

UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

SANJA LAVRINŠEK

KOPER, 2021



UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

ZNAČILNOSTI ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA  
V STORITVENI PANOGI

Sanja Lavrinšek

Koper, 2021

Mentorica: izr. prof. dr. Jasna Auer Antončič



## POVZETEK

Trend samozaposlovanja žensk v zadnjih letih veliko bolj narašča kot v prejšnjih letih. Razlogi za to so različni, najbolj pogost pa je pot k neodvisnosti. Ne glede na porast podjetnic je v Sloveniji še vedno nižji odstotek samozaposlovanja žensk kot drugod po svetu, kar bi lahko povezali z nizkim spodbujanjem žensk v podjetništvo. Danes obstaja veliko mednarodnih in državnih združenj, katerih glavna naloga je spodbujati in nuditi pomoč ženskih podjetnicam. Opozoriti pa je treba na učinek stereotipnega razmišljanja, kar ženskam otežuje vključitev in delovanje v podjetniški organizaciji. Največ k takšnemu razmišljanju prispevajo moški podjetniki, vendar raziskave dokazujejo, da ženske znajo bolje upravljati podjetja kot številni moški.

*Ključne besede:* podjetništvo, podjetnice, podjetniki, terciarni – storitveni sektor, značilnosti ženskega podjetništva, izzivi in ovire.

## SUMMARY

The trend of women's self-employment has been much more increasing in recent years than in previous years. There are many reasons for that, but the most common one is the path to independence. Notwithstanding the rise of female entrepreneurs, Slovenia still has a low percentage of women's self-employment than elsewhere in the world, which could be linked to the low promotion of women into entrepreneurship. Today, there are many international and national associations whose main task is to promote and provide assistance to female entrepreneurs. However, it is necessary to draw attention to the effect of stereotypical thinking, which makes it difficult for women to integrate and operate in an entrepreneurial organization. Male entrepreneurs contribute most to this kind of thinking, but research shows that women know how to manage businesses better than many male entrepreneurs.

*Keywords:* entrepreneurship, female entrepreneurs, male entrepreneurs, tertiary – service sector, characteristics of female entrepreneurship, challenges and obstacles.

UDK: 658-055.2:338.46(043.2)



## VSEBINA

<b>1</b>	<b>Uvod</b> .....	<b>1</b>
1.1	Oprelitev teoretičnih izhodišč in problema .....	1
1.2	Namen in cilji .....	1
1.3	Metode za doseganje ciljev .....	1
1.4	Predpostavke in omejitve .....	1
<b>2</b>	<b>Terciarni industrijski sektor</b> .....	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Podjetništvo</b> .....	<b>5</b>
3.1	Oprelitev pojma podjetnik.....	6
3.1.1	Klasične teorije podjetnika .....	6
3.1.2	Sodobne teorije podjetnika .....	7
3.2	Razlike med podjetniki in podjetnicami .....	7
<b>4</b>	<b>Začetek ženskega podjetništva</b> .....	<b>10</b>
<b>5</b>	<b>Žensko podjetništvo</b> .....	<b>12</b>
5.1	Definicije ženskega podjetništva.....	12
5.2	Značilnosti.....	12
5.3	Profil podjetnic.....	14
<b>6</b>	<b>Izzivi in ovire podjetnic</b> .....	<b>15</b>
<b>7</b>	<b>Spodbujanje ženskega podjetništva</b> .....	<b>17</b>
<b>8</b>	<b>Empirični del</b> .....	<b>19</b>
8.1	Opis metode .....	19
8.2	Potek .....	19
<b>9</b>	<b>Rezultati</b> .....	<b>20</b>
9.1	Analiza rezultatov .....	27
<b>10</b>	<b>Sklep</b> .....	<b>30</b>
	<b>Literatura</b> .....	<b>32</b>

## **SLIKE**

Slika 1: Dejavnosti delovanja podjetnic .....	13
---	----

## **PREGLEDNICE**

Preglednica 1: Klasične definicije podjetnika .....	4
Preglednica 2: Primerjava med podjetniki in podjetnicami .....	6
Preglednica 3: Demografski dejavniki .....	14
Preglednica 4: Osnovni podatki intervjuvank .....	25



## **KRAJŠAVE**

MSP

mala in srednja podjetja

ZRSZ

Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje



# 1 UVOD

Vloga žensk v družbi se ves čas spreminja. Nekoč sta ženskam bili dodeljeni vlogi mater in gospodinj, danes pa se pričakuje, da ženske znajo prevzeti vlogo marsikoga drugega. Z globalizacijo so se ženske iz industrijskega razreda povzpele še v druge sektorje. Njihov največji porast je zaznan v storitvenem sektorju, ker v danem trenutku niso dobile zaposlitve, pa so se morale odločiti za samostojno podjetniško pot.

## 1.1 Opredelitev teoretičnih izhodišč in problema

Hisrich opredeljuje podjetništvo kot proces ustvarjanja nečesa drugačnega in vrednega, pri čemer se vloži potreben čas in trud, prevzema spremljajoče finančno, psihološko in družbeno tveganje ter pridobi končne nagrade v obliki denarja ali osebnega zadovoljstva. Tajnikar opozori, da podjetništvo ni omejen pojem, saj se lahko pojavlja povsod: v malih podjetjih, srednjih, velikih, nizko rastočih, hitro rastočih, v starih in novih poslih, zasebnih, javnih itd. V raziskavah Bisnoda so ugotovili, da je med vsemi samostojnimi podjetniki v Sloveniji 85 % moških podjetnikov in samo 15 % žensk, ki jih je največ v storitveni dejavnosti. V zaključni projektni nalogi proučimo dejavnike, ki prispevajo k nizki udeležbi žensk v podjetništvu, natančneje v storitveni dejavnosti (Antončič idr. 2002).

## 1.2 Namen in cilji

Namen naloge je ugotoviti, proučiti in predstaviti značilnosti ženskega podjetništva ter ovire, s katerimi se ženske srečujejo pri vključevanju v storitvene dejavnosti.

Cilj zaključne projektna naloge je proučiti žensko podjetništvo v storitveni dejavnosti in predstaviti ovire pri vključevanju žensk v podjetništvo.

## 1.3 Metode za doseganje ciljev

Pri izdelavi zaključne projektna naloge uporabimo naslednje raziskovalne metode:

- metodo deskripcije, s katero opredelimo osnovne pojme,
- metodo sekundarne analize,
- metodo kompilacije, ki temelji na povzemanju že znanih ugotovitev avtorjev,
- metodo sinteze končnih ugotovitev.

## 1.4 Predpostavke in omejitve

Predpostavljamo, da se razmišljanje podjetnic v času razmer Covid-19 ni bistveno spremenilo. Omejimo se na strukturirane intervjuje petih podjetnic iz Slovenije, ki delujejo kot samostojne

podjetnice, njihova podjetja pa po velikosti spadajo med mikropodjetja (od 0 do 9 zaposlenih).  
V teoretičnem delu uporabimo sekundarne podatke.

## 2 TERCIARNI INDUSTRIJSKI SEKTOR

Jarc, Markač Hleb in Turnšek (2010, 13–15) predstavljajo gospodarstvo kot celoto vseh ustanov in dejavnosti, katerih namen je zadovoljevanje človekovih potreb. Glavni elementi gospodarstva so: proizvodnje, razporejanje in uporaba materialnih dobrin. Ko z določeno dejavnostjo začnemo odkrivati in izpolnjevati potrebe potrošnikov, govorimo o *gospodarskih dejavnostih*, ki predstavljajo ingredienco gospodarstva vsake države.

Gospodarske dejavnosti delimo na štiri veje:

1. primarne gospodarske dejavnosti: gre za osnovne dobrine (kmetijstvo, energetika in rudarstvo),
2. sekundarne gospodarske dejavnosti: predstavljajo predelavo osnovnih surovin v materialne, polizdelke in končne izdelke (industrija, gradbeništvo in proizvodna obrt),
3. terciarne gospodarske dejavnosti: med njih uvrščamo promet, trgovino, finančno posredništvo, zavarovalništvo, poslovanje z nepremičninami, gostinske in obrtniške storitve, turizem itd.,
4. kvartarne gospodarske dejavnosti: javna uprava, izobraževalne in zdravstvene ustanove.

Primarne in sekundarne dejavnosti spadajo med proizvodne dejavnosti, saj so dobrine namenjene končni porabi ali predelavi. V terciarnih gospodarskih dejavnostih se opravlja različne storitve in ne trguje z izdelki oziroma dobrinami kot v prejšnjih dejavnostih (Bronja, Markač Hleb in Turnšek 2010, 13–15).

Storitveni sektor je po dodani vrednosti največji sektor svetovnega gospodarstva. Bistven pomen ima v progresivnih gospodarstvih. Terciarni sektor v nasprotju s primarnim sektorjem narašča z razvojem nacionalnega bogastva, medtem pa primarni sektor upada (Hayes 2020).

S pojmom terciarne (storitvene) dejavnosti sta se začela ukvarjati ekonomista Fischer in Clark leta 1940. V Sloveniji je terciarni storitveni sektor doživel razcvet po letu 1993, saj so se takrat začela podjetja prestrukturirati, vedno več pa je bilo prisotnega tujega kapitala. Veliko podjetij je svojo proizvodno dejavnost povečalo še na storitveno. Največjo vlogo so takrat doživele trgovine z živili in izdelki za široko potrošnjo. Postopno se je povečalo tudi število finančnih ustanov, samostojnih podjetij in gostinskih lokalov (Rus 2007, 266).

Rusova (2007, 266) nam v naslednjem stavku pojasnjuje pomen terciarnih dejavnosti: »Storitvene dejavnosti so tiste dejavnosti, ki niso produktivne oziroma obsegajo ekonomske proizvode, ki niso stvarna dobrina, ter se od primarnega in sekundarnega sektorja razlikujejo po nujenju nematerialnih storitev in ne samo materialnih storitev.« Izpostavlja tudi njihov vpliv na družbeno delo, saj ga terciarni sektor vsebuje veliko več kot ostali sektorji.

Storitve terciarnega sektorja so nematerialne, zato se na trgu soočajo z večjimi ovirami pri prodaji, saj potencialne stranke občasno ne vedo, kakšno storitev lahko pričakujejo in kakšno

vrednost bodo morale plačati. V tem primeru je zelo pomembno, da podjetja izboljšujejo kakovost storitev, saj nekega jamstva pri tem sektorju ni.

*Štirje razlogi*, ki prispevajo k pospešeni rasti terciarnega sektorja, so (Pettinger 2017):

- izboljšana produktivnost dela in izboljšana tehnologija,
- globalizacija,
- dohodkovna elastičnost povpraševanja in
- dvig realnih dohodkov.

### 3 PODJETNIŠTVO

Ekonomska znanost se s podjetništvom ukvarja že več stoletij. S pojmom podjetništvo najpogosteje označujemo aktivnosti posameznikov, ki jih ti izvajajo za zadovoljevanje tržnih potreb in si z njimi prizadevajo za čim večji finančni uspeh (Glas in Pšeničny 2000, 21).

Hiscrkih opredeljuje podjetništvo kot »proces ustvarjanja nečesa drugačnega, vrednega, pri čemer se vloži potreben čas in trud, prevzema spremljajoče finančno, psihološko in družbeno tveganje ter pridobi končne nagrade v obliki denarja ali osebnega zadovoljstva« (Ruzzier idr. 2008, 21).

V gospodarstvu podjetništvo predstavlja preoblikovanje v sestavi poslovanja, saj večja kot je rast podjetja, več si lahko udeleženci razdelijo. Njen namen je ustvarjati in povečevati bogastvo, pri čemer podjetniki vlagajo svoj kapital in čas (Ruzzier idr. 2008, 23).

Rebernik (2008, 31) nas opozarja na tri različne vidike podjetništva, katere imajo pomembno vlogo pri razumevanju pojma:

- *poklicni vidik*, pri katerem gre za vprašanja o izbiri poklica, lastništvo podjetja in upravljanje lastnega podjetja;
- *vedenjski vidik*, ki je povezan z iskanjem in izkoriščanjem ugodnih poslovnih priložnosti;
- *družbenoekonomski vidik*, ki proučuje ekonomske in družbene učinke podjetništva na podlagi ponudbe in povpraševanja.

Antončič idr. (2002) ugotavljajo, da je podjetništvo trenutno najbolj učinkovita oblika za zaposlitev luknje med trgom in znanjem. S tem se odpirajo nova delovna mesta, kar predstavlja pomemben učinek na gospodarstvo v nekem območju.

Podjetništvo ni omejen pojem, saj se lahko pojavi v vseh oblikah podjetja: mala (10–49 zaposlenih), srednja (50–249 zaposlenih) in velika podjetja (250 in več zaposlenih). Čeprav so do 70. let prejšnjega stoletja v svetovnem gospodarstvu dominirala velika podjetja, so se velika podjetja zaradi globalizacije (liberalizacije svetovne trgovine, večje konkurence, nove tehnologije ipd.) prestrukturirala. To pomaga malim in srednjim podjetjem (v nadaljevanju MSP), saj so ta bolj dinamična v svoji aktivnosti kot velika podjetja. MSP je v državah OECD okoli 95 % in predstavljajo več kot polovico vseh zaposlenosti, kar vpliva na učinkovitost gospodarstva in socialno kohezijo (Ruzzier idr. 2008, 17). Zakonska podlaga v Sloveniji, ki definira kriterije za velikost podjetij, je Zakon o gospodarskih družbah (55. člen). Mala podjetja pa niso najmanjša oblika družbe, saj so v Sloveniji prisotna še mikropodjetja, za katera veljajo *trije kriteriji*: povprečno število zaposlenih ne presega 10, čisti prihodki od prodaje so manjši od 700.000 evrov in vrednost aktive ne presega 350.000 evrov (Zakon o gospodarskih družbah, 55. člen - ZGD-1).

### 3.1 Opredelitev pojma podjetnik

V tem poglavju bomo spoznali različne opredelitve pojma »podjetnik«, katera so se oblikovala čez čas.

#### 3.1.1 Klasične teorije podjetnika

Po mnenju avtorjev Glas in Pšeničny (2000) je podjetnik osrednja figura v ekonomiki. Opozarjata, da čeprav je podjetniška funkcija v družbi starejše narave, danes še vedno nimamo jasne definicije pojma podjetnik.

#### Preglednica 1: Klasične definicije podjetnika

Avtor	Definicija podjetnika
Richard Cantillon	Podjetnik je vsak, ki prejema negotove prejemke.
Jean-Baptiste Say	Podjetnik je usklajevalec proizvodnega procesa.
Joseph Alois Schumpeter	Podjetnik je inovator.
Frank Knight	Podjetnik je usmerjevalec ekonomskih aktivnosti, ki bolje kot ostali ljudje ocenjuje negotovost in prevzema odgovornost za točnost svoje ocene.
Ludvig von Mises	Podjetnik je vsakdo, kdor je v stalni pripravljenosti izrabiti nove poslovne priložnosti z ustreznim kombiniranjem proizvodnih virov in ob prevzemanju tveganja.
Israel Kirzner	Podjetnik je posameznik, ki je izredno pozoren ter zato sposoben spoznati in izkoristiti priložnosti, ki so ostale neopažene.
Mark Casson	Podjetnik je posameznik, ki se specializira za sprejemanje tehničnih odločitev o usklajevanju redkih proizvodnih virov.
Harvey Leibenstein	Podjetnik je povezovalec različnih trgov, ki zaokroži vire in izpolnjuje tržne razkorake.
Theodore Schultz	Podjetnik je posameznik, ki se odzove na spremembe v ekonomskih pogojih in z razporejanjem virov, s katerimi razpolaga, prispeva k odpravljanju neravnovesnega stanja.
William Baumol	Podjetnik je oseba, ki v odvisnosti od pravil igre v delovni družbi usmerja svoje podjetniške sposobnosti v produktivno, neproduktivno ali destruktivno podjetništvo.

Vir: Glas in Pšeničny 2000, 29.



### **3.1.2 Sodobne teorije podjetnika**

Kot smo razbrali v prejšnjem poglavju, se je od srednjega veka do danes pojavilo veliko različnih definicij izraza »podjetnik«. Sredi 20. stoletja pa se je uveljavila definicija podjetnika kot *inovatorja*, ki združuje vire, delovno silo, materiale in druga sredstva v namenu večanja vrednosti kot prej ali kot osebo, ki uvaja spremembe, inovacije (Ruzzier idr. 2008, 23). Pogosto pa v vsakdanjem življenju uporabljamo pojem podjetnik kot sinonim za lastnika podjetja, menedžerja in poslovneža.

Najbolj splošno in pogosto danes gledamo na podjetnika kot na organizirajoči dejavnik proizvodnje in kot osebo, ki organizira podjem, najema inpute, opravlja vsakdanja podjetniška opravila in prevzema tveganja. Če povzamemo Rebernika (2008), je za njega podjetnik oseba, ki:

- daje pobudo in organizira poslovne procese s ciljem izdelovanja blaga,
- sprejema odločitve, ki so pomembne za podjetje,
- sprejema tveganja.

Rebernik (1997, 29) pa tudi opozarja, da podjetnik ni poklic ter je samo opornik »mehanizma sprememb«.

Plut meni, da je podjetnik človek s sposobnostmi, znanjem in sredstvi, s katerimi povezuje proizvodne dejavnike, tako da doseže donosne priložnosti. Kovač vidi podjetnika kot inovatorja proizvodov ter storitev in kot raziskovalca novih trgov. Pri tem moramo opozoriti, da se je od sredine 20. stoletja uveljavil pojem podjetnik – inovator, kar opisuje podjetnika kot posameznika, ki razvija nekaj posebnega (Ruzzier idr. 2008, 21).

V 21. stoletju obravnavamo podjetnika kot organizatorja in vodjo podjetja, katerega namen je realiziranje dobička. Glavne lastnosti dobrega podjetnika so: pogum, odprtost, smisel za ustvarjanje, odločnost, intuicija (pri sprejemanju odločitev), potreba po dosežkih in fleksibilnost (Dostop.si 2020).

### **3.2 Razlike med podjetniki in podjetnicami**

Rodman in Košmrlj povezujeta podjetništvo z moškim spolom, saj naj bi bile smernice podjetništva nastrojene v bolj »moške« značilnosti, kot sta rivalstvo in upravljanje. Ugotavljata tudi, da večina moških deluje v javnem sektorju, ženske pa v zasebnem. Moški podjetniki naj bi imeli večja podjetja kot ženske, saj je za podjetnice značilno manjše tveganje in širjenje podjetja, saj ves čas iščejo finančno stabilnost in se raje izognejo tveganju (GZS:Zbornica osrednjeslovenske regije Ljubljana, 2016).

Bercko (2012) navaja, da naj bi se med gospodarsko krizo (leta 2008) v Sloveniji ženske 1,5-krat pogosteje odločile za samostojno podjetniško pot kot moški, ter dodaja, da so takšni

težki časi prava priložnost, da lahko ženske uporabijo svoja znanja in izkušnje. Uradni podatki pa kažejo, da je bilo v Sloveniji konec leta 2019 registriranih 44.302 moških in 22.371 ženskih podjetnikov (SiStat 2019). To pomeni, da se še vedno več moških odloča za podjetništvo, in to skoraj enkrat več kot žensk.

## Preglednica 2: Primerjava med podjetniki in podjetnicami

Značilnosti	Podjetniki	Podjetnice
Motivacija	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dosežki: težnja, da se stvari zgodijo,</li> <li>- osebna neodvisnost: samopodoba, povezana s statusom v korporaciji, je nepomembna,</li> <li>- zadovoljstvo z delom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dosežki: doseganje cilja,</li> <li>- neodvisnost: 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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zafrustriranost z delom,</li> <li>- zanimanje in prepoznanje 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 in prihranki,</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> </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>
Osebne 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>- entuziazem in energija,</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> <li>- entuziazem in energija</li> </ul>

Značilnosti	Podjetniki	Podjetnice
Zgodovina	<ul style="list-style-type: none"> <li>- starost ob ustanovitvi: 25–35,</li> <li>- oče je bil samozaposlen,</li> <li>- visoka šola: poslovna ali tehnična usmeritev (po navadi inženir),</li> <li>- prvorojenec,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- starost ob ustanovitvi: 35–45,</li> <li>- oče je bil samozaposlen,</li> <li>- visoka šola: usmeritev v družbene vede,</li> <li>- prvorojenka</li> </ul>
Podporne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>- prijatelji, strokovni znanci (odvetniki, računovodje),</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 združenja,</li> <li>- panožna združenja,</li> </ul>
Tipi ustanovljenih podjetij	<ul style="list-style-type: none"> <li>- industrija ali gradbeništvo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- storitve: izobraževanja, svetovanje ali odnosi z javnostmi</li> </ul>

Vir: Antončič idr. 2002, 97.

Podjetnice in podjetniki se ukvarjajo z različnimi dejavnostmi. Ženske se v večji meri raje odločijo za storitvene dejavnosti, ki so ena izmed hitro rastočih dejavnosti gospodarstva: kot so trgovina na drobno, odnosi z javnostmi, izobraževalne storitve. Moški pa se raje ukvarjajo s proizvodnjo, gradbeništvom ali visoko tehnologijo. To pomeni, da so podjetja v lasti podjetnic manjša in z nižjim čistim dobičkom, vendar imajo podjetnice danes več poslovnih priložnosti kot kadarkoli prej, saj naj bi se po določenih podatkih več žensk kot moških odločilo za samostojno podjetništvo (Antončič idr. 2002, 98–99).

Za vzpostavitev enakopravnosti med spoloma na delovnem mestu se zavzema tudi Agenda za trajnostni razvoj 2030, ki predstavlja razvojni akcijski načrt s 17 cilji. Eden izmed ciljev se glasi »enakost spolov«, ki stremi k dosegu enakopravnosti in enakosti med spoloma ter h krepitvi vloge žensk. Po njihovih navedbah ženske opravljajo več neplačanega dela, manj zaslužijo in zasedajo manj odgovorna delovna mesta v primerjavi z moškimi. Kljub temu da podatki kažejo večjo izobraženost žensk, je še vedno več moških z nižjo izobrazbo na boljšem položaju (Keuc 2020, 20–21).

## 4 ZAČETEK ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA

Vloga žensk se je začela spreminjati v 90. letih, ko je bilo zaznati povečano število žensk na trgu dela. V Sloveniji se je žensko podjetništvo začelo najbolj utrjevati v času osamosvojitve, najbolj pa med letoma 2005 in 2019. Globalno gledano, pa je žensko podjetništvo doživelo razcvet med letoma 1997 in 2017. Po raziskavah podjetniškega portala American Express se je takrat število podjetnic povečalo za 114 % (Kušar 2019b).

Kljub temu pa bi 21. stoletje lahko obeležili kot aktivno vključevanje žensk v podjetništvo, saj so bile takrat izkoreninjene administrativne ovire, storitveni sektor se je povečal, pogoji za kapital so bili blažji itd. (Portal podjetništvo 2011).

Pomemben vpliv na žensko podjetništvo predstavlja problem neenakosti med spoloma, ki je že nekaj časa bistvo strategije družbene prosperitete v Evropi. Z obravnavanjem problema neenakosti se spopadajo številne svetovne organizacije, kot so OZN, UNESCO, ILO itd. V Sloveniji so bili med letoma 2000 in 2003 sprejeti trije zakoni, ki odpravljajo problem neenakosti: Zakon o enakih možnostih žensk in moških, Zakon o delovnih razmerjih in Zakon o starševskem varstvu in družinskih prejemkih. Čeprav ti zakoni predstavljajo temelj, je v Sloveniji še vedno prisotno nazadovanje družbe o stališču načela enakosti (Turk idr. 2004, 48).

### *Razlogi vključevanja žensk v podjetništvo*

Hertz (1994) je mnenja, da se ženske odločijo za podjetništvo zaradi potrebe po denarju, potrebe po preživetju, odpora do hišnih opravil, bogastva in moči ter neodvisnosti. Med vsemi razlogi pa je vsem ženskam skupno, da se odločijo za pot v podjetništvo zaradi želje po izboljšanju svojega finančnega, družbenega ali čustvenega stanja. Na drugi strani so se pojavile ženske, ki so izstopile iz altruizma, ki imajo en sam razlog za vstop v podjetništvo: pomagati mnogim drugim.

Čeprav je razlog potrebe po denarju bolj značilen za moško podjetništvo, je bil ta kljub temu eden izmed najbolj odločilnih razlogov. Nekatere ženske so po smrti moža prejele moževo zapuščino, vendar je bila ta denarno omejena, zato so bile primorane za ohranitev življenjskega standarda poiskati nove vire financiranja.

Drugi najbolj odločilen razlog je neodvisnost, kar pomeni sprejemanje odločitev brez potrebnih odobritev predpostavljenih. Za neodvisnost se po večini odločijo ženske, ki so bile prej že zaposlene ali finančno odvisne od drugih (Hertz 1994).

Mnogim ženskam pa zaposlitev ne predstavlja samo izstopa iz neodvisnosti. Nekatere se za zaposlitev odločijo iz izbire, druge iz nujnosti, kar odraža posledico družbenih sprememb in individualnih situacij. Že v času družbenih recesij je ženska delovna sila pogosto odveč in je njihov položaj na trgu dela bolj negotov v primerjavi z moškimi. Vsi ti dejavniki posledično

vplivajo na zdravje ter na duševno zdravje, kar pa vpliva na njihovo kariero, iskanje zaposlitve in napredovanje. Zaradi tega so tudi ženske najpogosteje uporabnice socialnih služb v iskanju pomoči zase in za svojo družino (Zaviršek 1994, 201).

## 5 ŽENSKO PODJETNIŠTVO

Podjetništvo bi lahko delili na »moško« in »žensko« podjetništvo, vendar vedno več podatkov priča, da je podjetništvo ženskega spola. Ženske kot podjetnice spadajo med neizkoriščene potenciale, ki se jih svet in družba danes premalo zavedata.

### 5.1 Definicije ženskega podjetništva

Najbolj osnovna in pogosta definicija za naš obravnavani problem je, da žensko podjetništvo predstavljajo ženske ali skupine žensk, ki ustanovljajo, organizirajo in vodijo podjetje (SSKJ 2020).

Podjetnica Marta Turk, ki je članica skupnosti slovenskih podjetnic, opredeljuje žensko podjetništvo kot družbeno kategorijo, ki posameznice vodi v ekonomsko neodvisnost in večanje blagostanja v družbi (Turk 2021).

V Indiji opisujejo žensko podjetništvo kot »podjetje v lasti in pod nadzorom ženske z najmanjšim finančnim deležem 51 % kapitala, s čimer zagotavlja vsaj 51-odstotno zaposlenost žensk«. Schumpeter opisuje podjetnice kot ženske, ki uvajajo novosti, aktivno začnejo ali sprejemajo podjetja. Rahuni J. Alice pa poudarja, da žensko podjetništvo temelji na udeležbi žensk pri lastniškem kapitalu in pri zaposlovanju (CSS University 2020).

### 5.2 Značilnosti

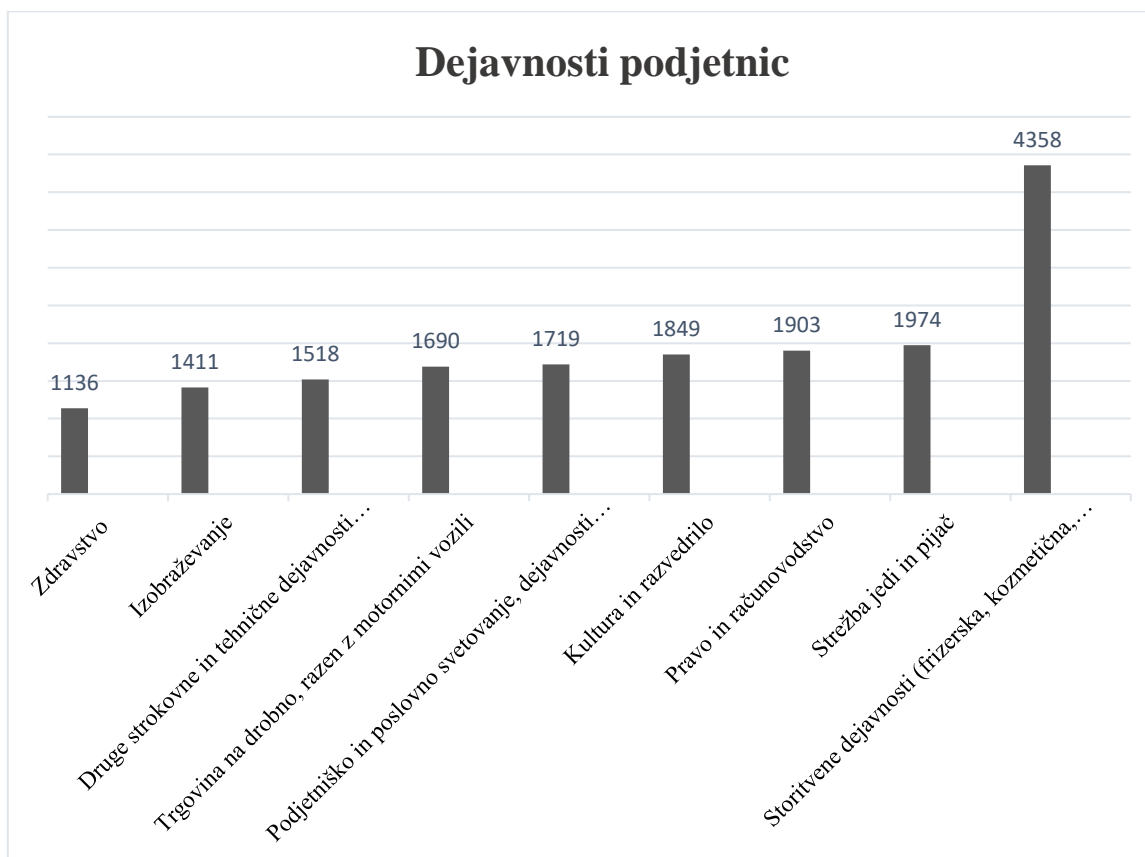
Brush (1992, 75) navaja: »Podjetja, ki jih sestavljajo in vodijo ženske, skrbijo za razkazovanje niza posebnih zunanjih oblik.« Za podjetnice je značilen menedžerski slog vodenja, kar pomeni, da so ženske naravnane bolj premišljeno in dosledno, najbolj v začetku in v razvoju podjetja. Njihov glavni cilj je vzpostavitev zaupanja s podrejenimi in njihovo spodbujanje. Takšno strategijo je mogoče tudi povezovati z njihovim prirojenim materinskim nagonom in z dejstvom, da se ženske zaradi primerne delitve vlog niso pogosto srečevale z avtoriteto v organizacijah.

Žensko podjetništvo se najbolj pogosto uveljavlja v mikro in malih podjetjih, saj sta za mala podjetja značilna manjše tveganje in manjši začetni kapital. Najbolj pogosta pravnoorganizacijska oblika podjetja, za katero se ženske odločijo, je samostojno podjetje. To pomeni, da lahko na trgu samostojno opravljajo pridobitno dejavnost kot fizične osebe. Zelo pogosto pa ženske tudi delujejo v neprofitnih organizacijah, kar lahko povezujemo s psihičnimi lastnostmi žensk, kot je skrb za dobro družbe, okolja in drugih. Rodman in Košmrlj navajata, da naj bi po raziskavah bile ženske bolj uspešne v storitvenih dejavnostih kot v drugih. Ženska podjetja dajejo velik poudarek na lokalno skupnost, saj naj bi njihovo podporno okolje bilo povezano s prijatelji in sorodniki (GZS:Zbornica osrednjeslovenske regije Ljubljana, 2016).

Žagarjeva (2010) izpostavlja, da je glavna značilnost podjetnic zavedanje odgovornosti, saj so v svojem poslu ostre in stanovitne ter vedo, da je za uspešen posel potrebna trda roka. Opozarja pa tudi, kot smo omenili že v prejšnjih odstavkih, da največ podjetnic najdemo v trgovskih (storitvenih) panogah, kjer ni velikega poudarka na tehnologiji. Za podjetnice je bolj značilno, da se ukvarjajo s posli, kot je izdelava izdelka za neposredno prodajo na trgu, saj je za njih značilno, da raje trgujejo s potrošniškim blagom, za katerega vedno obstaja povpraševanje na trgu (CSS University 2020).

Lastnosti poslovanja (Simonović 2019):

- poslovne obveznosti povprečno poravnajo od 1 do 7 dni po roku plačila,
- manj zadolževanja, več financiranja z lastnimi viri,
- z enim evrom ustvarijo 1,3 dobička kot gospodarstvo, ki ustvari 0,9 evra z enim evrom,
- leta 2017 so dosegle 37 % vseh dohodkov, 39 % vsega dobička, 24 % dohodkov izvoza in 37 % vseh delovnih mest glede na celotno gospodarstvo. Istega leta je bilo na trgu prisotnih 18.300 ženskih podjetij, kar je 25 % skupka gospodarstva.



**Slika 1: Dejavnosti delovanja podjetnic**

Vir: Bizovičar 2019.

Kot lahko razberemo iz Slike 1, največ samozaposlenih žensk deluje v storitvenih dejavnostih, saj je za te dejavnosti značilnega manj tveganja in manj kapitala. Najmanj podjetnic je prisotnih v izobraževanju in zdravstvu (Bizovičar 2019).

Glede na način dela pa raziskave kažejo, da 68 % podjetnic opravlja delo od doma, saj to zaradi narave oblike podjetja omogoča več fleksibilnosti, s tem tudi zapolnijo vrzel med poslovnim in zasebnim življenjem (Kušar 2019a).

### 5.3 Profil podjetnic

Vsaka podjetnica se po marsičem razlikuje od druge podjetnice. Najbolj znan profil podjetnice pa je: prvorojenka, klasična izobrazba, poročena, začetek pomembnejših poslov pri 30. letih, želja po neodvisnosti in opravljanju dela z zadovoljstvom, manjši posli, na začetku se sooča s pomanjkanjem poslovnih izkušenj in težko pridobitvijo zagonskega kapitala (Čeh 2008).

Na portalu »Podjetništvo« izpostavljajo nekaj pomembnih značilnosti uspešnih podjetnic (Čeh 2008):

- visoka motiviranost,
- dobra organiziranost,
- energičnost,
- osebna motiviranost,
- prvorojenka,
- nekdo v ožji družini je bil samostojni podjetnik,
- prirojene splošne podjetniške lastnosti,
- večšine vodje,
- družbene spretnosti,
- racionalnost,
- preišljenost,
- podpora in varnost.

#### Preglednica 3: Demografski dejavniki

Starost	Delež vseh podjetnic	Izobrazba (v največji meri)
40–59	62 %	Univerzitetna
18–39	23 %	
60+	15 %	

Vir: Kušar 2019b.

Če primerjamo osebne značilnosti podjetnic danes in tiste iz leta 1993, ugotovimo, da je bilo leta 1993 največ podjetnic s srednjo ali poklicno izobrazbo in njihova povprečna starost pri ustanovitvi podjetja je bila 38 let (Glas in Pšeničny 2000). Ugotovimo lahko, da je z leti več žensk z višjo izobrazbo stopilo na samostojno pot.



## 6 IZZIVI IN OVIRE PODJETNIC

Podjetnice se pri ustanavljanju podjetja srečujejo z različnimi izzivi, da lahko uresničijo svoje poslovne želje. S katerimi najpogostejši izzivi se spopadajo številne podjetnice na začetku svoje poslovne poti, so raziskali na podjetniškem portalu Business news daily:

1. *Ustvariti dober vtis na poslovne partnerje*: pomembno je, da so pri ustvarjanju vtisa pristne in samozavestne. Napačno je, da se v poslovnem svetu, kjer še vedno prevladujejo moški, začnejo obnašati na moški način, kar lahko vodi v tekmovalno in agresivno situacijo.
2. *Prepričati vlagatelja*: priporočeno je, da bi ženske pristopile do ženske vlagateljice, saj naj bi se vlagatelji odločili podpreti tiste ljudi, ki so jim najbolj podobni. Velik poudarek je tudi na poslovnem načrtu, ki mora biti čim bolj prepričljiv. Poslovni načrt predstavlja pomemben dejavnik za pridobitev vlagateljev.
3. *Doseči, da te jemljejo resno*: kot ena izmed najbolj uspešnih metod se je izkazala pridobitev mentorja, saj ta z lestvico izkušenj lahko svetuje in povečuje samozavest pri vključevanju v podjetništvo. V ZDA že imajo na voljo mentorski program, kjer izkušene ženske pomagajo novinkam. Navajajo, da so rezultati mentorstva zelo dobri, vendar so vodje centrov dodale, da je bilo ženske mentorice težko najti, saj morajo te žrtvovati svoj čas po službenih obveznostih za takšno »družbeno dejavnost«.
4. *Ravnotežje med poslovnim in družinskim življenjem*: že zaradi zgodovinske družbene delitve dela je primarna vloga ženske skrb za družino in gospodinjstvo. S tem, ko se ženske odločijo za samostojno pot, pridobijo več fleksibilnosti glede delovnega časa in načina dela, saj lahko delajo od doma in tako obdržijo krmilo med podjetjem in družino. Ta problem naj bi predstavljal največji izziv podjetnic.
5. *Spopasti se s strahom pred neuspehom*: padci in neuspehi predstavljajo pomemben del podjetništva, vendar nas padci ne smejo ustaviti pred realizacijo svoje podjetniške poti. Iz vsake negativne izkušnje moramo vedno ubrati pozitivne metode, ki nam bodo pomagale v prihodnje (Kušar 2019b).

Po mnenju Evropske komisije ločimo tri tipe *ovir* za ženske podjetnice:

- *Kontekstualne ovire*. Najbolj pogosta ovira, s katero se podjetnice soočajo, so stereotipi o vlogi žensk v družbi. Že od začetka delitve vlog je bila ženska označena za »mater« in gospodinjo v družini, kar predstavlja njihov sociokulturni status. Zaradi tega poslovni partnerji velikokrat ne želijo sodelovati s podjetnicami, saj jim te vzbujajo nezaupljivost in nezaupanje. Obratno pa so podjetnice, ki dajejo večjo prednost delu, označene za slabe gospodinje in matere, saj naj bi s tem zapostavljale svojo primarno delitveno vlogo v družbi (Ruzzier idr. 2008, 73).
- *Ekonomske ovire*. Prva potreba po denarju se pojavi na začetku ustanavljanja podjetja, saj potrebujejo ustanovitveni kapital. Za ustanovitveni kapital večina žensk uporabi lastne prihranke ali si ga sposodijo od bližnjih, saj zaradi stereotipov težje pridejo do bančnih posojil kot moški. Kot smo že navedli, večina žensk deluje v storitvenem sektorju, kjer je prisotna manjša potreba po kapitalu. Zelo pomemben dejavnik pri posojilih je dober

poslovni načrt, ki je v določenih državah pogosto podlaga za pridobitev finančnih posojil in hkrati zagotavlja banki, da bo posojilo zanesljivo vloženo (v ZDA imajo finančno ustanovo SBA (small business administration), ki deluje na teh principih). Pri tej oviri je pomembna podpora raznih finančnih organizacij, ki nudijo spodbude za razvoj in pospeševanje ženskega podjetništva.

- *Mehke ovire.* Ženske se pogosto srečujejo s pomanjkanjem samozavesti. Kanjuo Mrčela (1996) meni: »S socializacijo ženskam res ni privzgojeno veliko samozavesti, gre za pojav 'statistične diskriminacije' (povprečen moški je bolj samozavesten kot povprečna ženska).« Enako velja tudi prepričanje, da ženske niso pripravljene prevzeti odgovornost in da bodo dopustile vpliv čustev na poslovne odločitve. Podjetnice težje kot moški pridejo do poslovnih mrež in poznanstev. Institucije bi morale dati več poudarka na dostop do informacij in na njihovo izmenjavo med podjetnicami. Prvo takšno žensko podjetniško združenje je bilo ustanovljeno leta 1945 in še deluje v Franciji (»FCEM«). Vanj je včlanjenih 30 držav, med njimi tudi Slovenija in Madžarska. Danes pa že obstaja veliko mednarodnih neprofitnih združenj za izmenjavo in pomoč ženskim podjetnicam, kot so Nacionalna fundacija ameriških podjetnic (NFWBO), AIDDA, Small business administration (SBA) itd. Srečujejo se tudi s pomanjkanjem usposabljanj za podjetništvo (Bercko 2012).

Poslovni časopis Barometer je leta 1990 izvedel anketo z namenom odkrivanja podjetnic, v katerem so tudi postavili vprašanje o preprekah v podjetništvu. V anketi je sodelovalo 200 podjetnic. Anketirane so najpogosteje odgovorile:

- pomanjkanje izkušenj in znanja,
- previsoki prispevki za delavce,
- težave pri pridobivanju kadra,
- nepoznavanje prodajnih procesov,
- nestabilna denarna vrednost,
- državni monopoli,
- pomanjkanje dobrih poslovnih priložnosti,
- pomanjkanje poslovne etike in morale (Cigale 1992).

Globalni podjetniški monitor (GEM) je raziskovalni projekt, ki je bil ustanovljen leta 1999 in proučujejo relacijo med podjetniško dejavnostjo in nacionalno ekonomsko rastjo. Leta 2013 so v 69 državah opravili raziskavo, v kateri je sodelovalo 198.000 ljudi. Njen cilj je bil ugotoviti vzroke šibkega vključevanja žensk v podjetništvo. Raziskava je pokazala, da ženskam vstop v podjetništvo najbolj preprečujeta pomanjkanje samozavesti in strah pred porazom (Resnik 2013).

## 7 SPODBUJANJE ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA

### *Podporne institucije*

Države prek podjetniških centrov in projektov dajejo posojilna sredstva za malo gospodarstvo neprofitnim skladom, katerih skrb je varna naložba državnega denarja. Večinoma med te centre spadajo zbornice, kot sta Gospodarska zbornica Slovenije (GZS) in Obrtna zbornica Slovenije (OZS). Z istim namenom so bile v današnjem času ustanovljene ustanove, ki nudijo informacije in pomoč pri ustanavljanju. Med njih uvrščamo tehnološki parke, podjetniške inkubatorje in točka VEM (Ruzzier idr. 2008, 231).

Te ustanove nudijo pomoč pri podjetništvu ne glede na spol podjetnikov. Ustanov, ki bi nudile pomoč izključno ženskam, pa je veliko manj.

### *OECD*

Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (v nadaljevanju OECD) je mednarodna skupnost, katere glavna naloga je oblikovanje boljše politike za spodbujanje blaginje in enakosti (OECD 2020).

V njihov uradni dokument so vključili dve smernici, ki bi izboljšale politiko ženskega podjetništva:

- *Dostopnost do trga.* Ženskam je treba priskrbeti možnost zaposlovanja, podpornih skupin, finančnih virov, tehnologije, promocijo, možnost varstva otrok in, kar je najbolj pomembno, rektificirati status žensk v skupnosti.
- *Sestava vladnega organa za podjetnice* za oblikovanje ženskih podjetniških središč, kjer bi podjetnice imele glavno podporno mrežo ter redno merjenje učinkovitosti podpornih ukrepov.

Če primerjamo vpliv ženskega podjetništva v tujini in v Sloveniji, lahko hitro ugotovimo, da v tujini podjetnicam nudijo večjo podporo kot pri nas. Njihovo spodbujanje je nagnjeno k delovanju neprofitnega podpornega združenja, klubov in skupnosti, potem imajo izključno ženske gospodarske zbornice (v Združenih državah Amerike – Denver), nudijo nagrajevanje učinkovitosti podjetnic, izobraževanja, vplivajo na zakonodajo ter omogočajo uporabo neprofitnih sredstev (Turk 2021).

### *Mreženje*

V večini se še danes ne zavedamo pravega pomena mreženja, v poslovnem svetu pa še toliko manj. Če začnemo na začetku poslovne kariere, nam še dobro mreženje pride toliko bolj prav, najbolj pa ženskam, ki si želijo ustvariti samostojno kariero. Kot si lahko predstavljamo, ena

ženska podjetnica med samimi moškimi podjetniki težko pridobi priložnost za izražanje svoje volje in mnenja, saj so ženske v manjšini. V nasprotju s tem pa so podjetnice danes ustanovile lastna društva, kjer si lahko med seboj delijo izkušnje, podporo, svetovanje ipd. V Sloveniji je danes takšnih skupnosti okoli 20.

Izpostavimo nekatere najbolj razširjene skupnosti:

- *Skupnost slovenskih podjetnic*. Vsaka članica dobi svojega mentorja,
- 500 podjetnic,
- *Regijski svet poslovnih žensk in podjetnic*. Mesečna druženja in konference,
- *Društvo poslovnih žensk »FAM«*. Izmenjava poslovnih izkušenj in izobraževanja,
- *Združenje podjetnic Gorenjske*. Regionalno povezovanje podjetnic,
- *Območna obrtno-podjetniška zbornica Celje: Sekcija podjetnic in obrtnic*,
- *Agencija M servis, d. o. o.* Kadrovsko svetovanje podjetnicam,
- *Združenje manager*,
- *Podjetnice iz Grosuplja*. Športno organizirano druženje (500 podjetnic 2021).

Največje mednarodno združenje je bilo ustanovljeno leta 1945 in še deluje v Franciji (»FCEM«). Vanj je včlanjenih 30 držav, med njimi tudi Slovenija in Madžarska. Danes pa že obstaja veliko mednarodnih neprofitnih združenj za izmenjavo in pomoč ženskim podjetnicam, kot so Nacionalna fundacija ameriških podjetnic (NFWBO), AIDDA, Small business administration (SBA) itd. (Glas in Pšeničny 2000, 24).

### *Javna agencija SPIRIT*

V sodelovanju Zavodom Republike Slovenije za zaposlovanje, Ministrstvom za gospodarski razvoj in z Ministrstvom za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti so leta 2018 namenili subvencijo v enkratni vrednosti 5.000,00 evrov za bodoče podjetnice. Potencialne ženske pa so morale izpolnjevati posebne pogoje: najmanj strokovna izobrazba, tri mesece prijavljene kot brezposelne na ZRSZ in poslovna ideja. Po sklenitvi pogodbe je podjetnica morala še dve leti ostati neprekinjeno samozaposlena (Data 2018).

## **8 EMPIRIČNI DEL**

Po teoretičnem delu in po že uporabljenih raziskavah smo ugotovili, da se ženske raje odločajo za storitveno panogo (Žagar 2010), svoje delo večinoma opravljajo od doma (Kušar 2019b) in se pri svojem delu največkrat srečujejo s kontekstualnimi ovirami (stereotipna mišljenja). S tem smo v prvem delu zaključne projektne naloge pridobili vpogled v stalež žensk v podjetništvu in njihove značilnosti na splošno. V empiričnem delu pa na konkretnih primerah raziščemo in proučimo obravnavani problem in predstavimo rezultate raziskave.

### **8.1 Opis metode**

Za izvedbo naše raziskave smo uporabili metodo strukturiranega intervjuja. Ugotoviti in proučiti smo želeli značilnosti in ovire žensk v podjetništvu na konkretnih primerih v Sloveniji, kar bo prispevalo k lažjemu razumevanju obravnavane teme in kako zadeve delujejo v praksi, kar je eden izmed ciljev naše raziskave.

Uporabili smo namenski vzorec, saj smo za ciljno skupino izbrali tistih pet podjetij, ki spadajo med ženska podjetja s storitveno dejavnostjo.

### **8.2 Potek**

Intervju smo izvedli avgusta 2020 osebno z udeleženkami. Pogovore smo posneli in prepisali v tekstovno obliko. Intervju je zajemal osem strukturiranih vprašanj. Intervjuvali smo pet samostojnih podjetnic iz podravske regije, katerih dejavnosti spadajo med storitvene dejavnosti:

- Slikopleskarstvo, trgovina in gostinstvo, Petra Savski, s. p.,
- Računovodske in gradbene storitve, Bojana Smogavec, s. p.,
- Frizerski studio Čup'Ca, Romana Španring, s. p.,
- Š nails, geliranje nohtov, Špela Šega, s. p., in
- Poslovno svetovanje, Katja Petrun, s. p.

## 9 REZULTATI

V nadaljevanju predstavljamo odgovore intervjuvank, ki so pripomogli k jasnejšemu pogledu na položaj žensk v podjetništvu. Na osnovi rezultatov bolje razumemo, s kakšnimi dejavniki se srečujejo na svoji poslovni poti.

### *1. Intervju*

Ime in priimek: Petra Savski

Starost: 48

Izobrazba: vrtnarski tehnik

Čas trajanja samozaposlitve: 10 let

#### *1. S katerimi dejavnostmi se ukvarja vaše podjetje?*

Naše podjetje se ukvarja s tremi dejavnostmi – slikopleskarstvo, trgovina in gostinstvo, vendar je naša primarna dejavnost pleskarstvo.

#### *2. Kateri motivi so prispevali k temu, da ste se odločili za samostojno podjetniško pot, in kako bi opisali začetek vašega poslovanja?*

Podjetja nisem sama ustanovila, saj je naše podjetje ustanovil moj oče, ampak zaradi njegovega odhoda v pokoj sem prevzela njegovo podjetje in vodenje. Lahko bi rekli, da spadamo med družinska podjetja. Lahko bi tudi zavrnila očetovo ponudbo, vendar sem si od nekdaj želela delati v našem podjetju na vodilnem položaju, saj zelo rada delam z ljudmi in obožujem svobodo pri vodenju »lastnega podjetja«. Začetek poslovanja bi lahko opisala kot nekakšno dobrodošlo prelomnico v mojem življenju in seveda je tudi bila prisotna napetost, ker sem se zavedala, da bom nosila pomembno odgovornost. Podjetje je že prej zelo uspešno poslovalo in sem morala držati ta nivo še naprej. Na kratko lahko rečem, da je bil začetek zelo dinamične narave.

#### *3. Vam je kdo pomagal pri ustanavljanju podjetja?*

Kot sem že omenila pri prejšnjem vprašanju, sem podjetje tako rekoč »podedovala« in mi je pri začetnem vključevanju v podjetniško sfero pomagal oče, ki mi je predal svoje izkušnje. Čeprav mi še zdaj veliko pomaga, ko ga prosim za nasvet.

#### *4. Vam podjetništvo otežuje usklajevanje poslovnega in zasebnega življenja?*

Priznati moram, da mi usklajevanje službe in družinskega življenja nikoli ni predstavljalo bremena. Saj ko sem prevzela vodenje podjetja, so bili otroci že v šoli in s tem bolj samostojni. Tako da sem delo opravljala v dopoldanskem času do prihoda otrok. Prednost imam tudi v tem, da živim v isti stavbi, kjer imam trgovino in gostinski lokal, tako da sem veliko časa v dnevu

prisotna v podjetju, tudi po »delovnem času«. Čeprav zagovarjam dejstvo, da samostojni podjetniki nimamo opredeljenega delovnega časa, saj moramo biti prisotni 24/7, če želimo poslovati uspešno in ažurno.

5. *Ste kdaj na svoji podjetniški poti naleteli na ovire in kako ste se soočili z njimi?*

Na nekakšne velike ovire nisem nikoli naletela, na manjše ovire pa seveda že večkrat, kar mi je seveda dalo izkušnje.

6. *Ali ste se kdaj v podjetništvu počutili diskriminirani v primerjavi z moškimi?*

Kratko in jedrnato povedano – ne, nikoli se nisem počutila diskriminirano v primerjavi z moškimi. Še bolj sem prepričana, da so ženske bolj sposobne za vodenje podjetja kot moški. Vendar je vse odvisno od posameznice.

7. *Katere osebne značilnosti mislite, da mora imeti uspešna podjetnica?*

Pogum. Ta značilnost je po mojem ena od najbolj pomembnih, saj te ne sme biti strah pristopiti ter tvegati. Kot drugo lastnost bi podala fleksibilnost, saj kot lastnica podjetja moraš delovati na vseh področjih in jih tudi poznati. Včasih je treba tudi za »metlo« prijeti in delo narediti namesto zaposlenih – si bolj »deklica za vse«.

8. *Menite, da državne ustanove namenijo zadosti podpore ženskemu podjetništvu in kaj bi si od države želeli v prihodnje?*

V obdobju vodenja podjetja se nikoli nisem ukvarjala s tem, da bi morale podjetnice imeti svoje posebne podpore. Čeprav sem mnenja, da je to nekaj zelo pozitivnega sploh za ženske, ki se odločajo o svoji samostojni podjetniški poti in niso gotove vase. Mogoče bi se s tem več ukvarjala, če bi sama ustanavljala podjetje. Moje edina podpora sta bila moj oče in družina. Koliko sem na tekočem v primerjavi z drugimi podjetnicami, bi lahko bilo več mreženja, da bi si podjetnice lahko delile izkušnje in pomagale druga drugi. Več bi lahko ponudili subvencij in finančno podporo oz. svetovanje ves čas poslovanja podjetja. Veliko se jih tudi sooča s težavo z varstvom otrok, kar bi država lahko v prihodnje izboljšala.

## 2. Intervju

Ime in priimek: Bojana Smogavec

Starost: 51

Izobrazba: ekonomski tehnik

Čas trajanja samozaposlitve: 8 let

1. *S katerimi dejavnostmi se ukvarja vaše podjetje?*

Z računovodskimi in pleskarskimi deli.

2. *Kateri motivi so prispevali k temu, da ste se odločili za samostojno podjetniško pot, in kako bi opisali začetek vašega poslovanja?*

Zaradi brezposelnosti, vendar me je bilo zelo strah začeti posel, ampak sem bila primorana. Vedela sem, da sem v računovodstvu zelo uspešna (saj sem v preteklosti delala za drugo podjetje v računovodstvu) in mi je vsaj to dajalo pogum, da vseeno probam, tudi stranke sem že imela znane in je potem potekalo lažje, tako da nisem imela težkega začetka (+ subvencija). Moram dodati, da svoje delo že od nekdaj z veseljem opravljam. Ko pa ti še znane stranke povedo, da si v tem uspešen in bi moral za sebe delati, ti pa da še več poguma.

3. *Vam je kdo pomagal pri ustanavljanju podjetja?*

Na zavodu za zaposlovanje sem bila torej prijavljena kot brezposelna oseba, potem so mi ponudili pot v samozaposlitev in ko sem se odločila za to, sem šla v presojo kandidatov za poslovne ideje (še prej sem morala narediti poslovni načrt, da je ustrezal kriterijem). Ko so presodili, da sem primerna za samozaposlitev, so me napotili na delavnice »priprava na samozaposlitev« (program »Subvencije za samozaposlitev«), ki je trajal en teden. Po delavnici sem odprla s. p., saj sem imela vezano pogodbo na njih, da imam podjetje najmanj dve leti neprekinjeno, dobila sem tudi subvencijo v enkratnem znesku 4.500 €.

4. *Vam podjetništvo otežuje usklajevanje poslovnega in zasebnega življenja?*

Ne, ker nimam takšnega obsega dela, da bi kaj morala večkrat zapostavljati.

5. *Ste kdaj na svoji podjetniški poti naleteli na ovire in kako ste se soočili z njimi?*

Nisem.

6. *Ali ste se kdaj v podjetništvu počutili diskriminirani v primerjavi z moškimi?*

Ne.

7. *Katere osebne značilnosti mislite, da mora imeti uspešna podjetnica?*

Znanje (poznavanje stroke), komunikativnost, natančnost, vestnost in odgovornost.

8. *Menite, da državne ustanove namenijo zadosti podpore ženskemu podjetništvu in kaj bi si od države želeli v prihodnje?*

Iskreno ne vem, saj nisem s takšnimi zadevami na tekočem. Na začetku mi je država nudila pomoč (kot sem dejala že pri prvem vprašanju), tako da ne morem nič slabega povedati glede



državne pomoči. Smo pa seveda bili v tem programu ženske in moški. Nisem nikjer zasledila, da bi nudili pomoč samo ženskam.

### *3. Intervju*

Ime in priimek: Katja Petrun

Starost: 35

Izobrazba: univerzitetna diplomirana medijska komunikologinja

Čas trajanja samozaposlitve: 6 let

#### *1. S katerimi dejavnostmi se ukvarja vaše podjetje?*

Spletni marketing, e-mail marketing, podpora pri marketinških in operativnih aktivnostih na spletu, vodenje spletnih projektov, postavljanje spletnih strani. Dejavnost pa imam registrirano kot poslovno svetovanje.

#### *2. Kateri motivi so prispevali k temu, da ste se odločili za samostojno podjetniško pot, in kako bi opisali začetek vašega poslovanja?*

Začela sem pravzaprav spontano in nekoliko »po sili razmer«. Ko sem pustila svojo drugo službo in odšla za nekaj časa v tujino, sem si zadala cilj, da delam vsaj 3 dni na teden od doma, da imam normalne šefe in da mi ob delu ostane še dovolj časa za to, kar rada počnem, poleg tega pa sem želela delati na področjih, ki me zanimajo. Potem pa se je nekako odvijalo v to smer, da sem, še preden sem odprla s. p., dobila prvo stranko, ki me ni mogla zaposliti, želela pa je delati z mano, tako da smo potem nekak prišle na idejo, da odprem s. p. Ko sem odprla s. p., pa so potem začele prihajati še druge stranke. Nekaj časa sem delala večji del za njo, potem pa sem začela sprejemati tudi druge stranke.

#### *3. Vam je kdo pomagal pri ustanavljanju podjetja?*

Pri osnovnih zadevah oseba, za katero sem takrat delala, sicer pa sem bila bolj ali manj prepuščena sebi. Lažje mi je bilo, ker sem imela že eno »veliko stranko«, ki mi je pokrivala večji del stroškov in neko osnovno plačo.

#### *4. Vam podjetništvo otežuje usklajevanje poslovnega in zasebnega življenja?*

Kot podjetnik je tvoje delo tvoje življenje, težko ločiš oz. se je treba zelo potruditi, da lahko ločiš osebno in poslovno življenje. Se mi zdi, da je skoraj nemogoče čisto izklopiti. Da si ustvariš nek »delovnik«, je kar izziv, ker imaš delo vedno doma – samo računalnik odpreš.

5. *Ste kdaj na svoji podjetniški poti naleteli na ovire in kako ste se soočili z njimi?*

»Oh« ja. Izzivi so vedno. Pridejo meseci, ko je dela manj, meseci, ko ga je več. Potrebno je pametno razporejati finance, da si pokriješ tiste mesece, ko je prihodkov nekoliko manj. Vedno moraš imeti nekaj »zaloge«. Nekaj časa sem imela »premalo strank«, potem jih je bilo naenkrat preveč. Oglaševati se do sedaj sicer nisem rabila, ker je večina strank prišla po priporočilih. Vmes sem imela vsega poln kufer in sem že hotela poiskati službo, samo nisem našla take, ki bi mi bila pisana na kožo in boljša kot to, kar imam. Izziv je tudi delo od doma. Zahteva kar veliko samodiscipline.

6. *Ali ste se kdaj v podjetništvu počutili diskriminirani v primerjavi z moškimi?*

Zaenkrat še ne. Mogoče imam edino problem s tem, da je večina moških »konkurentov« veliko bolj samozavestnih in »prodornih«. Jaz pa se jim ne znam uspešno postaviti ob bok, ker dajejo občutek, da vedo vse (čeprav ne).

7. *Katere osebne značilnosti mislite, da mora imeti uspešna podjetnica?*

Samodisciplino, dobro organizacijo, zaupanje, nenehno željo po učenju novih stvari, odprtost. Predvsem to, da zaupa vase in v to, da zmore. Da je ni strah priznati, če česa ne ve ali če kaj zamoči. Da se zna postaviti zase in da zna postaviti meje. Moč, da se sooči z napakami in jih ne jemlje kot nekaj slabega, ampak kot izzive na poti, ki jo učijo in utrjujejo. Pa tudi samozavest, da lahko prodaja svoje storitve (brez prodaje ni dela). Da je kreativna in išče nove rešitve, ko stvari ne gredo po načrtih. Da zna zadeve dobro načrtovati.

8. *Menite, da državne ustanove namenijo zadosti podpore ženskemu podjetništvu in kaj bi si od države želeli v prihodnje?*

Iskreno, ne vem, kakšna je podpora za žensko podjetništvo, ker sem koristila samo tisto znižanje davkov na začetku poti, potem pa več ne.

#### 4. *Intervju*

Ime in priimek: Špela Šega

Starost: 29

Izobrazba: diplomirana vzgojiteljica predšolskih otrok

Čas trajanja samozaposlitve: 5 let

1. *S katerimi dejavnostmi se ukvarja vaše podjetje?*

Geliranje nohtov, umetniško uprizarjanje, tečajji, distributerstvo, prodaja prek spleta.

2. *Kateri motivi so prispevali k temu, da ste se odločili za samostojno podjetniško pot, in kako bi opisali začetek vašega poslovanja?*

Mobing na prejšnjem delovnem mestu in ambicioznost. Vsak začetek je težak, preden se vse stvari postavijo na svoje mesto, vsemu temu pa je treba dodati tudi določeno negotovost, tveganje. Iskanje primernega prostora, ustreznega materiala, pridobivanje strank zahteva svoj čas.

3. *Vam je kdo pomagal pri ustanavljanju podjetja?*

Mož.

4. *Vam podjetništvo otežuje usklajevanje poslovnega in zasebnega življenja?*

Da in ne. V mojem primeru si lahko sama koordiniram svoj urnik, a sem hkrati tudi ves čas v službi (naročanje prek telefona, družabna omrežja, naročila, nabava, objave itd.).

5. *Ste kdaj na svoji podjetniški poti naleteli na ovire in kako ste se soočili z njimi?*

Imela sem nekaj nevšečnosti z najemno pogodbo prejšnjega poslovnega prostora, ki pa smo jih uspeli rešiti po mirni poti. Še največ težav nastaja v letu 2020 zaradi situacije s Covid-19 in nenadnih omejitev, ukrepov, zapiranj, prepovedi. Vse to se odraža v velikem upadu prometa in izgubi številnih rednih strank, ki v času prisilnega zaprtja salona zaradi epidemije koristijo storitve tam, kjer jih ponujajo na črno.

6. *Ali ste se kdaj v podjetništvu počutili diskriminirani v primerjavi z moškimi?*

Ne.

7. *Katere osebne značilnosti mislite, da mora imeti uspešna podjetnica?*

Ambicioznost, urejenost, disciplina.

8. *Menite, da državne ustanove namenijo zadosti podpore ženskemu podjetništvu in kaj bi si od države želeli v prihodnje?*

Nisem dobila občutka, da se delajo razlike napram moškim podjetnikom. Od države v prihodnje pričakujem, da poskrbi za podjetnike, ki jim je situacija s Covid-19 pustila posledice.

## 5. Intervju

Ime in priimek: Romana Španring

Starost: 28

Izobrazba: poklicna frizerka

Čas trajanja samozaposlitve: 7

1. *S katerimi dejavnostmi se ukvarja vaše podjetje?*

S frizersko dejavnostjo.

2. *Kateri motivi so prispevali k temu, da ste se odločili za samostojno podjetniško pot in kako bi opisali vaš začetek poslovanja?*

Ker sem že bila predhodno zaposlena v drugem frizerskem salonu, sem videla potek dela in sem se tako odločila, da bi sama poskusila delo. Tam sem dobila predhodne izkušnje. Z odprtjem lastnega salona sem videla priložnost za vstop v samostojnost, ker sem po naravi samostojna in prepričana v svoje znanje. Začetek poslovanja sem videla kot največji izziv, na srečo sem že imela svoje stranke, tako da je bil vstop v samostojnost dosti lažji. Veliko pomeni predhodno dobro ime, ker dobro delo nekje drugje je super odskočna deska za enostavnejši začetek lastne kariere. Kljub vsem izkušnjam je bil začetek predvsem težek, terjal je veliko živcev. Veliko preizkušnjo sem imela z začetnim kapitalom, ki je najbolj potreben za nabavo vseh potrebnih sredstev.

3. *Vam je kdo pomagal pri ustanavljanju podjetja?*

Bila sem v dobrih odnosih z nekdanjo delodajalko, ki mi je podala svoje mnenje in z mano delila svoje lastne izkušnje. Prav tako mi je pomagala pri večjih izzivih in svetovala pri začetnih korakih.

4. *Vam podjetništvo otežuje usklajevanje poslovnega in zasebnega življenja?*

Uspešno usklajujem zasebno in službeno življenje, saj za zdaj še nimam otrok. Sama pišem urnike, za to tudi lažje shajam z napornimi dnevi. Živim s partnerjem, zato si doma deliva delo in od njega dobivam veliko podpore, saj razume fleksibilnost dela.

5. *Ste kdaj na svoji podjetniški poti naleteli na ovire in kako ste se soočili z njimi?*

Kot v vsakem samostojnem delu so prisotne ovire, takšne in drugačne. V takem poslu je velika ovira ravno v konkurenci, prav tako tudi nezaupanje zaradi mojih let na samem začetku. Najbolj so mi pomagale dobre izkušnje in znanje, da sem pridobila stranke. Grobo rečeno, so bile ovire minimalistične.

6. *Ali ste se kdaj v podjetništvu počutili diskriminirani v primerjavi z moškimi?*

Glede na to, da je moških v frizerstvu manj, nisem začutila nekakšne diskriminacije. Tako ali tako s trdim delom dokažeš svoje zmožnosti in stranka se tako ali tako sama odloči. Kljub vsemu pa mi je vseeno, kaj si mislijo drugi (specifično moški).

7. *Katere osebne značilnosti mislite, da mora imeti uspešna podjetnica?*

Samozavestna, samosvoja, »zagrižena« za delo, pripravljena se soočati s problemi, prisluhni kritikom in glede na njih nadgraditi svoje znanje, dober poslušalec.

8. *Menite, da državne ustanove namenijo zadosti podpore ženskemu podjetništvu, in kaj bi si od države želeli v prihodnje?*

Če pogledamo primere drugod po svetu, se je žensko podjetništvo bolj normaliziralo, kar se pri nas še razvija. Od države si želim in pričakujem sposobnost prisluhni delodajalcem nasploh, s poudarkom na ženskah, ki vodijo svoja podjetja. Čeprav v Sloveniji ni zaslediti poudarka v razmejevanju moških in ženskih podjetnikov.

## 9.1 Analiza rezultatov

V naši raziskavi so sodelovale ženske, stare od 28 do 51 let, povprečna starost je 38 let. Največ podjetnic ima terciarno izobrazbo. Povprečen čas samozaposlitve je sedem let.

**Tabela 4: Osnovni podatki intervjuvank**

<i>Starost</i>	<i>Izobrazba</i>	<i>Čas samozaposlitve</i>
27	Poklicna frizerka	7
29	Dipl. vzgojiteljica predšolskih otrok	5
35	Univ. dipl. medijska komunikologinja	6
48	Vrtnarski tehnik	10
51	Ekonomski tehnik	7

### **Analiza 1. vprašanja: S katerimi dejavnostmi se ukvarja vaše podjetje?**

Od petih oseb se ena ukvarja z računovodskimi in gradbenimi (pleskarskimi) storitvami, druga z gostinstvom, pleskarstvom in trgovino, tretja s kozmetično in pedikersko dejavnostjo, četrta s poslovnim svetovanjem in peta s frizersko dejavnostjo. Če povzamemo, se jih največ ukvarja s pleskarskimi deli in kozmetičnimi-frizerskimi storitvami. Nobena od oseb se ne ukvarja izključno z eno dejavnostjo, saj so njihove glavne dejavnosti razpršene na več manjših dejavnosti.

### **Analiza 2. vprašanja: Kateri motivi so prispevali k temu, da ste se odločili za samostojno podjetniško pot, in kako bi opisali začetek vašega poslovanja?**

Tri osebe so bile primorane sprejeti odločitev za vstop v samozaposlitev – ena zaradi brezposelnosti, druga zaradi možnosti dela, saj ni bilo možnosti zaposlitve, razen delo kot

zunanji sodelavec (s. p.), tretja pa zaradi »mobinga« na delovnem mestu. Ena oseba se je odločila zaradi želje po samostojni poti, druga oseba pa zaradi dedovanja podjetja – nasledila očetovo podjetje. Kot lahko ugotovimo, se jih je največ odločilo za lastno podjetje zaradi slabih razmer na trgu dela.

Začetek dela so štiri osebe od petih opisale kot dober, saj jih je večina že imela stranke, preden so začele. Le peta oseba je opisala začetek kot težaven, saj si je morala sama poiskati stranke in jo je pri tem spremljal občutek negotovosti.

### **Analiza 3. vprašanja: Vam je kdo pomagal pri ustanavljanju podjetja?**

Eni osebi je pomagal oče (dedovanje položaja), drugi pa mož. Eni osebi je sprva pomagala stranka, ki ji je tudi predlagala pot v samostojnost, drugi pa prejšnji delodajalec. Samo eni osebi je pomagal zavod za zaposlovanje s programom »subvencije za samozaposlitev«, kjer je pridobila začetni kapital v vrednosti 4.500,00 €. Vsaka od oseb je imela različno pomoč pri ustanavljanju podjetja.

### **Analiza 4. vprašanja: Vam podjetništvo otežuje usklajevanje poslovnega in zasebnega življenja?**

Štiri osebe so odgovorile, da jim usklajevanje poslovnega in zasebnega življenja ne povzroča preglavic. Ena od teh štirih oseb je še dodala, da mora po delovnem času še upravljati postranska opravila (naročanje materiala, upravljanje družbenih omrežij ipd.) Ena oseba, ki opravlja delo od doma, pa težko loči poslovno in zasebno življenje. Če povzamemo, se lahko samostojni podjetniki zaradi lastnega koordiniranja urnika lažje soočijo z usklajevanjem poslovnega in zasebnega življenja.

### **Analiza 5. vprašanja: Ste kdaj na svoji podjetniški poti naleteli na ovire in kako ste se soočili z njimi?**

Dve osebi od petih se nista soočali z ovirami na svoji podjetniški poti (razen manjše ovire, ki niso deležne opombe). Ena oseba je imela težave z najemniško pogodbo za prostor, kar se je potem tudi hitro razrešilo. Druga oseba povezuje težavo dela od doma s samodisciplino ter z občasnim upadom ali porastom strank. Zadnja oseba pa se je morala spopasti s pritiskom konkurence. Ker smo intervju opravili avgusta 2020, so bile takrat v Sloveniji prisotne posledice širjenja virusa COVID-19 in je ena od oseb izpostavila težavo upada prometa in dela na črno ostalih konkurentov.

### **Analiza 6. vprašanja: Ali ste se kdaj v podjetništvu počutili diskriminirani v primerjavi z moškimi?**

Vse osebe se nikoli niso počutile diskriminirane v primerjavi z moškimi. Štiri od petih oseb povezuje občutek nediskriminiranosti z dejstvom majhnega števila moških v njihovih strokah.

To se najbolj kaže v frizerski in kozmetično-pedikerski dejavnosti. Izpostavimo lahko, da se dve osebi ukvarjata s pleskarskimi deli, kjer na splošno prevladujejo moški podjetniki, vendar se ti dve osebi ne počutita diskriminirani. Kot smo ugotovili na terenu, da čeprav imajo ženske podjetnice takšno »moško« dejavnost, imajo v podjetju zaposleno osebo (moškega), ki upravlja in vodi to dejavnost.

### **Analiza 7. vprašanja: Katere osebne značilnosti mislite, da mora imeti uspešna podjetnica?**

Osebne značilnosti je moč povezovati z interesi poklica, ki ga oseba opravlja (J. Holland). Iz odgovorov oseb smo zato lahko ugotovili, da so izpostavile tiste osebnostne lastnosti, ki so potrebne za dobro opravljanje določene dejavnosti, v kateri delujejo. Osebi, ki delujeta v pretežno pleskarski dejavnosti, zraven računovodstva, trgovine in gostilne, sta izpostavili, da mora biti oseba v takšnih dejavnostih odgovorna, pogumna, komunikativna in občasno opravljati vsa dela. Osebi, ki delujeta v frizerski in kozmetično-pedikerski dejavnosti, opozarjata na urejenost, disciplino, ambicioznost in soočenje s težavami. Zadnja oseba, ki se ukvarja s poslovnim svetovanjem, pa misli, da mora imeti uspešna podjetnica samodisciplino, odprtost, organiziranost in željo po učenju novih stvari. Prevladuje mnenje, da mora uspešna podjetnica imeti vsaj pet kakovostnih osebnih značilnosti za uspešno poslovanje podjetja.

### **Analiza 8. vprašanja: Menite, da državne ustanove namenijo zadosti podpore ženskemu podjetništvu, in kaj bi si od države želeli v prihodnje?**

Večina oseb ne spremlja aktualnih podpor za žensko podjetništvo in tudi niso zasledile, da bi država razlikovala podporo ženskim in moškim podjetnikom. Dve osebi sta izpostavili, da sta na začetku izkoristili podporo, kot sta znižanje davkov in subvencija za samozaposlitev, čeprav je bila ta pomoč dodeljena vsem podjetnikom. Ena oseba je izpostavila možnost prisluhni ženskim podjetnicam kot pomoč pri varstvu otrok ter več mreženja, kjer bi si ženske lahko izmenjale izkušnje z drugimi ženskami. Kot smo že predhodno omenili, se podjetniki v Sloveniji soočajo s posledicami korona virusa in si v skladu s tem želijo zadostno podporo države.

Če povzamemo ugotovitve, se v Sloveniji državna podpora v večini ne deli na žensko ali na moško podjetništvo, kar bi se v prihodnosti lahko spremenilo.

## 10 SKLEP

V zaključni projektni nalogi smo predstavili značilnosti in ovire podjetij, ki so jih ustanovile in vodile ženske. Ženske kot podjetnice so danes pogosto zapostavljene za moškimi podjetniki, čeprav se to z vse večjo globalizacijo in enakostjo med spoloma zmanjšuje. Manjšo vključenost žensk v podjetništvu lahko v največji meri povežemo s stereotipnimi mišljenji, ki izvirajo iz tradicionalne delitve vlog, kot je, da mora ženska biti mati, gospodinja in žena (Ruzzier idr. 2008, 73). Veliko žensk pa takšna mišljenja niso zaustavljala, ampak so družbi pokazale nasprotno.

Želja po neodvisnosti je eden izmed najbolj pogostih razlogov za odločitev žensk za samostojno vodenje podjetja. Nekatere so bile primorane ustanoviti lastno podjetje, saj ženske pogosto niso deležne zaposlitve zaradi naravnih razlogov, kot je skrb za otroke in dom, kar posledično pomeni večjo odsotnost od dela. Največ žensk se odloči za lastno podjetje po 40. letu, kar lahko povežemo s tem, da so prej več časa posvetile vzgoji otrok in skrbi za družino. Po že znanih podatkih (Kušar 2019b) ima največ podjetnic univerzitetno izobrazbo, na drugem mestu pa so podjetnice s terciarno oz. srednješolsko izobrazbo.

To, da so podjetnice lahko bolj uspešne pri managementu podjetja kot moški, pa kažejo razne raziskave (Glas 2000). V ZDA so opravili raziskavo, kjer so ocenjevali uspešnost managementa žensk in moških. Rezultati raziskave so pokazali (Glas 2000), da imajo ženske vodje več »materinske« empatije kot moški, uspešnejše so pri prevzemu iniciative ter navdihujejo in motivirajo druge.

V večini so ženska podjetja v Sloveniji pravnoorganizacijsko oblikovana kot samostojni podjetnik »s. p.«, kar pomeni, da na trgu samostojno opravljajo pridobitno dejavnost pod okriljem organiziranega podjetja. Največ ženskih podjetij deluje v storitvenem sektorju, saj so zanj značilna manjša tveganja, manj začetnega kapitala in manj tehnologije. Svoja podjetja vodijo v menedžerskem slogu, saj pri svojem delu delujejo premišljeno in dosledno ter velik poudarek dajejo medsebojnemu zaupanju s podrejenimi. Čeprav ženska podjetja delujejo uspešno, se podjetnice pri tem še vedno soočajo z različnimi ovirami, ki segajo od začetka do konca delovanja podjetja. Najpogosteje se soočajo s finančnimi ovirami, sploh na začetku ustanavljanja, saj težje dobijo zagonski kapital zaradi stereotipnih prepričanj (Ruzzier idr. 2008, 73).

S pomočjo literature smo ugotovili, da je udeležba žensk v podjetništvu vedno večja, največ jih je v storitvenem sektorju. Čeprav je storitvena panoga ena izmed najbolj ekonomsko dostopnih, se ženske še vedno srečujejo z različnimi ovirami. Dejavniki, ki pripomorejo k nizki udeležbi žensk v podjetništvu, so: težka pridobitev zagonskega kapitala, stereotipna mišljenja, vrzel med družino in poslom, pomanjkanje samozavesti in znanja. Kot najpomembnejši dejavnik izpostavljamo stereotipe in vrzel med družino ter poslom, saj so ženske že od nekdaj označene za gospodinje in matere, zaradi česar se velikokrat ne odločijo za podjetništvo. Tudi ko ženska



postane podjetnica in deluje v podjetniškem sektorju, mora biti še vedno na obeh straneh, kar je včasih zelo naporno. S tem lahko povezujemo tudi nezaupanje poslovnih partnerjev.

V empiričnem delu smo obravnavali ugotovitve, ki smo jih pridobili z metodo intervjuja. Ugotovitve so v veliki meri povezane s teoretičnim delom, saj je med njimi veliko skupnih povezav, kar pomeni, da so nam resnični podatki intervjuvank podali potrditev, da teoretična izhodišča držijo. Ugotovili smo, da rezultati raziskave pri določenih tematikah potrjujejo trditve že obstoječe literature. To pomeni, da so se skoraj vse intervjuvanke odločile za samostojno pot zaradi sile razmer. Ugotovili smo, da se v svojem poslu nikoli niso počutile diskriminirano v primerjavi z moškimi podjetniki ter niso dobile informacije oz. občutka, če dajejo državne ustanove zadostno podporo izključno podjetnicam. Z rezultati raziskave smo zadovoljni, saj smo pridobili zadostne odgovore na naša vprašanja. Menimo, da bi odgovori lahko bili bolj obširni. V skladu s tem bi se morala vprašanja razširiti na več podvprašanj.

Na podlagi uporabljene literature in rezultatov raziskav menimo in svetujemo, da bi kot prvo pomembno stvar morali organizirati več mreženja za podjetnice, kjer bi si podjetnice lahko delile izkušnje med seboj. Mreženje bi morale izvajati uspešne podjetnice z dolgoletnimi izkušnjami, ki bi pogosto nudile razne svetovalnice. Izvajanje bi lahko potekalo po dogovoru v javnih prostorih (šolske avle, knjižnice, občine ipd.). Ustvariti bi morale razna družbena omrežja, kjer bi se vsakodnevno objavljale razne novice in nasveti, da se lahko podjetnica v primeru težav v podjetju obrne na svojega »mentorja«. Nazadnje pa želimo izpostaviti zagonski kapital, ki bi moral biti bolj finančno dostopen, ter da bi država nudila finančno podporo tudi v primeru, če podjetje propade.

Našim intervjuvankam bi svetovali, da ostanejo samozavestne na svoji poslovni poti in naj se ne bojijo potencialne razširitve podjetja in konkurence na trgu. Priporočali bi jim, da bi svoja podjetja bolj promovirale po družabnih omrežjih ter da bi se pogosto udeleževale raznih podjetniških seminarjev in dogodkov, kot je vsakoletni dogodek »500 podjetnic«.

V prihodnje si želimo, da bi naše obravnavano področje bilo še bolj raziskano. Največ na področju, kako se podjetnice spopadajo z ovirami oz. kako pogosto rešujejo ovire na svoji poti ali če prej odnehajo v primerjavi z moškimi konkurenti.

## LITERATURA

- 500 podjetnic. 2021. *Povezovanja: Združenja, zbornice, društva, podjetniški klubi*. <https://500podjetnic.si/povezovanja/> (20. 3. 2021).
- Antončič, Boštjan, Robert D. Hisrich, Tea Petrin in Aleš Vahčič. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: GV.
- Bercko, Zvezdana. 2012. *Žensko podjetništvo: realnost, izzivi in priložnosti*. <https://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:DOC-DHMOZEUG/d51b1ea9-4d95-4adabacb-4f491713cd75/PDF> (3. 1. 2021).
- Bizovičar, Milka. 2019. *Dejavnosti, v katerih najpogosteje vodijo ženske*. <https://svetkapitala.delo.si/trendi/dejavnosti-v-katerih-najpogosteje-vodijo-zenske/> (15. 10. 2020).
- Data, d. o. o. 2018. *Spodbujanje ženskega podjetništva tudi letos*. <https://data.si/blog/spodbujanje-zenskega-podjetnistva-tudi-letos/> (30. 11. 2020).
- Dostop.si. 2020. *Podjetništvo: kdo je podjetnik?*. <https://www.dostop.si/podjetnistvo-kdo-je-podjetnik/> (18. 4. 2021).
- Cigale, Marija. 1992. *Ko odgrneš sedem tančic*. Ljubljana: Društvo iniciativa.
- CSS University. 2020. [https://ccsuniversity.ac.in/bridge-library/pdf/DHA-MHA-403\\_Unit3.pdf](https://ccsuniversity.ac.in/bridge-library/pdf/DHA-MHA-403_Unit3.pdf) (24. 11. 2020).
- Čeh, Urška. 2008. *Profil ženskega in moškega podjetnika*. <http://www.poslovni-bazar.si/?mod=articles&article=620> (1. 8. 2020).
- Glas, Miroslav in Pšeničny, Viljem. 2000. *Podjetništvo – izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: GEA College.
- GZS: Zbornica osrednjeslovenske regije Ljubljana. 2016. *Ekonomski potencial podjetnih Slovenk: rezultati projekta Network MEMA – Mreža za enake možnosti*. [https://skupnost-podjetnic.si/wp-content/uploads/2018/09/0765e5\\_1bbc988e2d82434eb4a9cc6ffa08e7d3.pdf](https://skupnost-podjetnic.si/wp-content/uploads/2018/09/0765e5_1bbc988e2d82434eb4a9cc6ffa08e7d3.pdf) (10. 11. 2020).
- Hayes, Adam. 2020. *Tertiary industry*. <https://www.investopedia.com/terms/t/tertiary-industry.asp> (16. 11. 2020).
- Hertz, Leah. 1994. *Amazonke poslovnega sveta*. Ljubljana: Mihelač.
- Jarc, Bronja, Andreja Markač Hleb in Janez Turnšek. 2010. *Sodobno gospodarstvo 1*. Celovec: Mohorjeva založba.
- Kanjuro Mrčela Aleksandra. 1996. *Ženske v menedžmentu*. Ljubljana: enotnost.
- Keuc, Albin. 2020. *Doseganje ciljev trajnostnega razvoja v Sloveniji 2020*. <https://www.sdgwatcheurope.org/wp-content/uploads/2020/09/Pregled-izvajanja-Agende-2030-v-Sloveniji.pdf> (8. 12. 2020).
- Kušar, Petra. 2019a. *Izzivi, s katerimi se spopadajo ženske, ki delujejo v podjetništvu*. <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/izzivi-s-katerimi-se-spopadajo-zenske-ki-delujejo-v-podjetnistvu> (22. 7. 2020).
- Kušar, Petra. 2019b. *Ženske v podjetništvu – statistični podatki*. <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/zenske-v-podjetnistvu-statisticni-podatki> (4. 12. 2020).
- OECD (Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj). 2020. <https://www.oecd.org/about/> (22. 7. 2020).

- Pettinger, Tejvan. 2017. *Tertiary – Service sector of the economy*. <https://www.economicshelp.org/tertiary-service-sector/> (3. 11. 2020).
- Portal podjetništvo. *Razvoj ženskega podjetništva*. 2011. <http://xn--podjetnitvo-nhc.si/razvoj-zenskega-podjetnistva/> (23. 2. 2021).
- Rebernik, Miroslav. 1997. *Ekonomika podjetja*. 3. izdaja. Ljubljana: GV.
- Rebernik, Miroslav. 2008. *Ekonomika podjetja*. 4. izdaja. Ljubljana: GV.
- Resnik, Saba. 2012. *Ali so ženske boljše vodje kot moški?* <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/ali-so-zenske-boljse-vodje-kot-moski> (20. 3. 2021).
- Resnik, Saba. 2013. *Kaj ženskam preprečuje vstop v podjetništvo?*. <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/kaj-zenskam-preprecuje-vstop-v-podjetnistvo> (13. 12. 2020).
- Rus, Angelca. 2007. *Pomen terciarnih dejavnosti v razvoju Ljubljane*. <https://revije.ff.uni-lj.si/Dela/article/view/dela.27.14.265-277/1383> (28. 8. 2020).
- Ruzzier, Mitja, Boštjan Antončič, Tina Bratkovič Kregar in Robert D. Hisrich. 2008. *Podjetništvo*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
- Simonović, Damir. 2019. *Kako uspešna so podjetja v Sloveniji in Srbiji, ki jih vodijo ženske*. <https://www.bisnode.si/o-bisnode/o-nas/novice/poslovanje-zenskih-podjetij/> (8. 11. 2020).
- SiStat. 2019. <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/Data/0700915S.px/table/tableViewLayout2/> (3. 1. 2021).
- SSKJ (Slovar slovenskega knjižnega jezika). 2020. Ljubljana: DZS.
- Steblovnik, Zdenka, Neda Melink – Pavlin, Irena Leban, Tatjana Šček Prebil, Janez Obal, Miha Levstek, Adi Sovinc in Jelka Lorber. 2001. *Podjetništvo*. Ljubljana: Zveza lesarjev Slovenije, Lesarska založba.
- Turk, Marta, Tadea Vran Bertok, Karmen Rodman, Vida Perko, Igor Vrhovec, Tamara Turk, Tominc, Polona in Širec Rantaša, Karin. 2004. Odnos do ženskega podjetništva. V *Slovenski podjetniški observatorij 2003*, ur. Miroslav Rebernik, 47–53. Maribor: Ekonomsko- poslovna fakulteta.
- Turk, Marta. 2021. Vstopna stran. [http://skupnost-podjetnic.si/our\\_team/marta-turk/](http://skupnost-podjetnic.si/our_team/marta-turk/) (1.6.2021)
- Zakon o gospodarskih družbah, 55. člen (ZGD-1). *Uradni list RS*, št. 65/15.
- Zaviršek, Darja. 1994. *Ženske in duševno zdravje*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.
- Žagar, Anja. 2010. *Podjetništvo po meri ženske*. <http://www.podjetnik.si/clanek/podjetni%C5%A1tvo-po-meri-%C5%BEenske-20100811> (5. 9. 2020).