

UNIVERZA V MARIBORU  
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA  
MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

# **ŽENSKO PODJETNIŠTVO V ŠALEŠKI DOLINI**

Kandidatka: Patricija Halilovič  
Študentka rednega študija  
Št. Indeksa: 81603950  
Program: visokošolski strokovni  
Študijska smer: podjetništvo  
Mentor: Dr. Miroslav Rebernik  
Lektor: Dragica Marinšek

Maribor, marec 2007

## **PREDGOVOR**

Žensko podjetništvo se širi. Njegov pomen raste, tako v razvijajočih kot razvitih ekonomijah. Ženske iz različnih družbeno–kulturnih okolij in z različnimi znanji kažejo vse več zanimanja zanj. S svojim delovanjem pa čedalje bolj prispevajo k razvoju lokalnega okolja, odpiranju priložnosti in ustvarjanju delovnih mest. S svojim delovanjem vplivajo na način poslovanja, oblikujejo in postavljajo nova pravila delovnega in poslovnega okolja, finančnih ustanov in kulture, v kateri živimo.

Boljše in poglobljeno razumevanje koristi bo botrovalo oblikovanju boljših programov, katerih cilj bo povečanje ženske udeležbe na podjetniškem trgu. »Strah žensk je odveč, če je želja dovolj močna,« pravijo anketirane podjetnice v Šaleški dolini. Na podjetništvo lahko gledamo tudi kot na naložbo vase, človeku prinaša drugačna zadovoljstva in mu pomaga pri uresničevanju sanj.

Čeprav imajo ženske tudi zelo inovativne poslovne ideje, s katerimi bi lahko ustvarile nova delovna mesta in prispevale k spremembam v družbi, imajo pogosto zadržke pri uresničitvi poslovnih idej. V okviru raziskave GEM 2004 so odkrili dva ključna elementa, ki zavirata hitrejši vstop žensk v podjetništvo, prvi je pomanjkanje samozavesti, drugi pa je prevladujoči model vloge ženske v družbi. Iz navedenih razlogov se je treba zavedati, da so pomembni lokalna podpora, mentorstvo in ustvarjanje stikov med podjetnicami.

Diplomsko delo sestavljata teoretični in praktični del. V teoretičnem delu sem s pomočjo različne literature želela predstaviti značilnosti podjetnic v Sloveniji, pojma podjetništvo in podjetnik, razlike med podjetnico in podjetnikom. Praktični del pa temelji na podatkih, ki sem jih pridobila z anketo. Z anketo sem želela ugotoviti, kaj vodi podjetnice k ustanovitvi lastnega podjetja, kakšne ovire so pri tem in kdo jih vzpodbuja ter podpira.

Z diplomskim delom predstavljam ugotovitve o stanju podjetnic v Šaleški dolini. Podatke, pridobljene z anketo, sem analizirala, jih komentirala ter podala mnenje o ženskem podjetništvu v Šaleški dolini.

*Zahvaljujem se mentorju, dr. Reberniku, za vso strokovno pomoč in nasvete, s katerimi mi je zelo pomagal pri pripravi diplomskega dela.*

*Posebna in največja zahvala pa je namenjena mojima staršema, ki sta mi omogočila študij, mi skozi vsa leta študija stala ob strani, mi zelo pomagala, me podpirala in spodbujala. Njima gre zahvala, da sem danes takšna, kot sem.*

Patricija Halilovič

## KAZALO

1. UVOD	5
1.1 Opredelitev problema	5
1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela	5
1.2.1 Namen diplomskega dela	5
1.2.2 Cilj diplomskega dela	5
1.2.3 Osnovne trditve diplomskega dela	5
1.3 Predpostavke in omejitve raziskave	6
1.4 Predvidene metode raziskovanja	6
2. PODJETNIŠTVO	7
2.1 Opredelitev pojma podjetništvo in podjetnik	7
2.2 Prednosti oz. slabosti podjetništva	9
2.3 Značilnosti podjetnikov in podjetnic	10
3. ŽENSKO PODJETNIŠTVO	14
3.1 Vloga ženskega podjetništva	14
3.2 Položaj žensk v preteklosti in danes	14
3.3 Ovire pri ženskem podjetništvu	16
4. ŽENSKO PODJETNIŠTVO V ŠALEŠKI DOLINI	18
4.1 Značilnosti podjetnic v Šaleški dolini	18
4.2 Vzorec, metoda, omejitve	19
4.3 Analiza rezultatov podjetnic v Šaleški dolini	19
4.3.1 Starost anketiranih podjetnic	19
4.3.2 Zakonski stan anketiranih podjetnic	20
4.3.3 Raven šolske izobrazbe	22
4.3.4 Izkušnje anketiranih podjetnic pred ustanovitvijo podjetja	23
4.4 Poslovanje	24
4.4.1 Opredelitev dejavnosti podjetij anketiranih podjetnic	24
4.4.2 Temeljni razlogi za pričetek z lastnim poslom	25
4.4.3 Finančna podpora, ki so jo bile podjetnice deležne pri ustanovitvi podjetja	27
4.4.4 Problemi, s katerimi se soočajo podjetnice pri poslovanju	29
4.5 Žensko podjetništvo	31
4.5.1 Vpliv poslovne kariere na privatno življenje	31
4.5.2 Donosnost podjetja anketiranih podjetnic	32
4.5.3 Pomoč podjetnicam pri razvijanju njihovega podjetja	33
4.5.4 Pomembnost ciljev za podjetnice	34
4.6 Mnenje podjetnic	35
4.6.1 Ključni dejavniki, ki po mnenju anketiranih podjetnic zavirajo žensko podjetništvo	35
4.6.2 Kaj bi podjetnice svetovale ženskam, ki vstopajo na samostojno pot?	36
4.6.3 Ukrepi, ki bi vzpodbujali žensko podjetništvo	37
5. SKLEP	39
POVZETEK	40
SEZNAM LITERATURE IN VIROV	42
KAZALO SLIK IN TABEL	44

## **1. UVOD**

### **1.1 Opredelitev problema**

Podjetništvo je proces, ki pomembno vpliva na gospodarski razvoj vsake države. Na splošno velikokrat srečujemo besedo podjetništvo. Z besedo podjetništvo je tesno povezana tudi beseda podjetnik, za katero se skrivajo tako moški kot ženske. Čeprav je res, da je podjetnic manj, pa so le-te enakopravne moškim kolegom.

Kakšen je torej vzrok, da je v podjetništvu več moških predstavnikov in kje so razlike med podjetnico in podjetnikom? Ali so lastnosti podjetnic razlog, da jih je manj kot podjetnikov? Kakšni morajo biti ukrepi, ki bi ženskam omogočili enakopravnejši položaj?

Na temo ženskega podjetništva je bilo že veliko napisanega, vendar se pomena žensk kot podjetnic še premalo zavedamo in premalo vemo o njem. Predmet diplomskega dela je predstavitev podjetništva in proučevanje ženskega podjetništva s teoretične in empirične plati na območju Šaleške doline.

### **1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela**

#### *1.2.1 Namen diplomskega dela*

Namen diplomskega dela sta spoznanje in razumevanje področja ženskega podjetništva, ki še danes velja kot neizkoriščen vir. Namen je spoznati pomen in vlogo žensk v družbi nasploh in v končni fazi predstaviti in analizirati podjetnice v Šaleški dolini.

#### *1.2.2 Cilj diplomskega dela*

Cilji diplomskega dela so:

- Predstaviti značilnosti podjetnic in težav, s katerimi se ženske soočajo ob ustanavljanju in vodenju podjetja
- Spoznati profil podjetnice in profil njenega podjetja ter določiti kritične probleme in pritiske.

#### *1.2.3 Osnovne trditve diplomskega dela*

Splošna trditev diplomskega dela je:

- Ženske na območju Šaleške doline postajajo vse bolj aktivne in samozavestne ko se odločajo o svoji prihodnosti, zato razumejo ponujeno možnost samostojne podjetnice ali ustanovitev podjetja kot korak k večji samostojnosti.

### **1.3 Predpostavke in omejitve raziskave**

Predpostavljam, da je zadostna dostopnost do podatkov in literature na to temo in bom lahko s pomočjo tujih in naših avtorjev iz tega področja ocenila pojem ženskega podjetništva. Vprašalnik mora biti dovolj dobro orodje, da bom lahko dobila vpogled v žensko podjetništvo v Šaleški dolini.

Omejitve raziskave so, da vse podjetnice niso pripravljene na sodelovanje, niso pripravljene razkriti določenih podatkov, ki se nanašajo na njihovo podjetje in na njih osebno. Prav tako je veliko omejitev predstavljal čas, ki mi je na razpolago, in tudi okviri diplomske naloge.

### **1.4 Predvidene metode raziskovanja**

Vsem podjetnicam so postavljena ista vprašanja, ki se nanašajo na njihovo podjetje in na njih osebno. Odgovore in podatke sem analizirala, jih komentirala, ter podala mnenje o ženskem podjetništvu v Šaleški dolini.

Diplomsko delo lahko glede na metodologijo dela razdelimo na dva dela: teoretičnega, v katerem gre zgolj za spoznavanje že napisanega glede na področje ženskega podjetništva, ter empiričnega.

Teoretični del je namenjen predstavitvi ženskega podjetništva, značilnosti podjetnic v Sloveniji, opredelitvi pojmov podjetništvo, podjetnik in njegove lastnosti, pregledu razlik med podjetnico in podjetnikom. Osnova za to je razpoložljiva literatura.

Praktični del pa temelji na podatkih, ki sem jih pridobila z anketo. Za pridobivanje podatkov v skladu s cilji raziskave sem uporabila metodo pisnega anketiranja. Z anketo sem želela ugotoviti, kaj vodi podjetnice k ustanovitvi lastnega podjetja, kakšne ovire so pri tem in kdo jih vzpodbuja ter podpira. Ugotovila sem stanje podjetnic v Šaleški dolini. Odgovore in podatke sem analizirala, jih komentirala ter podala mnenje ženskega podjetništva v Šaleški dolini.

## 2. PODJETNIŠTVO

### 2.1 Opredelitev pojma podjetništvo in podjetnik

Podjetništvo je proces, v katerem posamezni podjetniki ali skupine ljudi odkrivajo poslovne priložnosti in jih nato uresničujejo. Podjetniki za uresničitev poslovne priložnosti ustanovijo podjetje, zato je podjetništvo povezano z ustanavljanjem podjetij, stopnjo podjetništva pa tudi merimo z odstotkom novoustanovljenih podjetij (Vahčič, 1994, str.11).

Podjetništvo lahko definiramo tudi kot proces iskanja ali ustvarjanja poslovnih priložnosti ter njihovo izkoriščanje neodvisno od virov, s katerimi podjetnik trenutno razpolaga (Reberik, 1995, str.2).

Izoblikovala se je tudi definicija, da je podjetništvo poskus ustvariti dodatno vrednost s pomočjo odkrivanja poslovnih priložnosti, obvladovanje tveganja, ki ustreza tej priložnosti.

Beseda podjetništvo izvira iz besede »pod« in »jemati«, kar pomeni lotiti se nečesa novega. Kar je novo, je tudi neznano in zato tvegano in negotovo. Narediti nekaj novega zahteva ustvarjalnost, inovativnost in pogum (Vahčič, Bučar, 1997, str.4).

Začetki podjetništva segajo daleč v našo preteklost. Večina ljudi si predstavlja podjetništvo kot majhno zasebno dejavnost, s povprečnimi dohodki. Strokovnjaki pa bi podjetništvo opredelili kot dejavnost, ki se ukvarja z upravljanjem ekonomskih virov in usmerjanjem le-teh na nova področja zaradi ustvarjanja čim večjega dobička.

V podjetniškem procesu delujejo tako moški kot ženske. V literaturi se pri pisanju še vedno uporablja beseda »podjetnik«, vendar avtorji novejše literature navajajo, da vse, kar velja za podjetnika, velja tudi za podjetnico.

#### Podjetnik

Podjetnike bi lahko označili kot posameznike, ki so pripravljeni sprejeti tveganje za doseg dobička. Večina podjetnikov ima tri pglavitne cilje:

- dobiček,
- željo po obvladovanju svoje usode,
- neodvisnost (Vahčič, 1995, str. 108-109).

Pomemben dejavnik podjetništva je zlasti sposobnost kombiniranja naslednjih dejavnikov: osebnostnih značilnosti, finančnih sredstev in virov ter spreminjajočega se okolja podjetja. Velikokrat se nam poraja vprašanje, kakšne lastnosti bi moral imeti uspešen podjetnik. Posamezen podjetnik ima individualne osebnostne značilnosti in izoblikovan slog vodenja podjetja. Na voljo je veliko raziskav, ki poskušajo pojasniti osebne značilnosti podjetnikov in podjetnic.

Ena od raziskav kaže, da imajo podjetniki nekatere tipične lastnosti:

- želja po prevladovanju,
- potreba po dosežkih,
- želja po prevzemanju osebne odgovornosti za odločitve,
- dajanje prednosti odločitvam z nekaj tveganja,
- interes za konkretne rezultate odločitev,
- nagnjenost k razmišljanju o prihodnosti,
- želja biti sam svoj gospodar (Belak, 1993, str. 31).

**Tabela 1: Profil podjetnika in podjetnice**

<b>Podjetnik</b>	<b>Podjetnica</b>
Prvorojenec Oče in/ali mati s samostojnim poslom	Prvorojenka v družini iz srednjega razreda
Višje izobražen	Izobrazba klasične smeri
Poročen	Poročena
Prvi pomembnejši posel pri zgodnjih 30 letih, prejšnje poslovne izkušnje	Prvi pomembnejši posel pri srednjih 30 letih.
Željan neodvisnosti Samozavesten Zmerno prevzame tveganje Visoka toleranca negotovosti Visoka stopnja energije	Motiviranje z željo po neodvisnosti in zadovoljnosti pri delu Majhni in »mladi« posli
Največja začetna problema sta bila pridobitev zagonskega kapitala in marketing.	Največja začetna problema sta bila pomanjkanje izkušenj in najetje kapitala.
Največja problema trenutnega poslovanja sta upravljanje denarnih tokov in slab poroštveni položaj.	Največja problema trenutnega poslovanja sta pomanjkanje izkušenj s finančnim planiranjem in slab poroštveni položaj.

Vir: Rebernik, 1997, str. 35

Najvplivnejše lastnosti podjetnika lahko nakažemo s pomočjo njihove večplastnosti. Uspešen podjetnik je »štiridimenzionalen«. Uspešni podjetniki istočasno obvladujejo štiri podjetniške dimenzije!

DREAM – Znati mora sanjati, imeti vizijo in vedeti kaj hoče.

DARE – Mora si upati svoje sanje uresničiti.

DO – Sanje niso dovolj, treba je znati narediti, kar si je zamislil.

DELEGATE – Ker vsega ne more narediti sam, mora znati naloge delegirati, zadolžiti sodelavce, da stvari opravijo namesto njega (Rebernik 1997, str.36-37).



## 2.2 Prednosti oz. slabosti podjetništva

Vsaka država poskuša vzpodbujati podjetništvo tako v primarnem, sekundarnem kot tudi v terciarnem sektorju (Dubey, 1996, str.32 – 35; Monga, 1993, str 16-21).

Govorimo lahko o naslednjih prispevkih podjetništva:

*Podjetništvo delno rešuje problem brezposelnosti:* Brezposelnost je velik problem za države v razvoju in tudi bolj razvite države, saj populacija narašča hitreje kot skupno število delovnih mest. Rešitev tega problema je v samozaposlovanju, ki ga ponuja podjetništvo.

*Razvoj podjetništva prispeva k povečanju družbene proizvodnje:* Države s posebnimi programi spodbujajo razvoj samozaposlovanja in podjetništva, ker se s tem zmanjšuje brezposelnost in se povečuje bruto družbeni proizvod (Vir: Gospodarska zbornica Slovenije). *Razvoj podjetništva tudi prispeva k enakomernejšemu gospodarskemu razvoju.* Pomembno je, da s podjetništvom zapolnjevemo vrzeli, ki jih najdemo v manjših krajih, saj je malo gospodarstvo zelo primerno za dejavnosti v manjših krajih, kjer ni možnosti za velika podjetja. Tako s podjetništvom pokrivamo lokalne potrebe. Podjetništvo narašča zaradi naraščanja stopnje izobrazbe ljudi, ki se čutijo sposobne za vodenje podjetja oz. podjetniških projektov, kar pomeni, da *podjetništvo pospešuje in spodbuja podjetniško energijo.* Prav tako *podjetništvo skrbi za tesen odnos med odjemalci in podjetji in je posledica določenega tveganja.* Po podatkih, pridobljenih pri gospodarski zbornici Slovenije, je naloga države preprečevanje monopola, zato mora z različnimi ukrepi pospeševati razvoj podjetništva in s tem ustvarjati konkurenčni položaj na trgu. Rečemo lahko, da *razvoj podjetništva slabi in odpravlja monopole.*

Znane so tudi prednosti in priložnosti podjetništva!

Prva priložnost je, da je mogoče ustvariti nekaj novega, koristnega tako za družino kot za družbo. S podjetništvom lahko dosežemo svoj potencial in pridobitev neomejenih dobičkov. Denar in dobiček sta pomembna, vendar ne glavna dejavnika, zaradi katerih se posameznik odloči za podjetništvo. Podjetništvo ponuja priložnost za prispevek k družbi in uresničitev želja podjetnika, da se v družbi uveljavi s svojimi dosežki, ter priložnost opravljati dela, pri katerih podjetnik uživa.

Slabe strani podjetništva:

Tako kot dobre ima podjetništvo tudi slabe strani. Negotovost dohodka je slaba stran podjetništva, saj podjetje ne zagotavlja podjetniku vedno dovolj sredstev za preživetje. Tudi tveganje je zelo veliko, tvegamo namreč izgubo celotne investicije v podjetje. Na začetku poslovanja, dokler se podjetje ne uveljavi na trgu, mora podjetnik investirati ves čas in energijo v podjetje. S tem je pogojen dolg delavnik in naporno delo. Prav tako lahko izpostavimo slabo kvaliteto življenja, dokler se podjetje ne uveljavi na trgu, zato je vloga moža ali žene, očeta ali matere največkrat postavljena v ozadje. Velikokrat imajo podjetniki željo po vodenju, vendar pa za to nimajo dovolj izkušenj in izobrazbe, kar lahko vodi do neuspeha.

## 2.3 Značilnosti podjetnikov in podjetnic

Včasih so rekli, da za uspešnim moškim stoji ženska, danes takšne ženske zavzemajo vodilne položaje v podjetjih in politiki. Raziskovalci že vrsto let proučujejo v čem se managerski slog žensk razlikuje od moškega sloga. Analitiki menijo, da so ženske zelo odgovorne in načelne in imajo drugačna etična pričakovanja kot moški, so redkeje pripravljene sodelovati v skupinskih odločitvah, dobro obvladajo konflikte in dosledno izvajajo spremembe (Rejc 2004, str. 17).

**Tabela 2: Značilnosti podjetnikov in podjetnic**

ZNAČILNOSTI	PODJETNIKI	PODJETNICE
MOTIVACIJA	Težnja po uresničitvi stvari Osebna neodvisnost Želja po nadzoru	Izpolnitev ciljev Neodvisnost - narediti stvari sama
IZHODIŠČNA TOČKA	Nezadovoljstvo z dosedanjo zaposlitvijo Vzporednica šoli, dosedanjemu delu ali nadgradnja dosedanjega dela	Zanimanje in prepoznanje priložnosti na znanem področju Spremembe v osebnem okolju Frustriranost z delom
VIRI SREDSTEV	Osebni prihranki in premoženje Financiranje s strani bank Investitorji, vlagatelji Posojila prijateljev in družine	Osebni prihranki in premoženje Osebna posojila
PREDHODNA ZAPOSILITEV	Izkušnje pri podobnem delu Specialist ali nekdo, ki je imel velike dosežke na tem področju Znanja z raznovrstnih poslovnih funkcij	Izkušnje s podobnim poslom Izkušnje v srednjem managementu ali administraciji Izkušnje na storitvenih področjih
OSEBNOSTNE ZNAČILNOSTI	Prepričljiv in trdega mnenja Ciljna usmerjenost Inovativen in idealističen Visoka stopnja samozaupanja Energičen Sam svoj gospodar	Fleksibilna in tolerantna Ciljna usmerjenost Ustvarjalna in realistična Srednja raven samozaupanja Energija in entuziazem Zmožnost soočenja z družbenim in poslovnim okoljem
ZGODOVINA	Starost ob ustanovitvi:25-35 let Oče je bil samozaposlen Visoka šola - poslovna ali tehnična usmeritev Prvorojenec	Starost ob ustanovitvi:35-45 let Oče je bil samozaposlen Visoka šola - usmeritev družbene vede Prvorojenka
PODPORNE SKUPINE	Prijatelji, poklicna poznanstva (odvetniki, računovodje) Poslovni partnerji Zakonec	Bližnji prijatelji Zakonec Družina Ženska strokovna združenja Panožna združenja
TIPI USTANOVLJENIH PODJETIJ	Industrija ali gradbeništvo	Storitve - izobraževanje, svetovanje ali odnosi z javnostjo

Vir: Antonič, Hisrich, Petrin, Vahčič 2002 str. 97

Profil podjetnice in podjetnika kaže, da so si oboji – ne glede na spol - podobni, razlikujejo pa se v nekaj značilnostih!

- **Izobrazba:** Razlike so v usmeritvi in ne v stopnji izobrazbe.
- **Izkušnje:** Ženske imajo izkušnje v srednjem managementu, administraciji in trgovini, medtem ko imajo moški izkušnje s poslovanjem in so strokovnjaki na nekem področju.
- **Motivi in razlogi za začetek poslovanja:** Ženske si želijo neodvisnost in spremembe v osebnem okolju, so razočarane zaradi prejšnje službe. Moški težijo k želji po nadzoru, so bili nezadovoljni v prejšnji službi ali so jih odpustili.
- **Temperament:** Vpliv ima čustvena narava podjetnika/podjetnice.
- **Značaj:** Nanaša se na moralno vedenje podjetnika/podjetnice.
- **Sposobnosti:** Oblika lastnosti, ki kažejo, kako je podjetnik/podjetnica učinkovit/a in uspešen/a pri opravljanju svojega dela.
- **Značilnosti podjetja:** Ženske so usmerjene k storitvenim dejavnostim: svetovanje, izobraževanje, odnosi z javnostjo. Ženske ustanavljajo majhna podjetja, ki rastejo počasi, v nasprotju z moškimi, ki jim tveganje ne predstavlja velike ovire. Moški si za dejavnost izberejo v največji meri proizvodnjo ali gradbeništvo (Hisrich, 1992, str.67).

Klub vsem tem raziskavam in ugotovitvam še zmeraj ne moremo z gotovostjo trditi, da se podjetnice in podjetniki res razlikujejo v vseh zgoraj navedenih področjih. Veliko raziskovalcev je mnenja, da se podjetnice ne razlikujejo od moških glede na želje po podjetništvu, neodvisnosti in samozaposlitvi, temveč se razlikujejo med seboj glede zagona in vodenja podjetja (Dubey, 1996, str. 51-52).

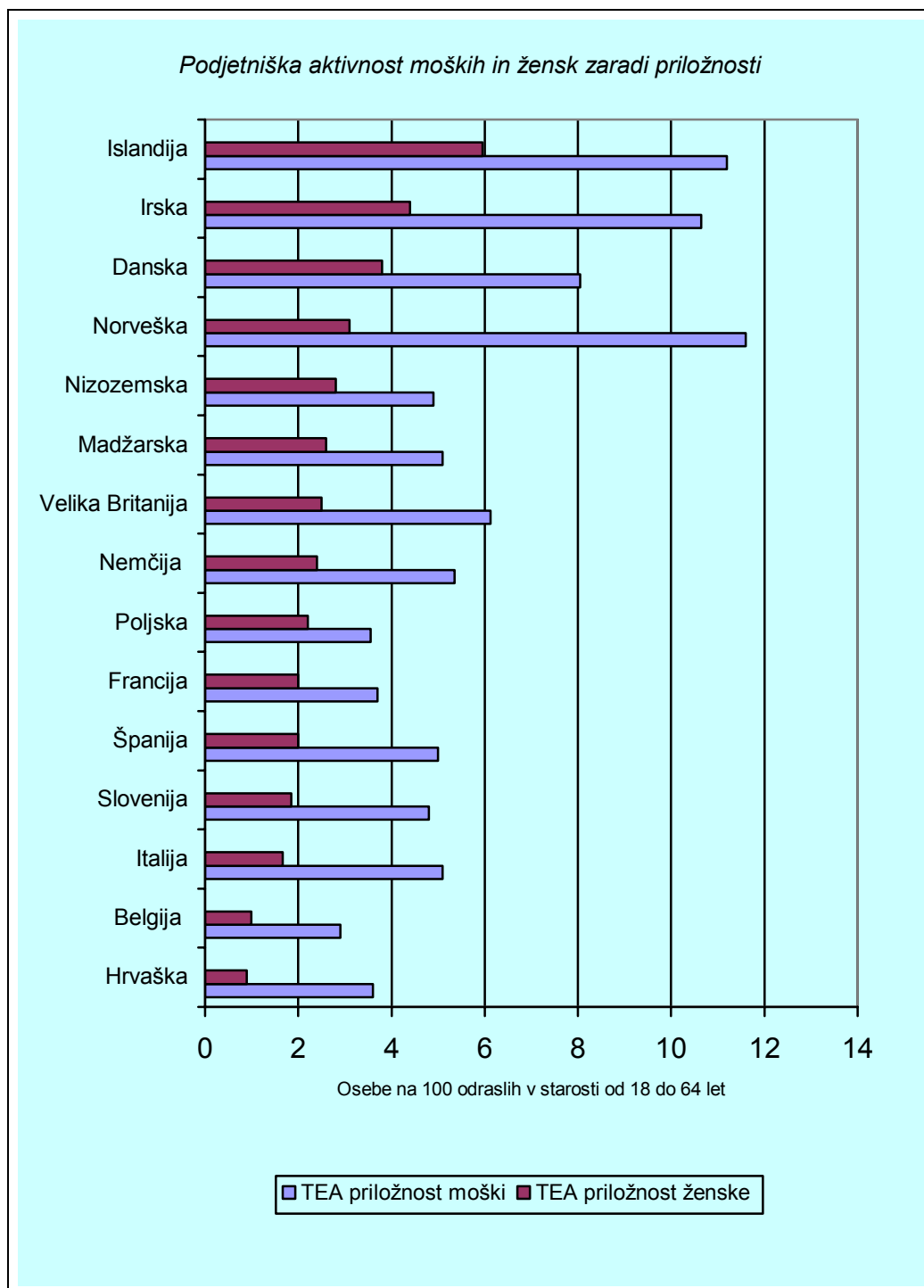
Razlike med podjetnicami in podjetniki so se pokazale tudi pri vključevanju v podjetništvo. Raziskave (Tominc, Rebernik, 2003) kažejo, da se ženske bistveno manj pogosto kot moški vključujejo v podjetništvo, ker želijo izkoristiti poslovno priložnost. Tako v Sloveniji kot v svetu se moški v povprečju več kot štirikrat bolj pogosto vključujejo v podjetništvo zaradi priložnosti kot ženske.

Na drugi strani pa je vključevanje v podjetništvo zaradi nuje, ki se pojavi takrat, ko ni boljše možnosti za delo. Tudi pri vključevanju v podjetništvo zaradi nuje se je pokazalo, da se moški zaradi nuje pogosteje vključujejo v podjetništvo kot ženske.

V Sloveniji znaša TEA indeks zaradi priložnosti 2,17% in TEA indeks zaradi nujnosti 0,43%, kar pomeni, da se v povprečju vsak 46. odrasli prebivalec odloči za podjetniško pot zaradi priložnosti in vsak 232. zaradi nujnosti. Zakaj se nekdo odloči za podjetništvo, je pomembno. Kot kažejo spoznanja iz predhodnih GEM raziskav, podjetniki iz priložnosti predvidevajo večje širjenje poslovanja in večje število zaposlenih v prihodnjih letih kot pa podjetniki, ki so se za podjetništvo odločili, ker jim je to bil skrajni izhod v sili (vir: GEM Slovenija 2004, str 27).

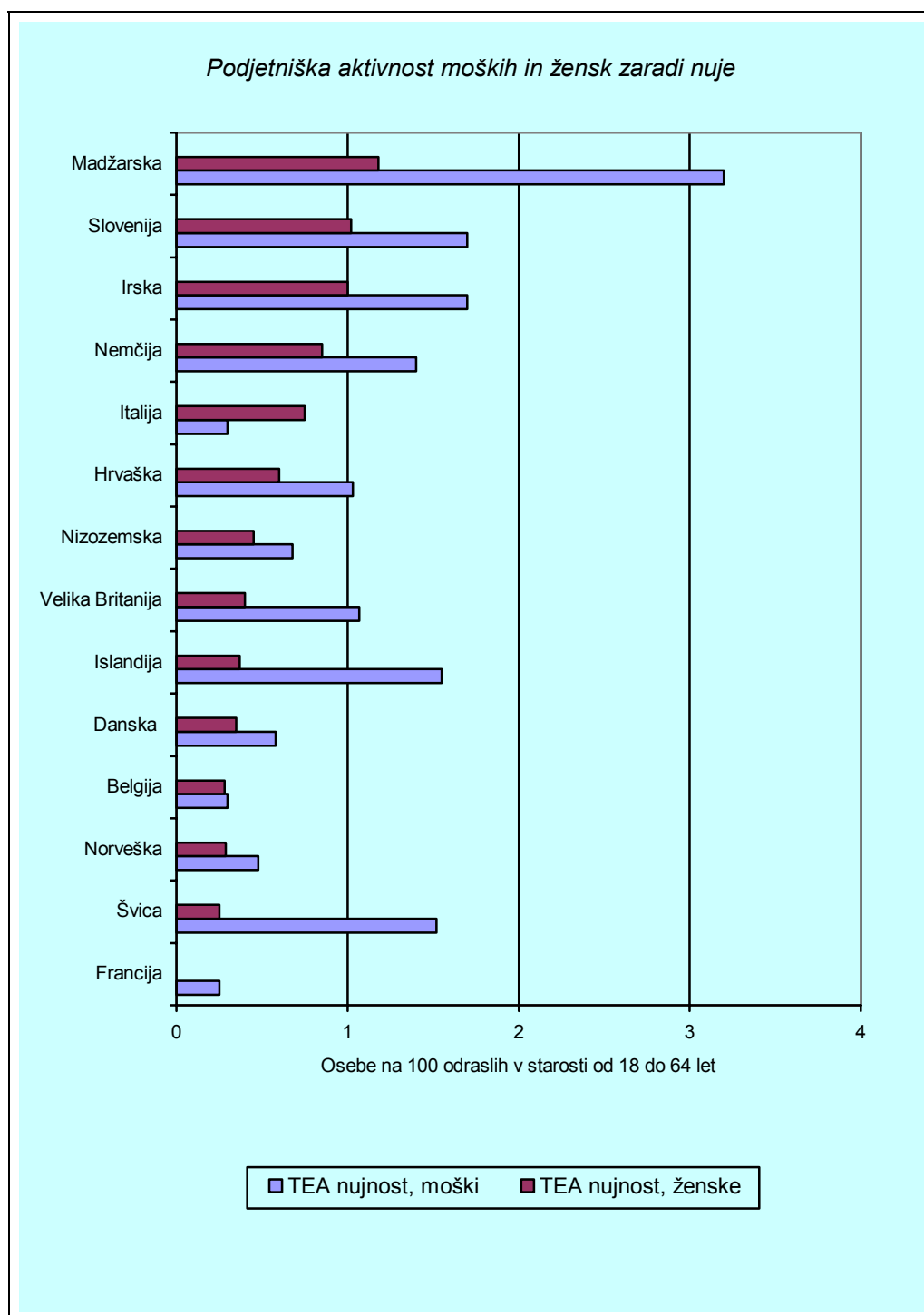
Na grafu spodaj je prikazana podjetniška aktivnost moških in žensk v starosti od 18 do 64 let, zaradi priložnosti in zaradi nuje za predstavnice evropskih držav (vir: GEM Slovenija 2002).

**Slika 1: Podjetniška aktivnost moških in žensk zaradi priložnosti**



Vir: GEM Slovenija 2002

**Slika 2: Podjetniška aktivnost moških in žensk zaradi nuje**



Vir: GEM Slovenija 2002

### **3. ŽENSKO PODJETNIŠTVO**

#### **3.1 Vloga ženskega podjetništva**

Po drugi svetovni vojni se je število zaposlenih žensk povečalo. Nove tehnologije, novi načini komuniciranja in večja pripravljenost na sprejem žensk v podjetniško okolje, so pripomogli k njihovi odločitvi za ustanavljanje podjetij, predvsem v storitvenem sektorju, trgovin na drobno kot tudi na področju proizvodnje oblačil, gradbeništva in založništva (Brush, 1990, str. 37).

Število podjetnic v Evropi se povečuje, vendar pa jih vodilna mesta po nekaterih podatkih zaseda le 10 odstotkov. Večina jih opravlja nižje in srednje vodstvene funkcije, na sam vrh podjetij pa uspe priti le redkim. Raziskave kažejo, da ženske pri napredovanju ovirajo predvsem materinstvo, družbeni pritiski in tradicionalno pojmovanje poslovnega sveta. Poleg teh odkritih ovir pa jim prodor onemogočajo tudi prikriti ovire. Mnogo podjetnic je povedalo, da so na svoji poklicni poti pogrešale ustrezno mentorstvo. Tiste ženske, ki so imele mentorje, pravijo, da so jim ti zelo pomagali (Potočnik, 2001, str. 19).

Predvsem na zahodu opažajo v zadnjih 25- letih tako močan porast števila ženskih podjetij, da lahko govorijo o posebnem »fenomenu ženskega podjetništva«. V Ameriki in Kanadi je odstotek porasta podjetij, ki jih ustanovijo ženske, večji kot odstotek porasta podjetij, ki jih ustanovijo moški (Novak, 1994, str. 17).

Kljub vsem tem premikom in novim trendom, ki so povezani z ženskim podjetništvom, ženske še niso ustanovile tako izjemnega podjetja (gazele), ki bi se po moči lahko kosalo, na primer, z Microsoftom (Koražija, 1996, str. 11).

#### **3.2 Položaj žensk v preteklosti in danes**

V preteklosti je prevladovala kultura, v kateri so bile ženski dodeljene tiste lastnosti, ki družbeno niso imele take veljave kot moške lastnosti. Ženske so skrbele predvsem za dom in družino in vzgajale otroke. Ta podrejenost se je ohranjala iz generacije v generacijo, ženske pa so jo razumele kot nekaj samoumevnega in naravnega. Ženske, ki so se želele zaposliti zunaj doma, so se srečevale s predsodkom, da zaposlovanje žensk razdira družino. V njej naj bi bile vloge razdeljene ustrezno človeški naravi: moški naj bi bil hranilec družine, ki odhaja na delo izven doma, finančno skrbi za družino in jo preživlja, ženska pa naj bi bila žena in vzgojiteljica otrok (Zorko, 1996, str. 22-23).

V 20. stoletju so se začele prve večje spremembe. Leta 1940, ko so bili v vojsko vpoklicani mošje, se je pokazala priložnost, da si ženske pridobijo znanje in spretnosti ter nadaljujejo posle, ki so jih začeli mošje. Ta čas jim je prinesel nekaj samostojnosti in spoštovanja (Miklavčič, 1996, str. 4).

Postavlja se vprašanje, kako izboljšati položaj žensk podjetnic. V ta namen je bilo v Sloveniji ustanovljeno kar nekaj ženskih organizacij. Te organizacije se ukvarjajo s problematiko žensk na različnih področjih.

Iz predstavitvenih gradiv na internetu ali po telefonu sem dobila podatke o organizacijah, ki se ukvarjajo z žensko problematiko v Sloveniji. Te organizacije so naslednje!

#### - Mesto žensk

*Področje delovanja:* kultura

*Namen delovanja:* omogočiti napredek žensk na področju kulture in znanosti

*Program in cilji:*

- sodelovanje s kulturnimi in izobraževalnimi institucijami v Sloveniji in tujini,
- organizacija kulturnih prireditev, srečanj in festivala Mesto žensk,
- spodbujanje zastopanosti žensk na področju kulture in znanosti,
- promocija enakopravnosti med spoloma.

*Kje se nahajajo:* Kersnikova 4, 1000 Ljubljana

*Spletna stran:* [www.cityofwomen-a.si](http://www.cityofwomen-a.si)

#### - Zveza kmetic Slovenije

*Področje delovanja:* kmetijstvo

*Namen delovanja:* dati kmetici v družbi spoštovanje, ki ji pripada.

*Program in cilji:*

- izobraževanje in usposabljanje,
- organizacija srečanj,
- krepitev samozavesti žensk na podeželju.

*Kje se nahajajo:* Celovška 34, 1000 Ljubljana (predsednica Irena Ule)

*e-naslov:* [zvezakmeticslovenije@siol.net](mailto:zvezakmeticslovenije@siol.net)

#### - GIZ podjetnost sekcija podjetnic

*Področje delovanja:* podjetništvo

*Namen delovanja:* razviti gospodarsko in družbeno okolje, ki bo nudilo enake možnosti za oba spola

*Program in cilji:*

- poklicno uveljavljanje žensk,
- raziskave o ženskem podjetništvu v Sloveniji,
- razvoj dejavnosti, ki omogočajo razbremenitev podjetnih žensk pri njihovem uveljavljanju v družbi.

*Kje se nahajajo:* Šmartinska 32, 1000 Ljubljana (kontaktna oseba Mojca Vadnjal)

*Spletna stran:* [www.podjetnost.org](http://www.podjetnost.org)

## - Združenje Manager Ženska sekcija

*Področje delovanja:* podjetništvo in ženske v managementu

*Namen delovanja:* promovirati ženske na področju managementa, jih spodbujati in učiti, kako najboljše uveljaviti svoje sposobnosti.

*Program in cilji:*

- medsebojno informiranje o problemih, ki nastajajo v podjetjih, ki jih vodijo,
- sodelovanje s podobnimi organizacijami,
- spodbujanje žensk na področju managementa,
- izmenjava izkušenj pri vodenju podjetij.

*Kje se nahajajo:* Dunajska 22, 1000 Ljubljana

*Spletna stran:* [www.zdruzenjemanager.si](http://www.zdruzenjemanager.si)

### **3.3 Ovire pri ženskem podjetništvu**

Ovire, ki so razlog za manjšo zastopanost žensk na vodilnih položajih, obstajajo tudi znotraj podjetij. Začne se že med izborom za prosto delovno mesto. Ovire v velikih podjetjih, ki ženskam preprečujejo dostop do najvišjih položajev, so: organizacijska politika in organizacijska struktura, metode izbora kandidatov, metode vrednotenja kandidatov (Linehan, 2001, str. 56).

Delodajalci se zelo radi izogibajo zaposlovanju žensk, ker menijo, da so manj produktivne, ustvarjalne in povzročajo podjetju več stroškov. Delodajalci so tudi mnenja, da so ženske več odsotne z dela kot moški, zaradi materinstva. Prav tako obstaja strah s strani delodajalca, saj le-ta meni, da sodelavci ne bi želeli izvršiti ukazov, ki jim jih daje nadrejena ženska, zato pri napredovanju največkrat izberejo moškega predstavnika. Prav tako delodajalci menijo, da so ženske veliko manj predane delu ter da v veliki meri delajo v svojo korist in ne v korist podjetja, čeprav se je to že velikokrat pokazalo kot neresnično. Ženske želijo pokazati svoje zmožnosti, vendar največkrat običijo na delovnih mestih, kjer so male možnosti za napredovanje. Spretnosti žensk so dolgo podcenjevali in jih ponekod še danes podcenjujejo, nočejo jih opaziti, čeprav so lahko ženske v veliki meri celo bolj spretni kot moški. Nekatera podjetja imajo ženske za vlečne konje, torej so primerne za kariero v srednjem managementu in nikakor ne na najvišjih vodstvenih položajih. Takšni predsodki razjezijo veliko žensk, ki pa raje odidejo iz podjetja in si ustanovijo lastno podjetje, kot da ostanejo v podjetju in se počutijo manj vredne (Koražija, 2001, str.47).

Ovire, ki nastanejo, pa lahko razdelimo v skupine (Dubey, 1996, str. 53 – 65; Monga, 1993, str. 46 – 57; Smolej 1995, str. 33 – 35)!

Družbeno kulturne: Te ovire so povezane z družbenimi stereotipi o vlogi spola.



Izobraževanje in usposabljanje: Cilj izobraževanja in usposabljanja je nabiranje izkušenj na različnih področjih. Ženske najdemo predvsem na področjih, kot so storitve, tekstilna in prehrabena industrija, trgovina na drobno, kjer so dohodki nizki in male možnosti za napredovanje. Izobraževanje in usposabljanje omogoča ženskam dostop na področja, kjer se obetajo boljše razmere za delo, možnost napredovanja in višji dobiček.

Finančne: Te ovire so vidne zlasti pri najemu denarnega posojila. Banke namreč niso navdušene dajati posojila ženskam, še posej ne takrat, kadar gre za zagon novega podjetja. Ženske se temu lahko izognejo tako, da vzamejo moža za svojega partnerja ali pa financirajo podjetje iz osebnega premoženja ali prihrankov.

Na drugi strani pa je problem, ki je povezan z velikostjo podjetja. Ženske so največkrat lastnice majhnih podjetij in zato posledično ne potrebujejo velikih kreditov. Za banke pa so stroški majhnih kreditov previsoki, da bi bilo to za njih dobičkonosno.

Tehnološki dejavniki: Za podjetja, ki so v lasti žensk, je značilno, da pri proizvodnji ne uporabljajo zahtevne tehnologije. Ženske se temu lahko izognejo tako, da si pridobijo potrebna znanja in izkušnje na področju novih tehnologij.

Zakonske prepreke: Mnogo zakonov v svetu daje ženskam status manjšine, ker jim ne omogočajo samostojnosti in jih potisnejo v odvisnost od moških sorodnikov. Tako ženske ne morejo posedovati premoženja na svoje ime. Premoženje je napisano na očeta, brata ali moža.

## 4. ŽENSKO PODJETNIŠTVO V ŠALEŠKI DOLINI

V Šaleški dolini in na splošno v Sloveniji je dal pobudo za razvoj podjetništva Slovenski obrtni zakon (1997), ki je med zasebnike vključeval tudi subjekte s področja opravljanja ekonomskih in drugih intelektualnih storitev. Podjetništvo se je pričelo razvijati v času, ko je bilo z zakonom o podjetjih (1988) omogočeno nastajanje zasebnih podjetij in ko se je začela privatizacija obstoječih podjetij. Postopek ustanavljanja in registriranja podjetij je bil v začetku devetdesetih let enostaven, zahteve po ustanovnem kapitalu pa nizke (vir: Gospodarska zbornica Slovenije).

Podatki, pridobljeni pri Ajpes-u, kažejo, da so pred tridesetimi leti na območju Šaleške doline prevladovala podjetja, kot so: Gorenje d.d., Vegrad d.d., Premogovnik Velenje, Termoelektrarna Šoštanj d.o.o., ESOTECH d.d.. Vsa ta podjetja so bila ustanovljena pred letom 1960. Ta podjetja so še danes vodilna in največja po številu zaposlenih na območju Šaleške doline. Po letu 1975 so se na trgu pričela pojavljati manjša podjetja, ki so bila v največji meri organizirana kot s.p., razvijala so se in rasla ter so danes stabilna in konkurenčna podjetja. Mednje lahko prištejemo Veplas d.d., ERA d.d., Plastika Skaza d.o.o., Gradbeništvo Pluton s.p. itd. Po podatkih dne 31.12.2006 je na območju Šaleške doline 488 gospodarskih družb in 822 samostojnih podjetnikov. Skupaj torej 1310 podjetij. Podjetja se med seboj razlikujejo po dejavnosti, številu zaposlenih, velikosti in dobičku. Največ podjetij kar 2/3 se ukvarja s storitveno dejavnostjo (Vir: Ajpes - Velenje).

### 4.1 Značilnosti podjetnic v Šaleški dolini

Če gledamo na žensko podjetništvo v Šaleški dolini skozi statistiko, je ocena zadovoljiva. Podjetnice v Šaleški dolini se v največji meri ukvarjajo s storitvami in manj s proizvodnjo. Večina poslov, ki jih začnejo ženske, vključuje nižje začetne naložbe kot moška podjetja, zaradi omejenega dostopa do finančnih virov in visoke stopnje rizika.

Na območju Šaleške doline se ženske še vedno preveč naslanjajo na moške, tako v poslovnem kot v zasebnem življenju. Oklepajo se tradicionalnih vzorcev vzgoje, ki vodijo k manjši samozavesti, ki pa je ključnega pomena za podjetniško delovanje. Posledica je, da svojih idej in znanja ne udejanjijo, kot bi lahko.

Podjetnice imajo kar nekaj skupnih lastnosti (Podjetnik, maj, 2005) med katerimi so:

- so racionalne in dobro pretehtajo tveganje,
- pozneje začnejo razmišljati o podjetništvu,
- podpora jim veliko pomeni,
- zadovoljne so že, če jim stvari lepo delujejo,
- so odgovorne, premišljene, nimajo potrebe po razkazovanju.

Podjetnice čutijo, da so še vedno v ozadju in da jih družba obravnava drugače, kot podjetnike. Čeprav je govor o razlikah med podjetnico in podjetnikom, pa se v Šaleški dolini kaže tudi razlika med podjetnicami. Največja razlika je v uspehu. Na Območju Šaleške doline je veliko podjetnic, ki so uspešne in prodorne, je pa tudi nekaj takšnih, ki niso uspele v tolikšni meri, kot bi želele.

Tako uspešne kot manj uspešne podjetnice pa so na lastni koži okusile, kako je ženskam na začetku težje kot moškim kolegom. Podjetnice priznavajo, da so bili glavni razlogi za to nezadostna informiranost, premalo znanja in strah pred podjetništvom.

Z leti poslovanja so podjetnice pridobile izkušnje, odpravile slabosti ter pridobile potrebna znanja na področju vodenja in podjetništva.

## **4.2 Vzorec, metoda, omejitve**

Ciljna skupina so bile vse podjetnice na območju Šaleške doline. Stoodstotni vzorec ni mogoč zato sem uporabila majhen vzorec, ki mi je na voljo in predstavlja tudi omejitve. Uporabila sem namerni vzorec. Zanj je značilno, da izberemo določene kriterije. Kriterij je bil, da sem anketirala samo podjetnice na območju Šaleške doline, ki so lastnice podjetja. Anketni vprašalnik sem posredovala 32 podjetnicam osebno ali po pošti. Zaradi nepripravljenosti sodelovanja je bila odzivnost 72-odstotna, kar pomeni, da je bilo izpolnjenih 23 anketnih vprašalnikov. Največ zavrnitev sem dobila od podjetnic, katerim sem vprašalnik poslala po pošti. Z večino podjetnic (20), ki so bile pripravljene sodelovati, sem se pogovarjala osebno. Tako so bile pripravljene povedati veliko več, kot je zahteval vprašalnik. Pogovore sem opravila kar v njihovih poslovalnicah izven njihovega delovnega časa, dve podjetnici pa sta me povabili k sebi domov. Preostalim podjetnicam (3) sem anketni vprašalnik osebno izročila, vendar so ga v celoti samostojno izpolnile. Anketni vprašalnik je vseboval 18 vprašanj, ki se nanašajo na različna področja:

- podjetnica,
- poslovanje,
- podpore in ovire pri poslovanju,
- viri financiranja,
- osebno mnenje podjetnic.

Vprašalnik se je nanašal na razloge, prednosti, slabosti in ovire, s katerimi se podjetnice srečujejo, prav tako pa so podjetnice podale svoje mnenje o ženskem podjetništvu in svetovale ženskam, ki vstopajo na samostojno pot.

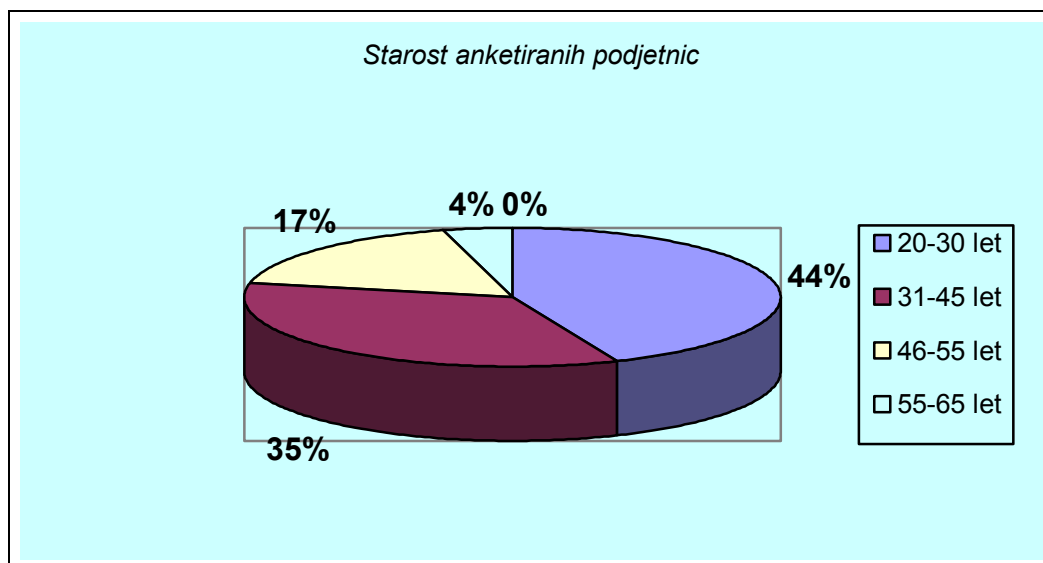
## **4.3 Analiza rezultatov podjetnic v Šaleški dolini**

### *4.3.1 Starost anketiranih podjetnic*

Za ženske je znano, da nerade govorijo o starosti, pa tudi nevljudno jih je vprašati, koliko so stare. Da bi prišla do tega podatka, sem uporabila nominalno skalo. Zanj je značilno, da so že podani različno široki razredi. Podjetnica je označila starostni razred, v katerega spada po letih. Posledica tega je, da iz vprašalnika ni točno razvidna starost podjetnic, zato ne morem govoriti o njihovi točni starosti. Podjetnica se je, na primer, opredelila v razred od 20-30 let, vendar iz tega ni točno opredeljeno, koliko let ima.

Spodnji grafikon nam prikazuje starostne skupine podjetnic v Šaleški dolini.

**Slika 3: Starost anketiranih podjetnic**



Vir: Podatki iz raziskave

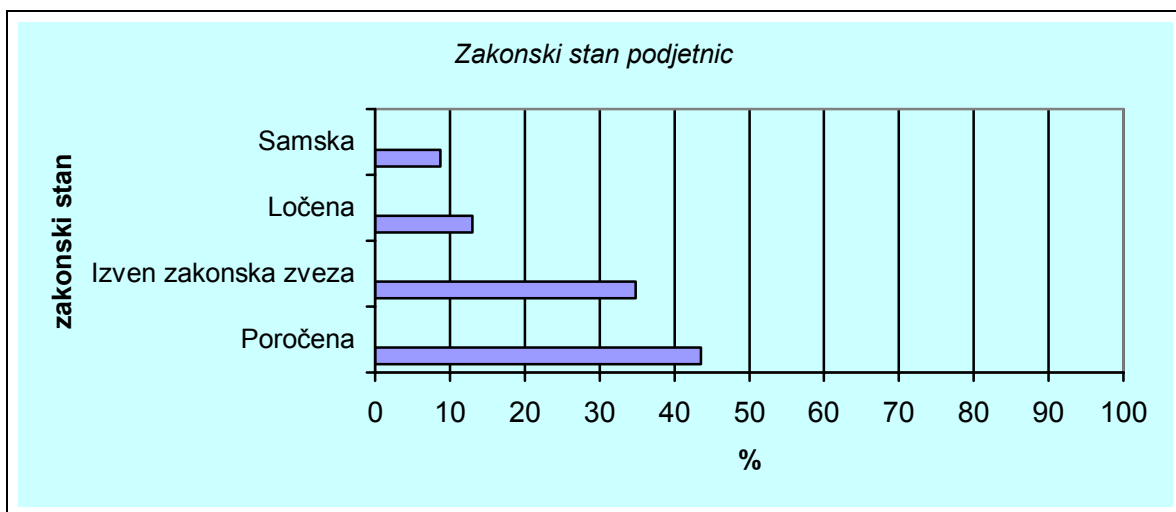
Iz tega grafikona je razvidno, da je v Šaleški dolini največ anketiranih podjetnic starih od 20 do 30 let (43,5%), to je 10 podjetnic. Takoj za njimi so podjetnice s starostjo med 31 in 45 let, teh je 34,8% ali 8 podjetnic. 17,4% podjetnic v Šaleški dolini je starih med 46 in 55 let, to so 4 podjetnice. Najmanj jih je starih med 55 in 65 let, in sicer le 4,3%, medtem ko podjetnic starih več kot 65 let ni bilo v mojem vzorcu.

Na podlagi ankete lahko rečem, da imamo v Šaleški dolini mlade podjetnice, ki pravijo, da se ne ozirajo na opazke in dvome drugih glede njihove mladosti. Mlade ženske so tiste, ki so željne uspeha in so tveganju bolj naklonjene.

#### 4.3.2 Zakonski stan anketiranih podjetnic

Iz ankete, ki sem jo naredila, je vidno, da je največ podjetnic v Šaleški dolini poročenih. Velik odstotek je tudi takšnih, ki sicer niso poročene, vendar so v resni zvezi. Le-te so mi pri pogovoru zaupale, da v bližnji prihodnosti načrtujejo poroko.

**Slika 4: Zakonski stan podjetnic**



Vir: podatki iz raziskave

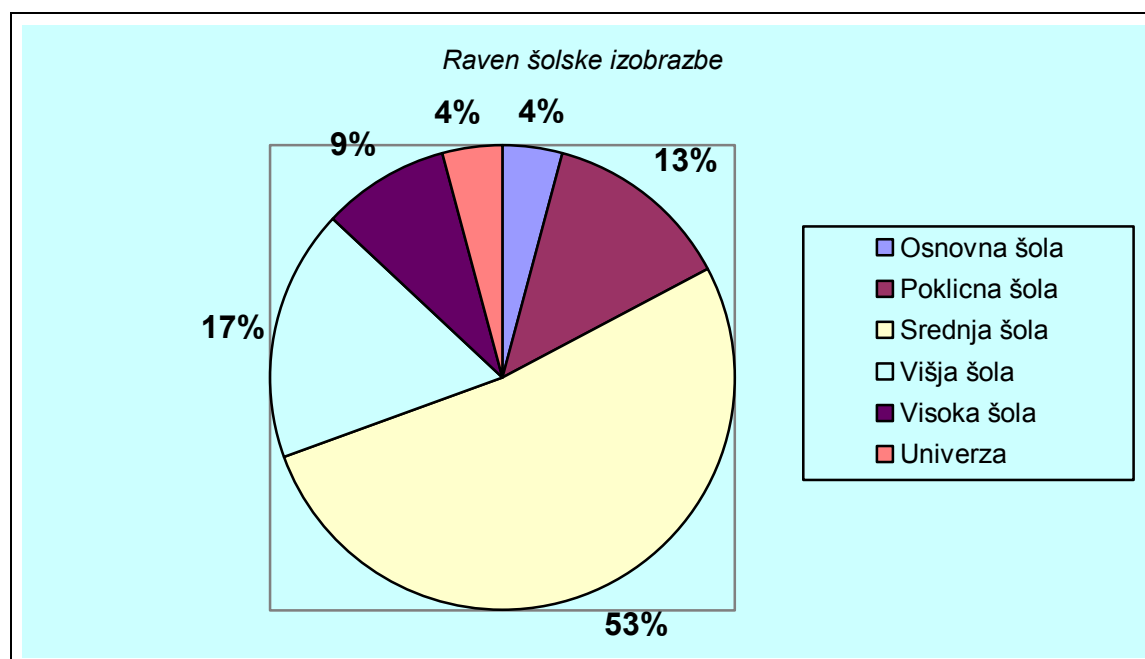
Iz grafikona je razvidno, da je največ- kar 43,5%- podjetnic v Šaleški dolini poročenih in večina od njih ima tudi po enega ali več otrok. 34,8% je takšnih, ki so trenutno še v izvenzakonski zvezi, vendar načrtujejo poroko. 3 od 23 anketiranih podjetnic, kar zavzema 13% delež, so ločene, in dve, kar je 8,7% delež, sta samski.

Zakonski stan pa je vplival pri poslovanju predvsem pri podjetnicah, ki so ločene ali samske. Podjetnice, ki so ločene, so bile aktivne v svojem podjetju že v času, ko so bile poročene. Ena od podjetnic je dejala, da je ločitev bila velika negativna prelomna točka in je nanjo vplivala tako fizično kot psihično. V času postopka ločitve je njeno podjetje poslovalo bolj slabo, saj se mu podjetnica ni mogla dovolj dobro posvetiti. Prav tako podjetnice, ki so ločene, niso izgubile samo moža, ampak tudi poslovnega partnerja in podpornika, kar je pomenilo, da so morale vse posle, ki jih je prej opravljal mož, prevzeti same.

Podjetnici, ki sta samski, sta povedali, da sta podporo poiskali pri prijateljih in sorodnikih. Podjetnice, ki so poročene ali imajo resno zvezo, pa so povedale, da imajo največjo podporo ravno pri svojih življenjskih sopotnikih ter da jim le-ti pomagajo in svetujejo glede poslovanja.

### 4.3.3 Raven šolske izobrazbe

**Slika 5: Raven šolske izobrazbe anketiranih podjetnic**



Vir: podatki iz raziskave

Iz grafikona je razvidno, da ima največ podjetnic v Šaleški dolini dokončano srednjo šolo. Teh je 53%. Sledijo jim podjetnice, ki imajo višjo šolo, teh je 17%. Najmanj, 4% je takšnih, ki imajo samo osnovno šolo ali pa so dokončale univerzitetni študij.

Podjetnice se zavedajo, kako pomembna je izobrazba oziroma kako pomembno je imeti znanje na področju vodenja in organiziranja. Na podlagi tega je več kot polovica podjetnic dokončala šolanje na smeri ekonomija, poslovna ekonomija, management in računovodstvo.

Tudi podjetnice, ki se bodo odločile nadaljevati izobraževanje, se bodo v večini odločile za ekonomsko-poslovno smer.

Podjetnice so povedale tudi, kakšno je njihovo gledanje na izobraževanje. Prišla sem do spoznanja, da se podjetnice odločajo za nadaljnjo izobraževanje, se pravi izobraževanje na visoki, višji ali univerzitetni ravni, na zgolj z namenom pridobitve znanja, ampak tudi, ker želijo s tem dokazati sposobnost in jim to predstavlja samopotrditev.

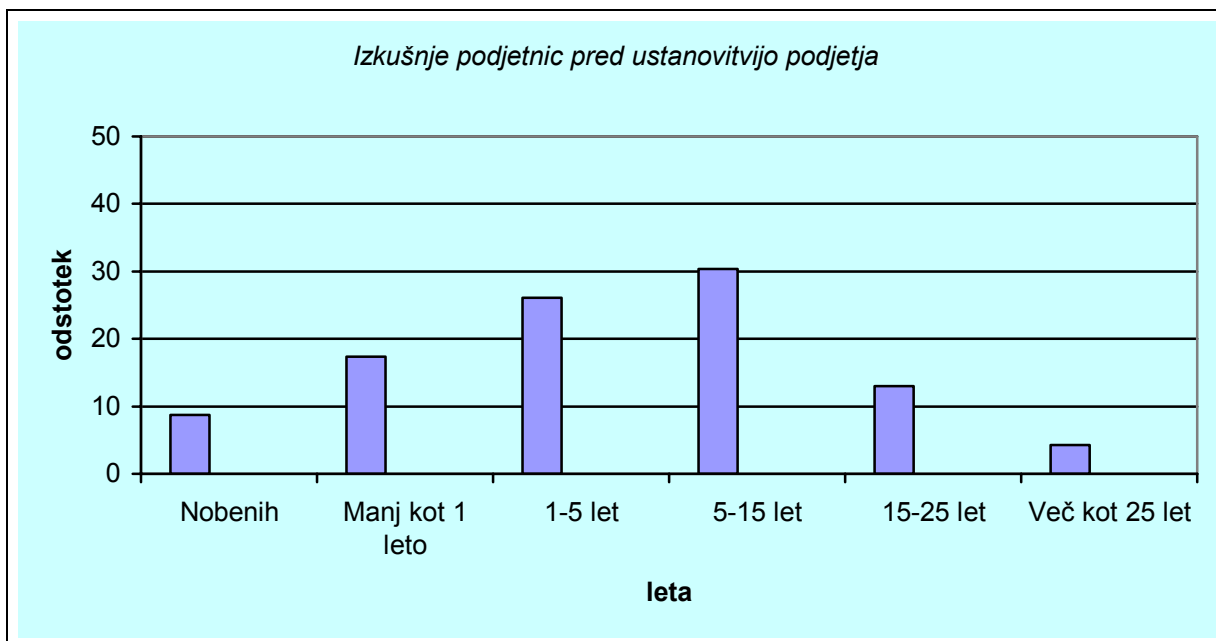
Večina podjetnic po končani srednji ali poklicni šoli še ni vedela, kaj bodo v življenju počele. Nekatere so se odločile za študij, nekatere so poskušale poiskati službo, nekatere so opravljale priložnostna dela. Vse pa so se na koncu odločile, da bodo postale podjetnice in imele svoje podjetje. Da pa lahko vodiš in posluješ v svojem podjetju, potrebuješ znanje in izkušnje. Marsikatera pa ni bila ustrezno izobražena, da bi lahko to delo sama opravljala. Kot primer lahko navedem eno izmed anketiranih podjetnic, ki je končala srednjo kemijsko šolo, le-ta pa ji ni dala dosti znanja za vodenje podjetja, zato se je odločila znanje izpopolniti na Ekonomski fakulteti.

Za uspešnost podjetnic so bistveni tudi usposabljanje v obliki izobraževanja, informacij in nasvetov za učinkovito poslovanje, izmenjava izkušenj in navezovanje stikov. Ko sem podjetnice povprašala ali se udeležujejo takšnih usposabljanj, sem ugotovila, da se

najpogosteje udeležijo teoretičnih usposabljanj na področjih marketinga, financ, računovodstva, zunanje trgovine in varstva pri delu. Takšna usposabljanja so za ženske podjetnice pomembna tudi, če želijo doseči rast in razvoj podjetja.

#### 4.3.4 Izkušnje anketiranih podjetnic pred ustanovitvijo podjetja

**Slika 6: Izkušnje anketiranih podjetnic pred ustanovitvijo podjetja**



Vir: podatki iz raziskave

Pri obdelavi podatkov iz ankete sem ugotovila, da ima največji delež žensk 5 do 15 let delovnih izkušenj (kar 30,4% podjetnic), sledi delež žensk, ki imajo 1 do 5 let delovnih izkušenj (26,1% podjetnic) in nato delež žensk, ki imajo manj kot eno leto delovnih izkušenj (17,4% podjetnic). 13% podjetnic ima 15 do 25 let delovnih izkušenj, medtem ko je 8,7% podjetnic, ki nimajo nobenih izkušenj pred ustanovitvijo lastnega podjetja. Najmanjši delež žensk je takšnih, ki imajo več kot 25 let delovnih izkušenj, in sicer samo 4,3%.

Kot vidimo, ima slaba polovica anketiranih podjetnic več kot 5 let delovnih izkušenj in dobra polovica anketiranih podjetnic manj kot 5 let delovnih izkušenj.

Pri pogovoru s podjetnicami sem tudi spoznala, da so tiste podjetnice, ki so imele delovne izkušnje pred ustanovitvijo lastnega podjetja, bile dejavne v večini na področjih, kot so gostinstvo, storitvene dejavnosti, finančno posredništvo in živilska industrija.

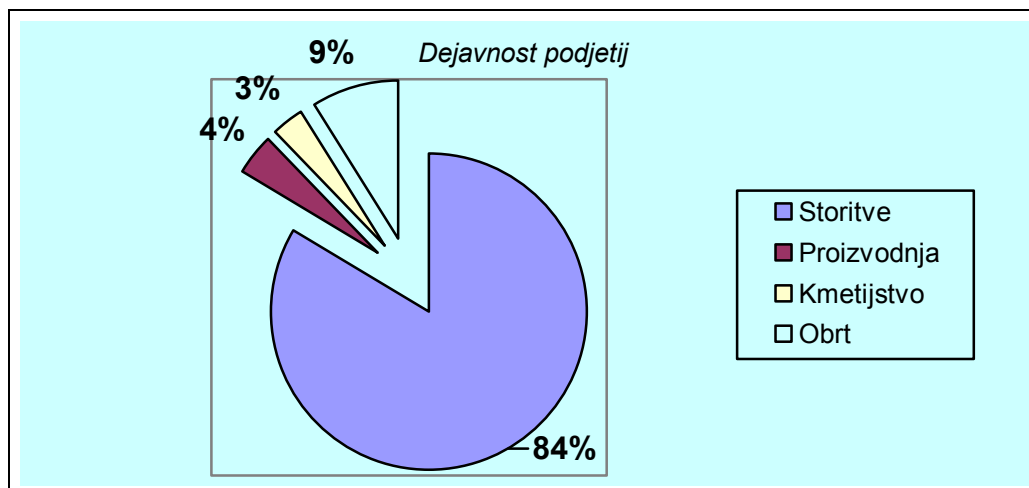
Okoli 70% žensk je bilo pred ustanovitvijo lastnega podjetja zaposlenih v gospodarstvu, 17% v negospodarstvu, in le 4,3% žensk je bilo brezposelnih ter 8,7% žensk ni bilo nikoli zaposlenih. Večina podjetnic je pridobivala delovne izkušnje z delom v podjetjih, ne pa kot lastnice lastnih podjetij.

Večina podjetnic v Šaleški dolini z izkušnjami pred ustanovitvijo lastnega podjetja se je odločila opravljati isto delo, kot so ga opravljale pred ustanovitvijo lastnega podjetja. Tako so podjetnice, ki so bile, na primer, zaposlene kot prodajalke ali frizerke, odprle svojo lastno trgovino ali frizerski salon. To je v veliki meri povezano z voljo do opravljanja določenega dela, vendar z nezadovoljstvom v prejšnji službi.

## 4.4 Poslovanje

### 4.4.1 Opredelitev dejavnosti podjetij anketiranih podjetnic

Slika 7: dejavnost podjetja



Vir: podatki iz raziskave

Iz grafikona je jasno razvidno, da se največ podjetnic v Šaleški dolini ukvarja s storitveno dejavnostjo, kar 82,6%, med katerimi so najbolj razširjene trgovine na drobno, frizerski saloni, restavracije in turistične agencije. 8,7% anketiranih podjetnic je obrtnic in samo 4,3% delež zavzemajo podjetnice, ki imajo proizvodnjo in kmetijsko dejavnost.

Močna prisotnost podjetnic v storitveni dejavnosti je lahko tudi vzrok pridobitve začetnega kapitala. Za opravljanje storitvene dejavnosti je potrebno vložiti veliko manj kapitala oz. finančnih virov kot za zagon proizvodnje. Majhna potreba po kapitalu pa je odraz majhnih investicijskih potreb, za kar je potreben tudi manjši najemi kreditov.

Na splošno je znano, da so ženske v večini zaposlene v storitvenem sektorju, moški pa v proizvodnji. Vendar so tudi odstopanja in izjeme. V Šaleški dolini je proizvodno podjetje, ki ga vodi podjetnica in je hkrati tudi solastnica podjetja, eno od najbolj donosnih in uspešnih daleč na okoli. To dokazuje, da so pri vodenju proizvodnje uspešne tudi ženske. Da pa je delež podjetnic v Šaleški dolini, ki se ukvarjajo s proizvodnjo, tako majhen obstajajo razlogi. Uspešno voditi proizvodno podjetje zahteva veliko tehničnega znanja, kamor v največji meri spada znanje o novi tehnologiji (stroji in oprema). Ravno zaradi tega se ženske v Šaleški dolini izogibajo proizvodnji. Vendar pa je misel, da ženske niso sposobne voditi proizvodnje, povsem zgrešena. Torej ne morem trditi, da je to glavni razlog, zaradi katerega se ženske v Šaleški dolini ne odločajo za proizvodnjo. Glavni razlog je finančna ovira. Zagon proizvodnje zahteva velika denarna vlaganja in velik kapital. Govorimo o tako velikih vsotah, da si jih ne morejo privoščiti. Zato se raje podajo v storitveno dejavnost, ki zahteva veliko manj kapitala.

Obrtna dejavnost je v Šaleški dolini tista, ki počasi izumira. 15 let nazaj je bilo v Šaleški dolini več kot 10 podjetnic obrtnic. Z leti je to število zelo upadlo in še vedno upada. Danes so se obdržale obrtnice, ki so obrt podedovale. Tudi s kmetijsko dejavnostjo se ukvarja zelo malo žensk, v večini so tukaj moški.



#### 4.4.2 Temeljni razlogi za pričetek z lastnim poslom

Faktorje, ki vplivajo na rast ženskega podjetništva, lahko razdelimo na negativne ali pozitivne. Negativni faktorji so tisti, ki žensko »potisnejo« na samostojno podjetniško pot. Govorimo o faktorjih, kot so: naraščajoča brezposelnost, nestabilni pogoji zaposlovanja, izguba dela, omejene možnosti napredovanja, ločitev... Na drugi strani pa so pozitivni faktorji, ki spodbujajo žensko k ustanovitvi svojega lastnega podjetja. Ti faktorji so, na primer, tržna priložnost, zanimanje za določeno področje, želja po samostojnosti in večjem zaslužku, samouresničitev... (Brush. 1990., str 45).

Raziskave so pokazale, da se ženske odločajo za samostojno podjetniško pot zaradi nezaposlenosti, nezadovoljstva z delom in omejenega napredovanja v službi (Novak. 1994. str. 17).

Tudi podjetnice v Šaleški dolini sem povprašala o razlogih za pričetek z lastnim poslom. V anketnem vprašalniku so podjetnice izbrale že navedeno trditev, ki jim je bila najbližje. Izbirale so lahko med trditvami!

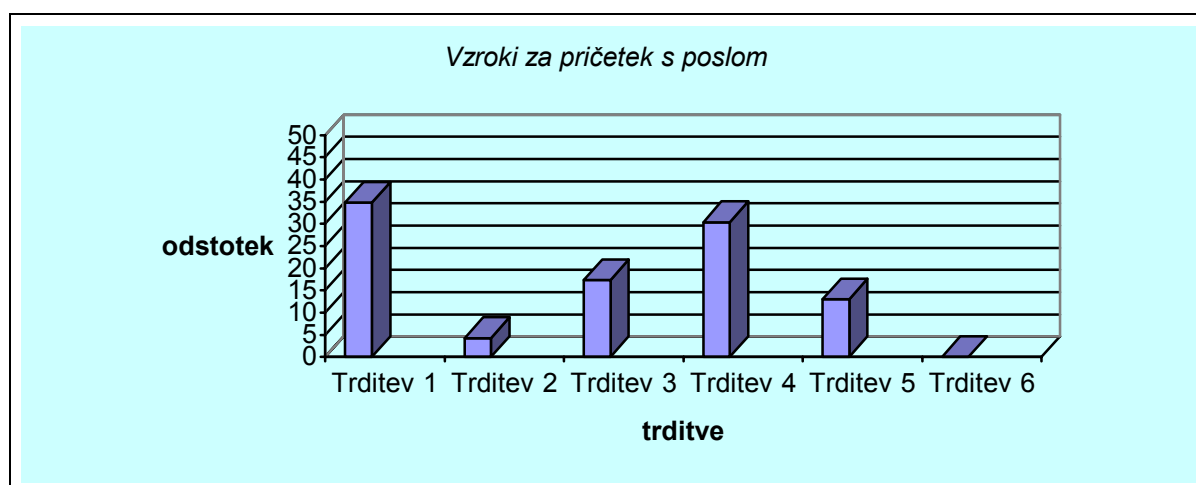
**Tabela 3: Razlogi za pričetek z lastnim poslom**

Trditev	Število	Delež v %
1. Želela sem izkoristiti poslovno priložnost	8	34,8
2. Bila sem nezaposlena	1	4,3
3. Bila sem zaposlena, vendar našla boljšo priložnost	4	17,4
4. Bila sem nezadovoljna z delom v prejšnji službi	7	30,4
5. Bila sem nezadovoljna z zaslužkom v prejšnji službi	3	13
6. Drugo	0	0
<b>SKUPAJ</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

Vir: podatki iz raziskave

Ugotovitve Si pogledjmo tudi s pomočjo grafa!

**Slika 8: Vzroki za pričetek z lastnim poslom**



Vir: podatki iz raziskave

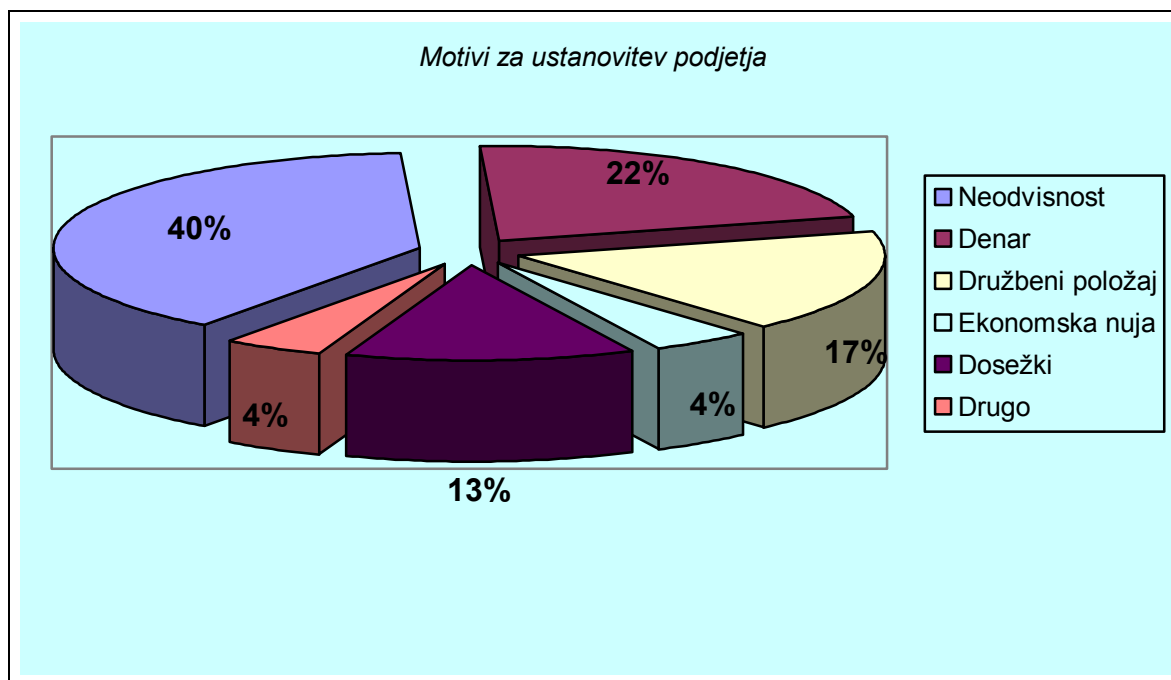
Iz preglednice in grafa lahko ugotovimo, da ženske podjetnice v Šaleški dolini navajajo kot najpogostejša razloga za pričetek z lastnim poslom možnost izkoristka poslovne priložnosti (34,8%) in nezadovoljstvo z delom v prejšnji službi (30,4%). Med druge razloge (17,4%) podjetnice uvrščajo, da so sicer bile zaposlene, vendar so prepoznale boljšo priložnost. Nekatere podjetnice so se odločile za lasten posel tudi zaradi nezadovoljstva z zaslužkom v prejšnji službi (13%), in le 4,3% podjetnic je bilo, tako rečeno, prisiljenih v podjetništvo zaradi brezposelnosti.

Rezultati raziskave so pokazali tudi, da podjetnice menijo, da je podjetje pomemben vir družinskega dohodka, saj so v večini primerov v podjetju zaposleni tudi možje oz. partnerji.

Iz tabele je tudi razvidno, da je zelo mala razlika med podjetnicami, ki so pričele s poslom zaradi nuje, in podjetnicami, ki so se brez večjega pritiska odločile ustanoviti lastno podjetje.

K razlogom za pričetek s poslom lahko pripišemo tudi  *motive za ustanovitev lastnega podjetja*. V največji meri so podjetnice kot glavni motiv za pričetek z lastnim poslom navedle neodvisnost, torej biti sam svoj šef. Pri podjetnicah je velik motiv tudi denar, kar pomeni, da podjetnice menijo, da bodo z lastnim podjetjem in poslom imele možnost zaslužiti veliko več denarja. S tem pa so povezani tudi družbeni položaj, status in ugled, kar je tudi opredeljeno kot naslednji motiv pri podjetnicah. Podjetnice so tudi kreativne, imajo veliko idej, ki bi jih želele realizirati, vendar jim to ni bilo omogočeno v prejšnji službi, zato je bil edini način, da pokažejo svoje sposobnosti, ustanovitev podjetja, na podlagi katerega bi lahko prišle do dosežkov. Najmanj podjetnic pa je kot motiv navedlo ekonomsko nujo.

**Slika 9: Motivi za ustanovitev podjetja**



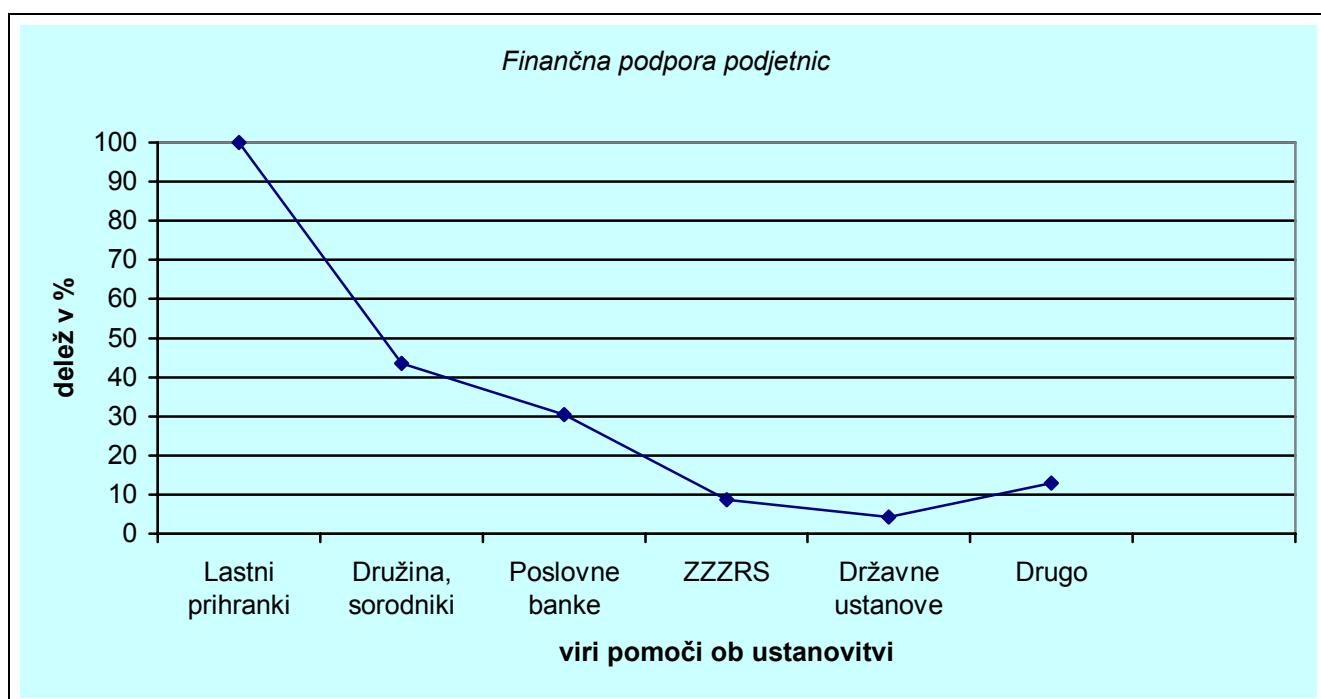
Vir: podatki iz raziskave

#### 4.4.3 Finančna podpora, ki so jo bile podjetnice deležne pri ustanovitvi podjetja

Podjetnice se pri ustanovitvi podjetja srečujejo s finančnimi težavami. Veliko žensk ustanovi podjetje z bistveno manjšim ustanovitvenim kapitalom kot moški in veliko je podjetij, ki so jih ženske ustanovile z lastnimi prihranki (vir: Podjetnik, maj, 2005). Vodja poslovalnice Deželne banke Slovenije Velenje je mnenja, da se ženske pri najemu zunanje pomoči, torej kreditov, soočajo z večjimi težavami kot moški. Pa ne zaradi spola, temveč ker ima večina žensk slabše načrte poslovanja kot moški. Poleg tega se za odobritev takšnega kredita ocenjujejo tudi druge stvari, kot so: ideja, boniteta, delovne izkušnje itd. (vir: Deželna banka Slovenije).

Poglejmo si podrobneje, kakšne pomoči, in s kakšnimi težavami pri pridobitvi financ so se srečevale podjetnice v Šaleški dolini.

**Slika 10: Finančna podpora anketiranih podjetnic**



Vir: podatki iz raziskave

Iz grafikona je razvidno, da so vse anketirane podjetnice imele svoje lastne prihranke za ustanovitev podjetja. Ti lastni prihranki pa so bili med podjetnicami različni. Nekatere so jih imele več, druge manj. Poleg tega da so imele lastne prihranke, so bile deležne tudi drugih finančnih pomoči. Največ, kar 43,5% podjetnic je ocenilo, da so največjo podporo dobile pri družini in sorodnikih. 30,4% podjetnic je dodatno finančno podporo poiskalo v poslovnih bankah v obliki kreditov. Zavod republike Slovenije za zaposlovanje nudi ljudem, ki so brez zaposlitve in so prijavljeni na Zavodu, pomoč v primeru odločitve za samozaposlitev. Take pomoči je bilo deležnih 8,7% podjetnic. Tudi državne ustanove, kot so podjetniški skladi, ponujajo finančno pomoč na začetku poslovanja. Le-te je bilo deležnih le 4,3% podjetnic. Ker so še možne tudi druge oblike finančne pomoči, so lahko podjetnice le-te same navedle v primeru, da jim od naštetih ni nobena odgovarjala.

Pod drugo so podjetnice zapisale, da so bile deležne finančne pomoči od prijateljev ali pa, da niso imele nobene pomoči, ampak samo svoje prihranke.

Podjetnice, ki so se odločile za finančno pomoč pri banki, sem tudi povprašala, ali so se soočale s kakšnimi težavami. Prišla sem do zaključka, da so bile največje težave pomanjkanje kredibilnosti, premalo podjetniških sposobnosti ter pomanjkanje izkušenj pri finančnem pogajanju. Tudi pri nas niso banke ravno navdušene pri kreditiranju novih podjetij, kot tudi ni enostavno pridobiti financiranja s strani države.

Glavni razlog, za najpogostejše odločanje podjetnic za financiranje z lastnimi prihranki ter s pomočjo družine in ne toliko za zunanjo finančno pomoč je, da podjetnicam še vedno primanjkuje informacij o možnih oblikah financiranja. Veliko vlogo pa igra tudi velikost in vrsta podjetij. Vemo, da prevladujejo storitvena podjetja, za katere so potrebna manjša finančna sredstva. Takšna podjetja pa so lahko za investitorje nezanimiva.

V Sloveniji banke ne ponujajo posebnih kreditov za ženske, saj splošno velja, da mikrokreditov v Sloveniji nihče ne potrebuje. Eden od direktorjev Garancijskega sklada je izjavil: »S tako malo denarja tako nihče ne more nič narediti, torej takšnih kreditov sploh ne bomo ponujali! Še večji je problem za ženske, ki bi sicer rade začele, vendar nimajo niti statusa brezposelne osebe niti kmetice niti iskalke zaposlitve in, seveda, tudi ne dohodka, ki bi ga lahko ponudile kot garancijo za vračilo že tako majhnega kredita.« (Turk. 2002. str. 21).

Ravno zaradi tega se podjetnice najraje opirajo na lastni kapital, ki ga nameravajo vložiti v podjetje, pomoč partnerja in družine pri financiranju.

Podjetnice sem tudi povprašala, na kakšen način so prišle do prihrankov, glede na to, da nekatere niso bile zadovoljne s plačo v prejšnji službi, kar pomeni, da jim le-ta ni zadoščala, nekatere pa celo niso bile zaposlene in niso prejemale dohodkov. Prišla sem do ugotovitve, da so se podjetnice marsičemu odrekle, da so prišle do denarja. Večina jih je prodala svoje osebne stvari, kot je avtomobil ali nepremičnine (vikend, zemljo). Tudi počitnicam na morju ali v gorah ter drugim stvarjem, ki niso bile življenjsko pomembne, so se odrekle.

Z odrekanjem so torej prišle podjetnice do takšne ali drugačne vsote denarja, kateri so dodale tudi ostale finančne pomoči in tako ustanovile lastno podjetje.

#### 4.4.4 Problemi, s katerimi se soočajo podjetnice pri poslovanju

Podjetnice se pri poslovanju srečujejo z mnogimi problemi. Najpogostejši problemi, s katerimi se soočajo že na začetku poslovanja, so: pomanjkanje izkušenj pri poslovanju, pomanjkanje strokovnega znanja, omejen dostop do financ in nezaupanje v podjetnice. Po besedah predavateljev je največji problem ta, da še vedno nosijo glavno breme družinskih obveznosti.

Tudi podjetnice v Šaleški dolini so se in se še vedno srečujejo z mnogimi problemi. Podrobneje si pogledjmo s katerimi!

**Tabela 4: Ocene problemov, s katerimi se soočajo anketirane podjetnice**

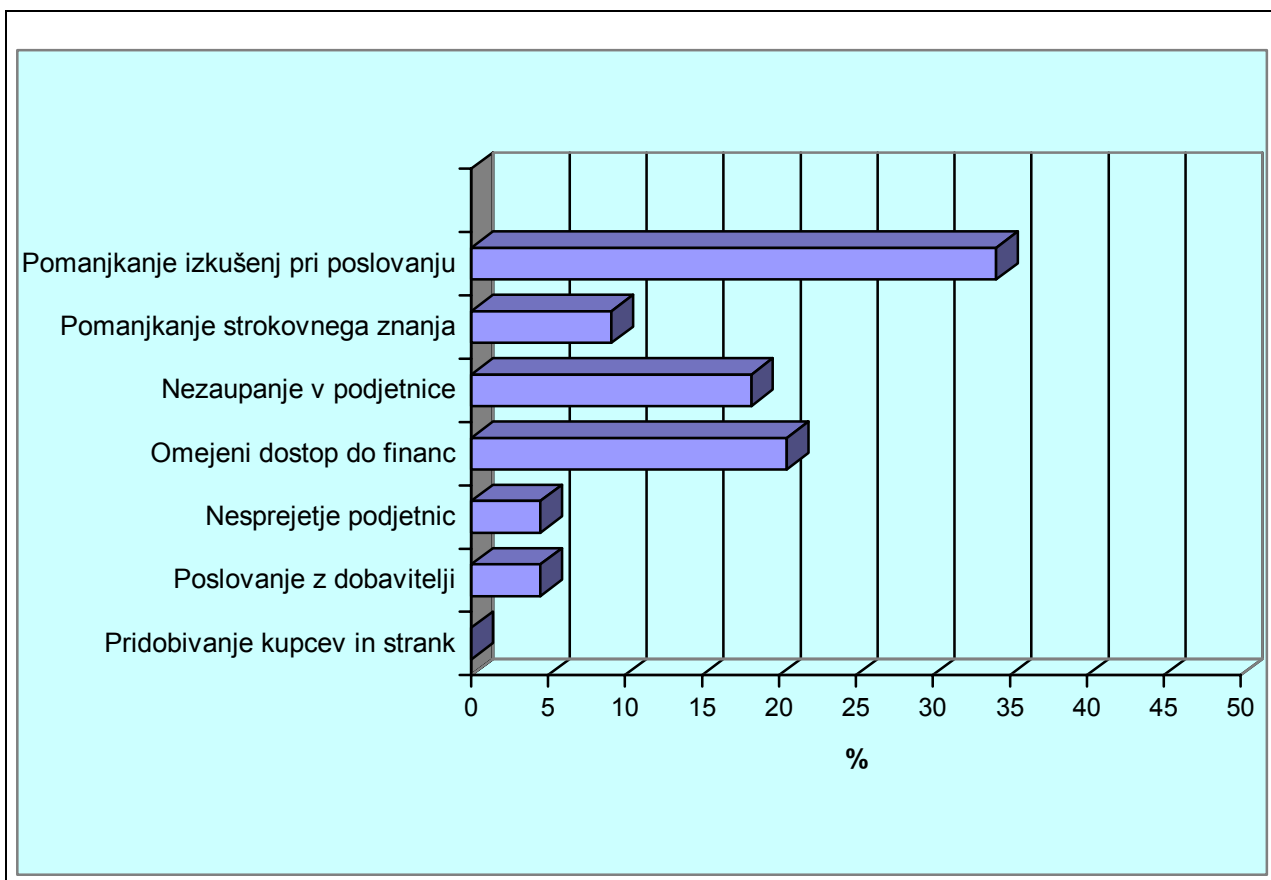
Št.	Vrsta problema	Ocene problemov v %
1	Pomanjkanje izkušenj pri poslovanju	65,2%
2	Pomanjkanje strokovnega znanja	17,4%
3	Nezaupanje v ženske podjetnice	34,8%
4	Omejeni dostop do financ	39,1%
5	Nesprejetje žensk kot podjetnic	8,7%
6	Poslovanje z dobavitelji	8,7%
7	Pridobivanje kupcev in strank	0%
8	Drugo	17,4%

Vir: Podatki iz raziskave

\*Podjetnice so imele možnost izbrati več možnih odgovorov. Ocene problemov so zato prikazane tako, da je jasno razvidno, koliko odstotkov vseh podjetnic se je srečevalo z določenim problemom.

Sedaj pa si pogledjmo rezultat tudi s pomočjo grafa!

**Slika 11: Problemi, s katerimi se v največji meri soočajo anketirane podjetnice**



Vir: podatki iz raziskave

Iz grafikona lahko razberemo, da je največ podjetnic na prvo mesto postavilo probleme pomanjkanja izkušenj pri poslovanju (34,1%), na drugo mesto omejen dostop do financ (20,5%), na tretje mesto nezaupanje v podjetnice (18,2%) in na četrto mesto pomanjkanje strokovnega znanja in drugo (9,1%). Pod drugo so podjetnice zapisale probleme, ki se nanašajo na omejeno ponudbo delavcev, pomanjkanje določeno kvalificiranih delavcev in probleme, povezane s konkurenco, predvsem tujo. Prav tako lahko ugotovimo, da imajo podjetnice najmanj problemov s poslovanjem z dobavitelji in da je najmanjši tudi problem nesprejetja žensk kot podjetnic (4,5%). Problemov s kupci in strankami pa podjetnice v Šaleški dolini nimajo.

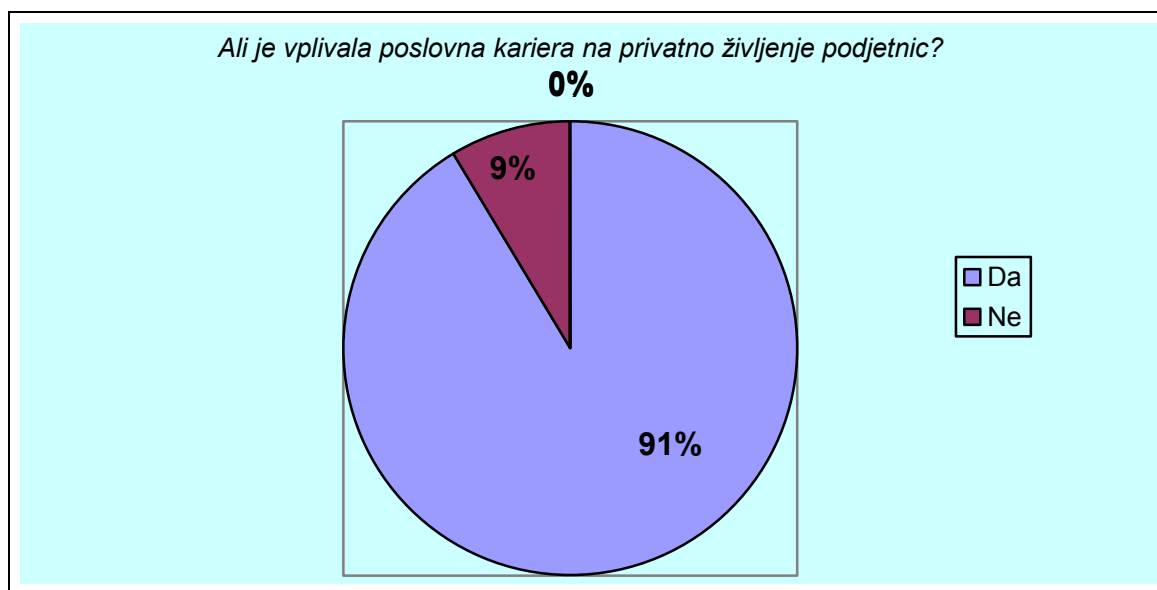
Podjetnice menijo, da se podpora in razvoj ženskega podjetništva vedno bolj povečuje ter da država v veliki meri ne otežuje več podjetništva.

## 4.5 Žensko podjetništvo

### 4.5.1 Vpliv poslovne kariere na privatno življenje

Biti uspešna podjetnica pomeni, da si nenehno v poslu, če ne fizično v podjetju, pa psihično, z mislimi. To privede do tega, da ni več toliko časa za družino, prijatelje in prosti čas. Kariera torej pri večini vpliva na privatno življenje. Ta vpliv je lahko pozitiven, lahko pa tudi negativen. Poglejmo, kako in v kolikšni meri je poslovna kariera vplivala na podjetnice v Šaleški dolini.

**Slika 12: Vpliv poslovne kariere na privatno življenje podjetnic**



Vir: podatki iz raziskave

Iz grafikona lahko razberemo, da je kar 91% anketiranih podjetnic občutilo vpliv poslovne kariere na privatno življenje in samo 9% podjetnic meni, da kariera ni nikakor vplivala na njihovo privatno življenje. Podjetnice, ki so občutile spremembo v privatnem življenju, sem povprašala, na kakšen način se jim je privatno življenje spremenilo. Večini podjetnic je primanjkovalo in še danes primanjkuje časa za družino in najbližje. Vemo, da se še sedaj pričakuje od ženske, da skrbijo za družino in prevzemajo pomembno vlogo v družini.

S tem seveda ne dobijo denarja, zato so ženske primorane služiti denar bodisi v svojem podjetju ali državnih podjetjih. Veliko več časa in napora je treba vložiti v vodenje lastnega podjetja, kar posledično pripelje do primanjkovanja časa za družino, napetost v družini in primanjkovanje časa za vzgojo otrok. Podjetnice so tudi potrdile, da se zaradi tega ne bi bile pripravljene odpovedati svoji poklicni karieri. Poleg primanjkovanja časa za družino, jim primanjkuje časa tudi za hobije, športne dejavnosti, in druženje s prijatelji.

Poslovna kariera pa je na podjetnice vplivala tudi pozitivno. Pozitivno v smislu osebne rasti, k dvigu samozavesti, in boljšemu življenjskemu standardu.

To pomeni, da se ženske, ki si ustvarijo poslovno kariero v lastnem podjetju, počutijo bolj vredne, spoštovane, z večjo samozavestjo in samostojne.

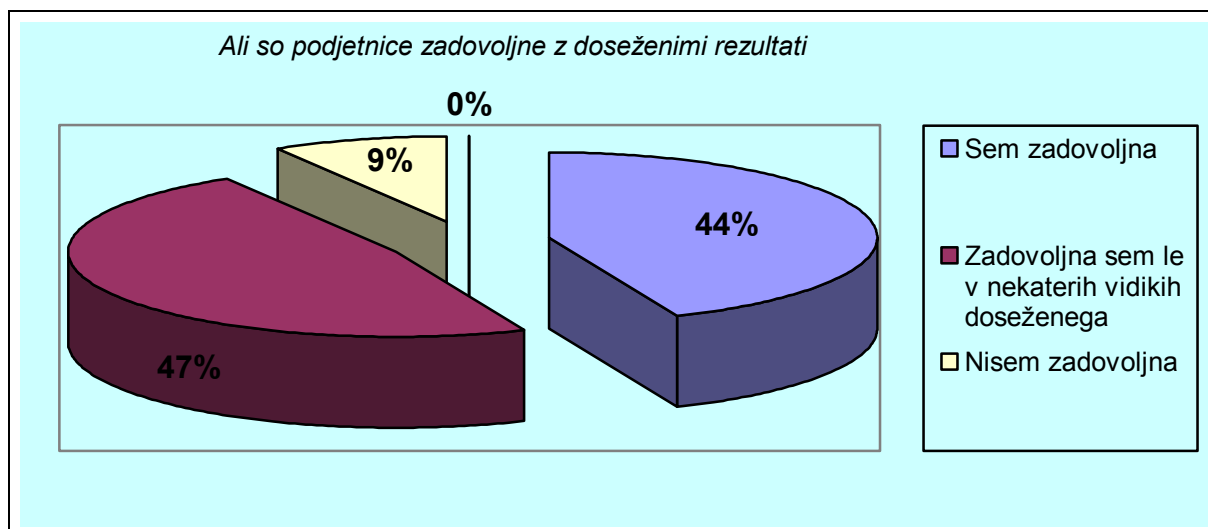
Podjetnice, ki pa niso občutile vpliva poslovne kariere na privatno življenje, pravijo, da se še vedno posvečajo istim stvarim kot pred ustanovitvijo podjetja, da jim ne primanjkuje časa za prijatelje in družino ter niso za nič prikrajšane. Prav tako se osebno niso spremenile.

#### 4.5.2 Donosnost podjetja anketiranih podjetnic

Zelo pomembno pri poslovanju je, da so podjetnice zadovoljne z rezultati, ki jih dosegajo. Če ne dosežejo tistega, kar si začrtajo, ni nujno, da so slabo poslovale. Razlog je lahko tudi drugje. Podjetnice sem povprašala o njihovem zadovoljstvu glede poslovanja in doseganja rezultatov.

44% podjetnic je zadovoljnih z rezultati in trenutno nimajo pripomb, 47% podjetnic je zadovoljnih le v nekaterih vidikih doseženega in 9% podjetnic ni zadovoljnih z rezultati. Za lažjo predstavbo si pogledjmo grafikon.

**Slika 13: Zadovoljstvo podjetnic z doseženimi rezultati**

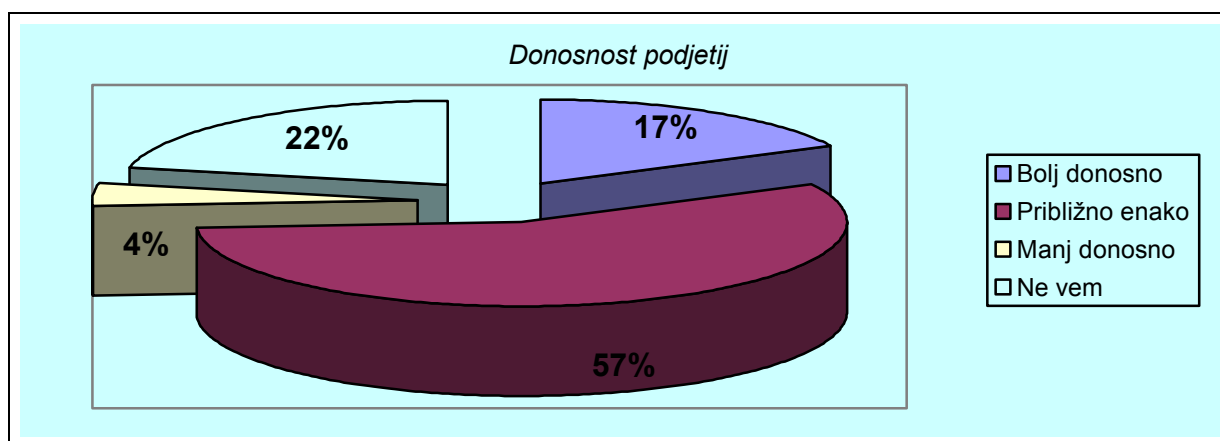


Vir: podatki iz raziskave

Poleg zadovoljstva podjetnic me je tudi zanimalo, ali so podjetja v Šaleški dolini, ki jih vodijo podjetnice, bolj ali manj donosna od podobnih podjetij v Sloveniji. To sem podjetnice tudi povprašala.



**Slika 14: Donosnost podjetij anketiranih podjetnic**



Vir: podatki iz raziskave

Podjetnice v Šaleški dolini se ne čutijo nič manj uspešne od podjetnikov, saj jih največ, kar 57% meni, da je njihovo podjetje enako donosno kot druga podjetja v Sloveniji. 17% podjetnic meni, da je njihovo podjetje celo bolj donosno in le 4% jih meni, da je manj donosno. Podjetnice tudi ne opažajo razlik v donosnosti med podjetji, ki so jih ustanovile ženske, in podjetji, ki so jih ustanovili moški. Menijo, da se lahko njihova podjetja primerjajo s tistimi, ki so jih ustanovili moški, ter da so lahko njihova podjetja celo veliko bolj uspešna od podjetij, ki jih ustanovijo moški.

#### 4.5.3 Pomoč podjetnicam pri razvijanju njihovega podjetja

Podjetnice so deležne tudi pomoči pri razvijanju podjetja. Kakšne pomoči in v kakšni meri so jo deležne, si pogledjmo s pomočjo tabele.

**Tabela 5: Deleži pomoči podjetnicam pri razvijanju njihovega podjetja**

Pomoč s strani	Zelo	Srednje	Malo	Čisto nič
Mož oz. partner	47,8%	30,4%	13%	8,7%
Ožja družina	30,4%	34,8%	26,1%	8,7%
Ostali sorodniki	0%	4,3%	8,7%	87%
Prijatelji	0%	0%	4,3%	95,7%
Strokovne in ostale službe	0%	0%	39,1%	60,9%
Občinske oblasti	0%	0%	13%	87%
Državni organi	0%	0%	0%	100%

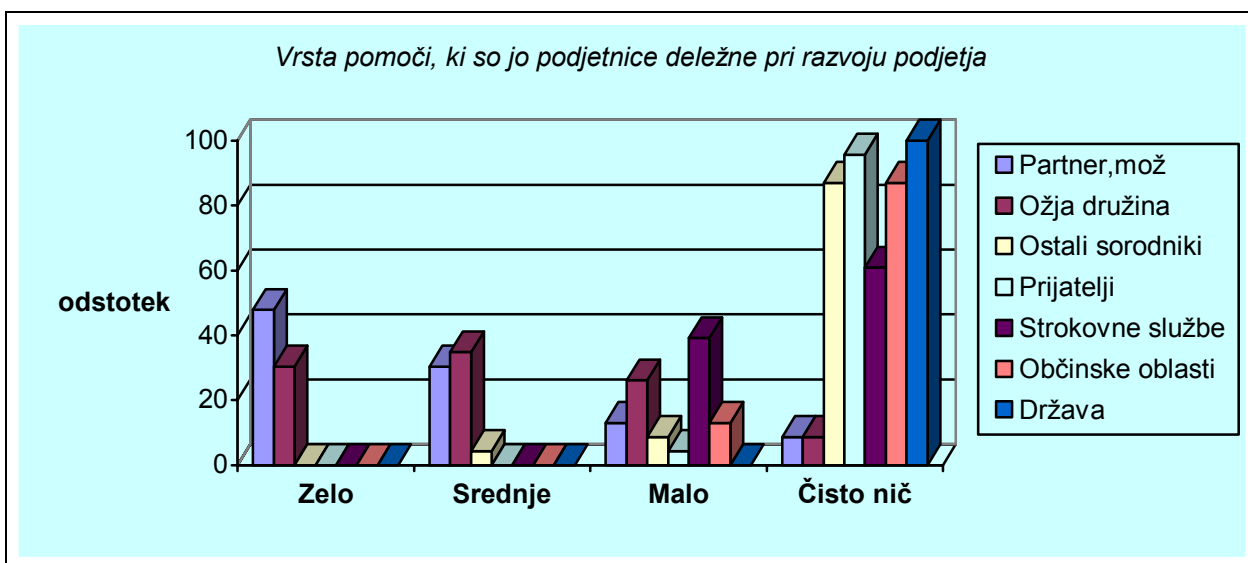
Vir: podatki iz raziskave

Razberemo lahko, da so podjetnice deležne največje pomoči s strani moža oz. partnerja in ožje družine, kamor spadajo starši, bratje in sestre. Kar 48% podjetnic je ocenilo, da jim je mož oz. partner zelo pomagal pri razvoju podjetja, 30% jih meni da jim je pomagal srednje, 13% podjetnic meni, da je pomoč s strani partnerja bila mala in 8,7 % podjetnic ni bilo deležnih pomoči s strani partnerja.

Podjetnicam je v veliki meri pri razvoju podjetja pomagala tudi ožja družina. 30% anketiranih podjetnic je mnenja, da jim je ožja družina pomagala v zelo veliki meri, 35% podjetnic je mnenja, da jim je pomagala srednje, 26% podjetnic je bilo deležnih malo pomoči s strani ožje družine in 8,7% podjetnic ni dobilo nikakršne pomoči od ožje družine. Ostali sorodniki, prijatelji, strokovne službe, občinske oblasti v največji meri niso nudili nobene pomoči, nekatere podjetnice pa so od naštetih bile deležne male, komaj zaznavne pomoči.

Državni organi podjetnicam niso nudili nobene pomoči. Vse anketirane podjetnice so bile mnenja, da od državnih organov niso prejele čisto nič pomoči pri razvoju njihovega podjetja. Deleže pomoči pri razvoju podjetja si pogledjmo tudi slikovno.

**Slika 15: Vrsta pomoči, ki so jo anketirane podjetnice deležne pri razvoju podjetja**



Vir: podatki iz raziskave

#### 4.5.4 Pomembnost ciljev za podjetnice

**Tabela 6: Pomembnost ciljev za podjetnice v odstotkih**

Pomembnost ciljev	Ocena pomembnosti v odstotkih			
	Zelo pomembno	Pomembno	Manj pomembno	Nepomembno
Osebno delovno zadovoljstvo	87%	13%	0%	0%
Zadovoljstvo s sodelavci	78,3%	17,4%	4,3%	0%
Povečanje dobička	52,2%	39%	8,8%	0%
Rast podjetja	34,8%	21,7%	26%	17,5%

Vir: podatki iz raziskave

Iz preglednice je razvidno, da anketirane podjetnice v Šaleški dolini zelo visoko vrednotijo vse cilje. Podjetnice najvišje vrednotijo osebno delovno zadovoljstvo (87% podjetnic označuje ta cilj kot zelo pomemben in 13% kot pomemben), zadovoljstvo s sodelavci (78% podjetnicam je ta cilj zelo pomemben, 17% pomemben in 5% manj pomemben) in povečanje dobička (52% jih meni da je zelo pomembno, 39% pomembno in 9% manj pomembno). Na zadnje mesto je postavljen cilj rast podjetja, ki je za 35% podjetnic zelo pomemben, 22% podjetnic pomemben, 26% podjetnic manj pomemben in 17% podjetnic meni, da rast podjetja ni pomemben cilj. Poleg zgoraj naštetih ciljev so podjetnice navedle tudi ostale cilje, med katerimi so transparentnost, prepoznavnost in obstoj podjetja.

Ugotovimo lahko, da je za anketirane podjetnice v Šaleški dolini najpomembnejša podjetniški cilj osebno delovno zadovoljstvo in zadovoljstvo s sodelavci, povečanje dobička in rast podjetja pa sta manj pomembna podjetniška cilja.

V pogovoru s podjetnicami sem tudi spoznala, da so zelo optimistične in glede poslovanja. So mnenja, da je prepričanje v to, kar počnejo, ključ do uspeha. Vztrajanje mora biti veliko, saj premalo vztrajanja vodi v neuspeh. Ni lahko doseči ciljev, potrebno je veliko truda, vendar je zadovoljstvo, ko je cilj dosežen, toliko večje. Če sta želja za uspeh in veselje do dela dovolj velika, se lahko dosežejo vsi cilji.

## 4.6 Mnenje podjetnic

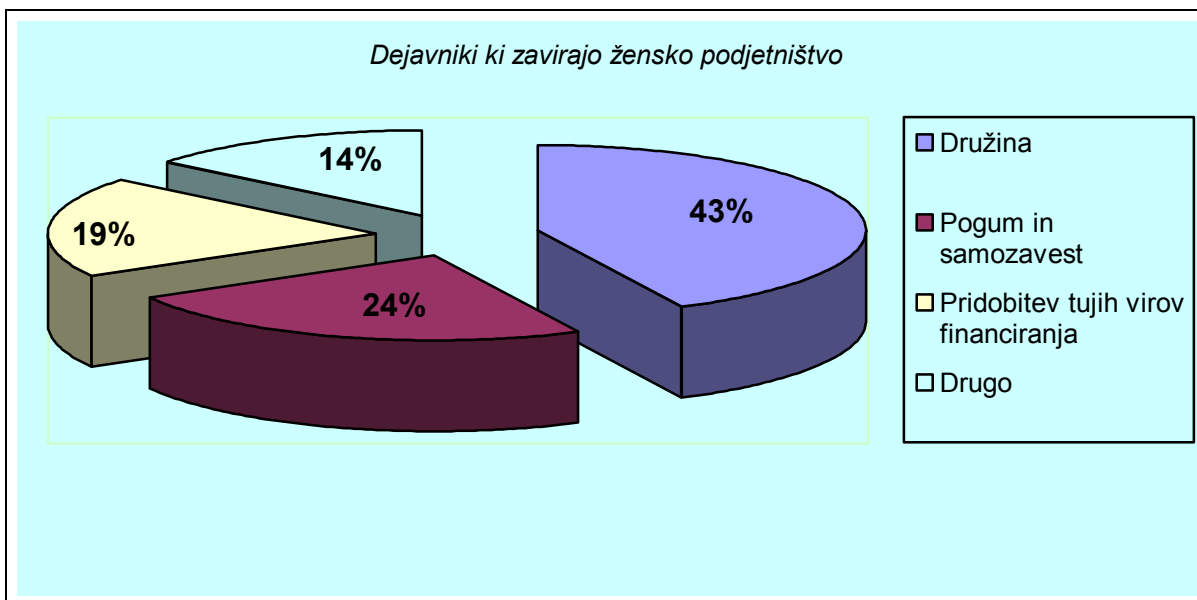
### 4.6.1 Ključni dejavniki, ki po mnenju anketiranih podjetnic zavirajo žensko podjetništvo

Premalo žensk se odloči za podjetniško pot. Razlogi so lahko različni, med njimi tudi strah pred neuspehom. Naša družba nikakor noče sprejeti neuspeha, zato neuspeh podjetnika ožigosa za vedno. Čeprav imajo zelo inovativne poslovne ideje, s katerimi bi lahko ustvarile novo podjetje, imajo ženske pogosto zadržke pri uresničitvi poslovnih idej. Kje so torej razlogi? V okviru raziskave GEM 2004 so odkrili dva ključna elementa, ki zavirata hitrejši vstop žensk v podjetništvo. Prvi je *pomanjkanje samozavesti oz. zaupanja vase*, drugi pa je prevladujoči *model vloge ženske v družbi* (mama, žena, gospodinja).

Anketirane podjetnice na območju Šaleške doline sem povprašala, kakšno je njihovo mnenje glede dejavnikov, ki lahko zavirajo žensko podjetništvo. Analiza ankete je pokazala, da največ podjetnic meni, da sta *družina in otroci* tisto, kar v največji meri predstavlja oviro za ženske. Danes je sicer normalno, da tudi ženske hodijo v službo. Vendar še vedno veliko žensk meni, da je njihova glavna naloga skrbeti za družino in dom. Veliko žensk je postavljenih pred odločitev ali služba ali družina in veliko jih postavi družino pred kariero. Na drugo mesto so anketirane podjetnice postavile *pogum in samozavest*. Ženske niso dovolj samozavestne in pogumne, da bi pričele s svojim podjetjem, zato raje ostajajo v trenutnih službah, čeprav so tam zelo nezadovoljne. Prav tako se ženske kot podjetnice počutijo manj vredne kot moški podjetniki. Tudi družba jih obravnava drugače in na njih ne gleda tako resno. Poslovni svet ni z rožami posut, zato potrebuje ženska dosti samozavesti in zaupanja vase, da začne in preživi s svojim podjetjem. Podjetnice v Šaleški dolini menijo, da je *pridobitev tujih virov financiranja* s strani banke zelo težavna, zato je tudi pomanjkanje kapitala pomemben dejavnik, ki zavira žensko podjetništvo. Podjetnice lahko imajo dobro poslovno idejo, vendar je ne morejo uresničiti, ker nimajo dosti finančnih virov, na banko pa se ne želijo obrniti, zaradi bojazni pred neuspehom, kar vodi v nezmožnost odplačevanja kredita. Banke ne nudijo posebnih ugodnosti za najem kredita podjetnicam.

Poleg teh dejavnikov, ki zavirajo žensko podjetništvo, so podjetnice napisale tudi druge dejavnike, med katerimi so *pomanjkanje znanja, premalo tehničnih in podjetniških sposobnosti in osebni problemi*. Nekatere podjetnice so tudi mnenja, da ne vidijo nikakršnih ovir, za žensko podjetništvo.

**Slika 16: Dejavniki, ki po mnenju anketiranih podjetnic zavirajo žensko podjetništvo**



Vir: podatki iz raziskave

#### 4.6.2 Kaj bi podjetnice svetovale ženskam, ki vstopajo na samostojno pot?

Zanimalo me je, kaj bi podjetnice svetovale ženskam, ki vstopajo na samostojno pot in pričnejo s svojim lastnim poslom.

Podjetnice so v največji meri vzpostavile pogum, vztrajnost in voljo. Potreben je pogum, da se ženska odloči za samostojno pot, vztrajnost, da se ne odmakne, ko nastopijo prve ovire, ter močna volja in želja po uspehu. Ženske si morajo odločno zastaviti cilje in jih poskušati doseči. Ne smejo se umakniti ali obupati ob nastanku prvih problemov, ovir. Pripravljene morajo biti tako na vzpone in padce in ne smejo leteti na začetku previsoko, ker se lahko zgodi, da bodo razočarane. Prav tako se ne smejo počutiti izrinjene ali manj vredne od moških kolegov, saj so lahko ženske bolj produktivne in uspešne kot moški. Vrata so jim odprta, zato je potrebno nastopiti odločno. Zelo pomembna sta tudi zaupanje vase in samozavest, kajti večina samozavestnih žensk je zelo dobrih podjetnic. Pri vstopu v lastno podjetje je treba imeti znanje. Podjetnice naj se učijo tudi od tistih, ki so na podobni poti naredili veliko, so njihovi rezultati vedno pozitivni in so s tem prispevali k boljšemu gospodarstvu. Za uspeh pa je potrebna tudi intuicija. Podjetnice naj sledijo svoji intuiciji in počasi, zanesljivo uresničijo svoj cilj. Če podjetnice res nekaj veseli in bi rade to tudi delale, se vsekakor splača poskusiti. Ideje so prave, le prav jih je treba uresničiti. Užitek je delati, kar te veseli, pa čeprav se je za to potrebno prekvalificirati. Ženske ne smejo čutiti podjetništva kot breme. Najbolje je, če je podjetništvo kot hobi, ker potem nikoli ne bo v breme.

Podjetnice so tudi povedale, da je kariera vplivala na njihovo privatno življenje, na posvečanje otrokom in vzgoji otrok. Zato bodočim podjetnicam svetujejo, naj se odločijo za samostojno pot bodisi preden nameravajo imeti otroke ali pa, ko so otroci že toliko veliki, da jih lahko pustijo v varstvu. Pripravljene morajo biti, da bodo na začetku posvetile ves čas poslovanju podjetja in ne bo časa za kaj drugega.

Na drugi strani imamo tudi podjetnice, ki na osnovi lastnih izkušenj odsvetujejo podjetništvo. Podjetnice, ki imajo negativne izkušnje, pravijo, da je bolje biti zaposlen v drugem podjetju kot lastnem, zaradi pritiska, napora in primanjkovanja časa. Prav tako lahko podjetnica zabrede v resne finančne težave v primeru, da dvigne prevelik bančni kredit, ki ga kasneje ne more odplačati.

Podjetnice so tudi v večini potrdile, da bi ponovno pričele z istim poslom, vendar bi v določenih situacijah ravnale drugače.

Vse podjetnice so zaželele bodočim potencialnim podjetnicam veliko poslovnih uspehov in čimmanj padcev v podjetniški karieri.

Na koncu bi rada zapisala misel, ki jo je povedala ena od podjetnic:« Svet je v naši dlani in od nas je odvisno, koliko smo predrzni, koliko si upamo in kaj bomo naredili».

#### *4.6.3 Ukrepi, ki bi vzpodbujali žensko podjetništvo*

##### ***Kaj narediti, da bi se čim več žensk odločilo za podjetništvo?***

Ženske potrebujejo drugačno spodbudo kot moški. Toda kateri so pravi prijemi, da prepričamo ženske, naj se odločijo za podjetništvo? So to dovolj spodbudni finančni programi? Ne, ženske potrebujejo drugačne spodbude kot moški, zato jih ne smemo dati v isti koš. Ženske potrebujejo več spodbud na ravni pozitivnega mišljenja, samozavesti, motiviranja in naravnosti k ciljem, pojasnjuje mag. Marina Letonja z Visoke šole za podjetništvo (vir: Podjetnik, maj, 2005)

Zavedati se moramo, da so zelo pomembni programi, ki vzpodbujajo žensko podjetništvo, lokalna podpora, mentorstvo, ustvarjanje stikov s podjetnicami.

Za bodoče podjetnice so zelo pomembni koristni nasveti, ki jih lahko pridobijo od že uveljavljenih podjetnic. Le-te navajajo, da je za žensko, ki želi vstopiti v podjetniški svet, zelo pomembno, da je samozavestna, vztrajna, ima realne cilje, zaupa vase in je pripravljena na skupinsko delo. Poleg osebnih lastnosti pa so pomembni tudi ukrepi, ki bi vzpodbujali žensko podjetništvo. Rezultati ankete so pokazali, da je najpomembnejša podpora družine in partnerja. Dosti žensk se kljub želji in dobri ideji ne odloči za podjetništvo ravno zaradi tega, ker nimajo podpore pri družini in partnerju. Podjetnice tudi menijo, da bi se lahko več žensk odločilo za samostojni posel, če bi bilo urejeno varstvo za otroke. Vrtci bi morali obratovati tudi v popoldanskem času. Večina žensk nima popoldanskega varstva za otroke, zato je to zavora, da bi se odločile za samostojno pot. Podjetnice so mnenja, da bi lahko tudi država in lokalne oblasti pripomogle k spodbujanju ženskega podjetništva. S strani gospodarstva pa pričakujejo podporo v smislu psihofizičnih socialnih podpor, kot sta motivacija in vzpodbujanje samozavesti. S strani politike bi moralo biti več motivacije in manj manipulacije. Ženskam bi morali pustiti, da same razmišljajo in delajo po najboljših močeh, jih ne podcenjevati ali jih imeti za manj sposobne.

Država bi morala preprečiti poslovanje na črno - sivo ekonomijo. Če bi se poslovanje na črno bolj kaznovalo, kot se sedaj, bi se vse ženske, ki poslujejo na črno, kar je še posebej razširjeno v frizerski in šiviljski dejavnosti, registrirale in postale podjetnice.

Tudi organizacije, ki se ukvarjajo s podjetnicami, dosti pripomorejo k vzpodbujanju žensk. Te organizacije pomagajo podjetnicam in ženskam, ki vstopajo na samostojno pot. Če bi bilo takšnih organizacij več in bi bile bolj razpršene po Sloveniji, bi pomagalo, da bi se več žensk odločilo za podjetništvo. Tudi banke bi lahko nudile ugodnosti za ženske, ki želijo pričeti z lastnim poslom in potrebujejo bančno pomoč pri financiranju. Ena izmed anketiranih podjetnic je dejala, da bi vse poklicne in srednje šole morale dijake seznaniti s podjetništvom in podjetjem. Za razvijanje bolj podjetniškega načina razmišljanja bi morali poskrbeti že v izobraževalnem procesu, kjer bi radovednost, inovativnost in uspešnost postale vrednote.

Vsi ti ukrepi, ki bi bolj vzpodbujali ženske k lastnemu poslu, pa nič na pripomorejo, če ženska nima lastne volje in želje po podjetništvu. Vsaka posameznica, ki želi uspeti kot podjetnica, si mora to želei. Želja je tista prva, ki mora biti, za željo pa vse ostalo.

## 5. SKLEP

Za samostojno pot se odloča vedno več žensk na območju Šaleške doline, kar je lahko posledica nezadovoljstva službi, želje po samostojnosti ali želje po večjem zaslužku.

Cilj raziskave, ki sem jo izvedla v Šaleški dolini, je bil, spoznati profil podjetnice in njenega podjetja, raven šolske izobrazbe podjetnic, razlogi za ustanovitev podjetja, podporo, ki so jo bile deležne, ter ugotoviti, s katerimi ovirami in problemi se srečujejo.

Raziskava je pokazala, da anketirane podjetnice v Šaleški dolini prevladujejo v storitvenih dejavnostih, po izobrazbi pa prevladuje srednja šola, slaba tretjina ima višjo ali univerzitetno izobrazbo. Glavni razlogi, zaradi katerih so se odločile za samostojno pot, so boljša in bolj donosna priložnost, sledijo nezadovoljstvo v prejšnji službi, ter želja po večjem zaslužku. Največje podpore ob ustanovitvi, so bile deležne s strani partnerja ali moža in ožje družine. Tudi pri razvoju podjetja so bile deležne iste podpore, torej največje s strani družine in moža ali partnerja. Najmanjše podpore so bile deležne s strani države ter občinskih oblasti. Raziskava je pokazala, da so se podjetnice v največji meri soočale s problemi, kot so pomanjkanje izkušenj, omejen dostop do financ in nezaupanje v ženske podjetnice.

Ženske, ki se odločajo za samostojno podjetniško pot, se srečujejo tudi z drugimi težavami, kot so vpliv družine, pomanjkanje znanja, nezadostno zaupanje vase, odpor do prevzemanja tveganja, ter omejeno financiranje. Za odpravo težav, s katerimi se srečujejo podjetnice, je potrebno vzpostaviti več organizacij, ki bi podjetnicam omogočile lažje premagovati ovire. Ženske, ki bi želele postati uspešne podjetnice, bi se lahko vključevale v te organizacije, ki bi jim pomagale prebroditi začetne težave in bi nudile podjetnicam koristne nasvete. K izboljšanju ekonomskega položaja žensk sodijo tudi dejavnosti številnih posameznic, ki kot promotorke prispevajo k izvajanju številnih delavnic, motivirajo in svetujejo.

Kljub vsem tem težavam lahko rečem, da žensko podjetništvo v Šaleški dolini narašča, da se vedno več mladih žensk odloči za samostojno pot. Ženske se tudi zavedajo, kako pomembna sta izobrazba in znanje ter kako pomembno je biti samozavesten, vztrajen in pogumen.

Problemov je veliko. Če ne popuščamo, jih lahko odpravimo. Ženska lahko z mnogo volje premaga ovire in postane uspešna podjetnica. Ženska je lahko dobra podjetnica in hkrati dobra žena in mati, seveda če zanjo stoji urejena družina.

Kjer je volja, je tudi pot, kar pomeni, da je človek lahko uspešen na različnih področjih, če ima voljo, ne glede na spolno razlikovanje.

## POVZETEK

Začetki podjetništva segajo daleč v našo preteklost. Večina ljudi si predstavlja podjetništvo kot majhno zasebno dejavnost, s povprečnimi dohodki. Strokovnjaki pa bi podjetništvo opredelili kot dejavnost, ki se ukvarja z upravljanjem ekonomskih virov in usmerjanjem letih na nova področja zaradi ustvarjanja čim večjega dobička. V podjetniškem procesu delujejo tako moški kot ženske.

Ali se ženske kot podjetnice razlikujejo od podjetnikov? Pri prebiranju različne literature, člankov in po pogovorih z različnimi podjetnicami sem prišla do spoznanja, da bistvenih razlik med spoloma ni opaziti. Lahko bi rekli, da so razlike v tem, kako sprejemajo tveganje, ter, na kakšen način si želijo rasti podjetja. Moški tveganje povezujejo z dobičkom, medtem ko ženske tveganje gledajo z negativne strani in vidijo v tveganjih odločitvah izgubo. Pri načinu rasti podjetja pa lahko rečemo, da si ženske želijo rast podjetja na počasnejši in kontroliran način.

Menim, da uspešnost podjetja nikakor ni povezana s tem, kakšnega spola je podjetnik. Res je, da je ženskam lažje v dejavnostih kot je, na primer, tekstilna industrija. V takšnih dejavnostih so ženske lahko bolj uspešne kot v dejavnostih, ki veljajo za moške, na primer, gradbeništvo. Vendar to ni pravilo.

Diplomsko delo je glede na metodologijo dela razdeljeno na dva dela: teoretičnega, v katerem gre zgolj za spoznavanje že napisanega glede na področje ženskega podjetništva, ter empiričnega.

Teoretični del je namenjen predstavitvi ženskega podjetništva, značilnosti podjetnic v Sloveniji, pojmov podjetništva, podjetnik in njegove lastnosti, razlike med podjetnico in podjetnikom. Osnova za to je razpoložljiva literatura.

Praktični del pa temelji na podatkih, ki sem jih pridobila z anketo. Za pridobivanje podatkov v skladu s cilji raziskave, sem uporabila metodo pisnega anketiranja. Z anketo sem želela ugotoviti, kaj vodi podjetnice k ustanovitvi lastnega podjetja, kakšne ovire so pri tem in kdo jih vzpodbuja ter podpira. Ugotovila sem stanje podjetnic v Šaleški dolini. Odgovore in podatke sem analizirala, jih komentirala ter podala mnenje o ženskem podjetništvu v Šaleški dolini.

Raziskava, ki sem jo izvedla med podjetnicami v Šaleški dolini, je pokazala, da so glavni razlogi, zaradi katerih so se podjetnice odločile za samostojno pot, boljša in bolj donosna priložnost, sledijo nezadovoljstvo v prejšnji službi ter želja po večjem zaslužku. Največje podpore ob ustanovitvi so bile deležne s strani partnerja ali moža in ožje družine. Tudi pri razvoju podjetja so bile deležne iste podpore, torej največje s strani družine in moža ali partnerja. Raziskava je tudi pokazala, da anketirane podjetnice v Šaleški dolini prevladujejo v storitvenih dejavnostih.

Ženske, ki se odločajo za samostojno podjetniško pot, se srečujejo tudi z drugimi težavami, kot so, denimo, vpliv družine, pomanjkanje znanja, nezadostno zaupanje vase, odpor do prevzemanja tveganja, ter omejeno financiranje. Vendar ženska z močno voljo in željo po uspehu lahko premaga ovire in postane uspešna podjetnica.

**Ključne besede:** podjetništvo, podjetnik, žensko podjetništvo, ovire pri ženskem podjetništvu, analiza ženskega podjetništva v Šaleški dolini.



## ABSTRACT

The beginning of enterprise goes a long way back to our past. Most people think of enterprise as small private activity, with average incomes. But when it comes to experts, they however define enterprise as activity, which manages the economic resources and directs them to new fields in order to make as much profit as it is possible. Either men and women are working in process of enterprise.

Do women as businesswomen differ from businessmen? Through reading various literature, articles and talking to some businesswomen i came to conclusion, which tells me, that there are no obvious differences between men and women. Differences may occur when it comes to how they are willing to take risks or in what way they want their firm to grow. Men are linking risk to profit, when on the other hand, women see risk as a negative thing and are connecting it to loss. When speaking of how they see growing of the firm, we can say that women want their firm to grow in more slowly and supervising way than men do.

My opinion is, that there is no connection between the gender of the businessman and the success of the firm. It is true that women are more successful in activities such as textile industry and less successful in construction industry, which is more of a man activity. However, this is not considered as a rule.

This dissertation, regarding methodology of work, is divided to two parts: theoretical, which is explaining existing literature, and empirical.

Theoretical part gives us an introduction of women enterprise, then comments on characteristics of businesswomen in Slovenia, concept of enterprise, qualities of businessman and also on differences between businesswoman and businessman. All information are taken out of the available literature.

Empirical part is based on information, gained from a survey. I decided to use a written survey. My intention was to find out what is the reason that businesswomen establish their own firm, what are the obstacles on the way and who encourages and supports them. This method helped me find out situation of businesswomen in Šaleška dolina. I analyzed given answers and data, commented them and gave my opinion on women enterprise in Šaleška dolina.

The survey showed that the main reasons for establishing their own firm are better and more profitable chances, discontent with former job and a wish for earning more money. The biggest support, when establishing a new firm, came from their husbands and family. The same results regarding support were found when they were questioned about firm development. The survey also showed, that businesswomen, included in the survey and living in Šaleška dolina, can be found mainly in service industry.

Women, establishing the firm, have other difficulties, too. Some of those problems are influence of the family, lack of knowledge, insufficient self-confidence, not wanting to take risks and limited financing.

In conclusion, despite of difficulties, a woman can overcome all obstacles and with a strong will to succeed become a successful businesswoman.

**Key words:** enterprise, businessmen, women enterprise, analysis of women enterprise in Šaleška dolina

## SEZNAM LITERATURE IN VIROV

### LITERATURA

1. Bastle Andreja. 2001. Podjetnice po sili razmer. Ljubljana: Gospodarski vestnik
2. Belak Janko. 1993. Podjetništvo, politika podjetja in management. Maribor: Obzorja
3. Brush Candida G.1990. Local Initiatives for Job Creation. Enterprising Women. Paris-OECD.
4. Černigoj Sadar Nevenka, Kanjuo Mrčela Aleksandra. 2001. Actors and recent policy changes influencing the life of women in Slovenia in the nineties. Ljubljana. Fakulteta za družbene vede
5. Drnovšek Mateja. 1999. Slovenke kot parajoče se podjetnice. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
6. Dubey Mangala. 1996. Women entrepreneurship – A comparative study between Slovenia and India. Magistersko delo. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
7. Duh Mojca.1998. Malo in srednje veliko podjetje. MER Evrocenter
8. Glas Miroslav, Drnovšek Mateja. 2000. Slovenke kot novodobne podjetnice. Podjetništvo izziv za 21. stoletje. Ljubljana. GEA Collage.
9. Glas Miroslav, Petrin Tea. 1998. Entrepreneurship New Challenges foe Slovene women. Delovni zvezek. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
10. Hisrish Robert D., Peters Michael P. 1992. Entrepreneurship – Starting, Developing and Managing a new Enterprise. Second edition. Boston. Irwin.
11. Koražija Nataša.1996. Ženske pod steklenim stropom. Ljubljana. Gospodarski vestnik. XLV 39
12. Koražija Nataša.2001. Zaželeni so moški z ženskim načinom vodenja. Ljubljana. Manager 4.
13. Linehan Margaret. 2001. Uspešne ženske managerke velikih mednarodnih podjetij. Ljubljana. GV založba
14. Miklavčič Liljana. 1996. Zaposlovanje in vloga žensk v organizaciji. Diplomsko delo. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
15. Monga Anupama. 1993. Women entrepreneurs. A comparative study of Slovenia and United States. Magistersko delo. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
16. Novak Irena. 1994. Podjetne ženske. Ljubljana. Podjetnik 10

17. Potočnik Anja. 2001. Menedžerke brez pravih mentorjev. Ljubljana. Finance 107
18. Rebernik Miroslav. 1995. Podjetništvo. Maribor. Ekonomsko-poslovna fakulteta
19. Rebernik Miroslav. 1997. Podjetništvo in management malih podjetij. Maribor. Ekonomsko-poslovna fakulteta
20. Rebernik Miroslav. 2004. Podjetništva se ne da prisiliti, lahko se ga samo spodbuja. Obrtnik št.3
21. Smolej Urška. 1995. Ekonomski problemi zaposlovanja žensk. Diplomsko delo. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
22. Tominc Polona, Rebernik Miroslav. 2005. Žensko podjetništvo v Sloveniji-neizkoriščen vir. Razgledi MBA. Letnik 11 št. 1-2
23. Vahčič Aleš. 1994. Podjetništvo kot faktor gospodarskega razvoja. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
24. Vahčič Aleš. 1995. Osnove vodenja in podjetništva 2, 1. del. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
25. Vahčič Aleš. 1997. Osnove podjetništva. Skripta. Ljubljana. Ekonomska fakulteta
26. Zorko Mateja. 1996. Ženske podjetnice. Diplomsko delo. Ljubljana. Fakulteta za družbene vede

## **VIRI**

1. ŽENSKO PODUZETNIŠTVO PREDNOSTI I POTEŠKOČE. Dostopno na: <http://www.ergonet.hr/poduzetna/new/page.php?id=150>
2. MESTO ŽENSK. Dostopno na: <http://www.cityofwomen-a.si>
3. ZVEZA KMETIC SLOVENIJE. Dostopno na: <http://zvezakmeticslovenije@siol.net>
4. GIZ- PODJETNOST, SEKCIJA PODJETNIC. Dostopno na: <http://www.podjetnost.org>
5. ZDRUŽENJE MANAGER, ŽENSKA SEKCIJA. Dostopno na: <http://www.zdruzenjemanager.si>
6. POLOŽAJ ŽENSK V ZADNJEM DESETLETJU V SLOVENIJI. Dostopno na: [http://www.sigov.si/svet/novice/sporocila/medn03\\_31.htm](http://www.sigov.si/svet/novice/sporocila/medn03_31.htm)
7. IZZIV 21. STOLETJA – ŽENSKO PODJETNIŠTVO. Dostopno na: <http://www.podjetnik.com/default.asp?KatID=370&ClanekID=2385>

## KAZALO SLIK IN TABEL

### Slike:

Slika 1: Podjetniška aktivnost moških in žensk zaradi priložnosti .....	12
Slika 2: Podjetniška aktivnost moških in žensk zaradi nuje.....	13
Slika 3: Starost anketiranih podjetnic.....	20
Slika 4: Zakonski stan podjetnic .....	21
Slika 5: Raven šolske izobrazbe anketiranih podjetnic.....	22
Slika 6: Izkušnje anketiranih podjetnic pred ustanovitvijo podjetja .....	23
Slika 7: dejavnost podjetja .....	24
Slika 8: Vzroki za pričetek z lastnim poslom.....	25
Slika 9: Motivi za ustanovitev podjetja.....	26
Slika 10: Finančna podpora anketiranih podjetnic.....	27
Slika 11: Problemi, s katerimi se v največji meri soočajo anketirane podjetnice .....	30
Slika 12: Vpliv poslovne kariera na privatno življenje podjetnic .....	31
Slika 13: Zadovoljstvo podjetnic z doseženimi rezultati .....	32
Slika 14: Donosnost podjetij anketiranih podjetnic .....	33
Slika 15: Vrsta pomoči, ki so jo anketirane podjetnice deležne pri razvoju podjetja .....	34
Slika 16: Dejavniki, ki po mnenju anketiranih podjetnic zavirajo žensko podjetništvo .....	36

### Tabele:

Tabela 1: Profil podjetnika in podjetnice .....	8
Tabela 2: Značilnosti podjetnikov in podjetnic.....	10
Tabela 3: Razlogi za pričetek z lastnim poslom.....	25
Tabela 4: Ocene problemov, s katerimi se soočajo anketirane podjetnice.....	29
Tabela 5: Deleži pomoči podjetnicam pri razvijanju njihovega podjetja.....	33
Tabela 6: Pomembnost ciljev za podjetnice v odstotkih.....	34

