |
| <input type="checkbox"/> poslovni partnerji  |   |

12. Ali menite, da se v Sloveniji žensko podjetništvo dovolj spodbuja? (ustrezno obkrožite)

- DA     NE

13. Kaj je po vašem mnenju razlog, da se v Sloveniji za podjetništvo, odloči manj žensk v primerjavi z moškimi? (ustrezno obkrožite)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> strah pred neuspehom          | <input type="checkbox"/> premalo zaupanja vase in v svoje sposobnosti |
| <input type="checkbox"/> pomanjkanje finančne podpore  | <input type="checkbox"/> družinske obveznosti                         |
| <input type="checkbox"/> neustrezno podporno okolje za | <input type="checkbox"/> drugo: _____                                 |
| <input type="checkbox"/> podjetništvo                  |   |

14. Kakšne ukrepe bi kot podjetnica predlagali za spodbujanje podjetništva med ženskami?

---

---