

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA
ACADEMIA MARIBOR**

DIPLOMSKO DELO

POLOŽAJ PODJETNIC V SLOVENIJI

Študentka: Renata Dolenc
Štev. indeksa: 11190122428
Študij: izredni
Program: računovodja
Mentor: Mag. Majda Kralj

Maribor, oktober 2007

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Renata Dolenc izjavljam, da sem v skladu z 10. členom Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah (UL št. 16/2007) avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Majde Kralj.

Maribor, 15.10.2007

.....
Podpis

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici mag. Majdi Kralj in ravnateljici mag. Mirjani Ivanuša za pomoč, spodbudo in svetovanje pri pisanju diplomske naloge.

Zahvaljujem se mag. Lei Kosi-Kovačič za lektoriranje diplomskega dela.

Največja zahvala pa gre moji družini, možu Darku in sinu Aljažu, za potrpežljivost in predvsem za to, da sta verjela vame in bila ponosna name.

Še posebej pa hvala mami Emiliji in očetu Francu za vso pomoč, ki sta mi jo nudila v času mojega študija.

POVZETEK

Enaindvajseto stoletje je nedvomno označeno s spreminjanjem vloge žensk in svetovnim večanjem števila ženskih podjetij, ki postajajo vir sprememb in inovacij v poslovnem svetu, rešujejo problem brezposelnosti ter prispevajo k razvoju družbe. Pospeševanje prisotnosti ženskih podjetnic krepi gospodarstvo in je vir politične, ekonomske in socialne novosti. Kljub temu pa se podjetnice pri ustanavljanju in vodenju podjetja srečujejo z veliko večjimi ovirami in problemi, kakor podjetniki. Ženske ustanavljajo lastno podjetje z namenom, da postanejo sam svoj šef, imajo podporo družine, so sposobne voditi podjetje in so pripravljene se spopadati z zahtevami vodenja. S tem ko imajo lastno podjetje, jim je zagotovljena večja svoboda in fleksibilnost, kar jim pomaga pri kombiniranju odgovornosti za družino in delo. Večina podjetnic raje uporabi za ustanovitveni kapital lastne prihranke in posojila od družine in prijateljev, kot pa bančna posojila. Podjetnice so soočene s problemi, kot so konflikti med službenimi in družinskimi obveznostmi, pomanjkanjem ustreznih podjetniških izkušenj in finančnimi ovirami. Kljub temu so mnoge med njimi uspešne in svoj uspeh večinoma pripisujejo osebnim kvaliteta, kot so samodisciplina, vztrajnost in trdo delo. Uspešna bo tista podjetnica, ki bo znala svojo zamisel uresničiti na lasten način.

Ključne besede:

Podjetništvo, žensko podjetništvo, podjetnice, problemi, položaj podjetnic, kariera, podpora.

SUMMARY

Twentyfirst century is certainly marked with changing women`s position and global increase of women`s companies, which are becoming the source of changes and innovations in business world, solving the problem of unemployment and also contribute to development of society.

Encouraging the presence of businesswomen refreshes economics and is, however, the source of political, economic and social innovations. In spite of all that, businesswomen are facing more barriers and problems with establishing and running the company. In any case, women are setting up their own companies with purpose to become their own bosses, have the support of their families, are capable of running the business and to cope business demands. With their own company they assured themselves freedom and flexibility, which teach them to be responsible for family and work.

Anyway, the most businesswomen prefer to use own savings and loans from siblings and friends as their initial capital, rather than bank loans. Businesswomen are facing problems as conflict between work and family obligations, lack of business experience and finance bar.

However, there are many between them successful and the cause of that we can search in personal qualities, like self-discipline, persistence and hard work.

Successful must be the one, who can realize the ideas on one`s own way.

Key words:

Enterprise, female enterprise, businesswomen, problems, women`s position, career, support.

KAZALO VSEBINE:

1. UVOD	8
1.1. Opredelitev področja in opis problema	8
1.2. Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela	8
1.3. Trditve	9
1.4. Predpostavke in omejitve raziskovanja	9
1.5. Uporabljene metode.....	9
2. ZNAČILNOSTI IN RAZVOJ PODJETNIŠTVA	10
2.1 Zgodnje obdobje	10
2.2 Srednji vek.....	10
2.3 Osemnajsto stoletje.....	10
2.4 Devetnajsto in dvajseto stoletje	11
3. RAZVOJ PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	12
3.1. Pogoji za razvoj podjetništva.....	13
3.2 Razlogi za ustanovitev podjetja.....	14
4. POMEN PODJETNIŠTVA	16
4.1 Opredelitev podjetnika	17
4.2 Tipične lastnosti podjetnikov	17
4.3 Sprememba dosedanjega življenjskega sloga.....	18
4.4 Možnost ustanovitve samostojnega podjetja	19
5. ŽENSKO PODJETNIŠTVO	20
5.1 Pomen ženskega podjetništva.....	20
5.2 Slovenke v podjetništvu.....	20
6. NAMEN USTANOVITVE LASTNEGA PODJETJA.....	22
6.1 Želja po neodvisnosti.....	22
6.2 Želja po izzivih	22
6.3 Želja po ustvarjanju denarja	23
6.4 Želja po ravnotežju med službo in družino	23
6.5 Brezposelnost	23
7. PROBLEMI IN OVIRE ZA PODJETNICE	24
7.1 Finančne ovire	24
7.2 Pomanjkanje ustrezne izobrazbe in izkušenj	25
7.3 Konflikti med službenimi in družinskimi obveznostmi	25
7.4 Diskriminacija in pomanjkanje verodostojnosti.....	26

8. ODNOS DO ŽENSK V PODJETNIŠTVU.....	28
8.1 Usklajevanje družine in kariere	28
8.2 Socialna služba	29
8.3 Družbeno sprejemljiva kariera.....	29
8.4 Spodbude in podpore ženskemu podjetništvu	30
8.5 Pospeševanje podjetništva žensk v Sloveniji	31
9. RAZLIKE MED ŽENSKO PODJETNICO IN MOŠKIM	
PODJETNIKOM.....	32
9.1 Osebnostne značilnosti	35
9.2 Motiv	35
9.3 Viri sredstev.....	35
9.4 Podporne skupine	36
10. ZNAČILNOSTI SLOVENSКИH PODJETNIC.....	37
10.1 Kako lahko ženske same vplivajo, da izboljšajo svoj položaj.....	38
11. ANALIZA REZULTATOV O POLOŽAJU PODJETNIC.....	39
11.1 Vprašalnik.....	39
11.2 Zakonski stan podjetnic	40
11.3 Število otrok anketiranih podjetnic.....	41
11.4 Pridobljena stopnja izobrazbe.....	42
11.5 Starost ob ustanovitvi podjetja	43
11.6 Namen ustanovitve podjetja	44
11.7 Dejavnost podjetja	45
11.8 Problemi pri ustanavljanju podjetja.....	46
11.9 Podpora ob ustanovitvi in razvoju podjetja	50
11.10. Mnenje o podpornih mehanizmih, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno	54
11.11. Pomoč pri gospodinjstvu in vzgoji otrok.....	55
11.12. Svetovanje izkušenj kot podjetnica drugim ženskam.....	59
11.13. Ugotovitve	59
12. ZAKLJUČEK	60
13. UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI	63
14. PRILOGA	65
ANKETA O POLOŽAJU PODJETNIC V SLOVENIJI	

1. UVOD

1.1. *Opredelitev področja in opis problema*

Podjetništvo je beseda, ki se nemalokrat pojavi v javnosti in medijih. V zvezi z njo se uporablja beseda podjetnik, za katero stojijo tako predstavniki moškega kot ženskega spola. Podjetnic je res veliko manj, vendar so v svojih dejanjih enakopravne moškim kolegom. Čeprav so značilnosti podjetnikov in podjetnic na splošno precej podobne, se podjetnice vendarle razlikujejo od podjetnikov glede motivacije, poslovnih veščin in poklicnih izkušenj. Rezultati kažejo, da so podjetnice nadpovprečno izobražene in enakovredno podjetnikom prispevajo k večji zaposlenosti. Podjetnice se največkrat odločijo za lastno podjetje zaradi želje po neodvisnosti in zaradi ekonomske nuje – brezposelnosti. Pri svojem delu se srečujejo s številnimi problemi in ovirami. Največji problem predstavljajo finance. Zaradi narave njihovega podjetja težko pridobijo bančni kredit. Večina podjetnic raje uporabi za ustanovitveni kapital lastne prihranke in posojila od družine in prijateljev. Problem usklajevanja kariere z družinskimi obveznostmi je eden izmed razlogov, zakaj se odloči manj žensk za lastno podjetje.

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

Namen odločitve o izbrani temi za diplomsko nalogo je globlje spoznati žensko podjetništvo v Sloveniji in analizirati anketirane podjetnice v Podravski regiji. Predstavljena je vloga ženskega podjetništva, razlike med moškim in ženskim podjetništvom, ovire, s katerimi se podjetnice najpogosteje srečujejo na svoji podjetniški poti, kakšni so razlogi in motivi podjetnic, da se podajo na podjetniško pot in kakšne podpore so deležne.

Cilji so naslednji:

- opredeliti žensko podjetništvo in
- analizirati rezultate ankete položaja podjetnic, izvedene v Podravski regiji.

1.3. *Trditve*

- Pomen podjetništva je vedno večji.
- Pomen ženskega podjetništva se povečuje, kljub oviram in izzivom.
- Podjetnice se srečujejo s številnimi problemi in omejitvami.
- Podpora in spodbujanje podjetnic je izredno pomembno pri povečanju števila ženskih podjetij.

1.4. *Predpostavke in omejitve raziskovanja*

Predpostavke:

- Ženska podjetja so manjša od moških, prav tako pa se razlikujejo na osnovi razlogov ustanovitve, vrste podjetja in ovir na poti ustanovitve.
- Ženske se pogosto ne odločijo za podjetniško pot zaradi družinskih obveznosti.
- Ženska podjetja se srečujejo s slabo družbeno podporo in finančnimi omejitvami.

Omejitve:

- Osredotočila se bom na žensko podjetništvo v Sloveniji.
- V raziskavi ne bodo zajete vse podjetnice, ampak bom obravnavala vzorec 42 anketiranih podjetnic v Podravski regiji.
- Odziv podjetnic in njihova iskrenost pri izpolnjevanju ankete.

1.5. *Uporabljene metode*

Predmet diplomskega dela bo raziskava položaja ženskih podjetnic, ki se bo na eni strani nanašala na teoretična znanja o ženskem podjetništvu, na drugi strani pa bomo teoretična spoznanja preverili z empirično raziskavo.

V empiričnem delu se bo uporabil analitičen pristop, s pomočjo katerega bomo anketirali podjetnice v Podravski regiji. Pridobljene rezultate bomo analizirali s pomočjo računalniških programov Excel in Word.

2. ZNAČILNOSTI IN RAZVOJ PODJETNIŠTVA

Kdo je podjetnik? Kaj je podjetništvo? Kakšna je podjetniška kariera? Ta vprašanja odsevajo povečano državno in mednarodno zanimanje za podjetnike: kdo so in kako vplivajo na gospodarstvo. Ne glede na ta interes pa še ni kratke, splošno sprejemljive opredelitve pojma. Izraz podjetnik je francoskega izvora in dobesedno pomeni »vmesnik« ali »posrednik«. Podjetnik je posameznik, ki prevzema tveganja in ustanovi nekaj novega (Antončič, 2002, 26).

2.1 Zgodnje obdobje

Eden prvih primerov zgodnje opredelitve podjetnika kot posrednika je Marco Polo, ki je poskušal vzpostaviti trgovske poti z Daljnim vzhodom. Marco Polo je kot posrednik podpisal pogodbo s človekom, ki je imel denar za prodajo svojega blaga. Kapitalist je bil pasivni nosilec tveganja, trgovec avanturist pa je bil aktiven pri trgovanju in je nosil vsa fizična in čustvena tveganja. Ko je trgovec avanturist uspešno prodal blago in se vrnil s potovanja, sta si s kapitalistom delila dobiček: kapitalist je dobil večino (do 75 %), trgovec avanturist pa se je zadovoljil s preostalimi 25 % (Antončič, 2002, 27).

2.2 Srednji vek

V srednjem veku se je pojem podjetnik uporabljal za igralce in za ljudi, ki so vodili velike proizvodne projekte. V velikih proizvodnih projektih podjetnik ni prevzel nobenega tveganja, temveč je le vodil projekte z uporabo sredstev, ki jih je zagotovila državna vlada. Tipičen podjetnik srednjega veka je bil duhovnik – oseba, ki je vodila velika arhitekturna dela, kot so bila gradnja gradov, utrd, javnih zgradb,... (Antončič, 2002, 27).

2.3 Osemnajsto stoletje

Končno so v 18. stoletju začeli razlikovati osebo s kapitalom od osebe, ki potrebuje kapital. Podjetnika so razlikovali od ponudnika kapitala. Eden od razlogov za uveljavitev razlikovanja je bil pojav industrializacije v svetu (Antončič, 2002, 28).

2.4 Devetnajsto in dvajseto stoletje

Konec 19. in v začetku 20. stoletja podjetnikov pogosto niso razlikovali od managerjev in so nanje gledali z ekonomskega vidika. Na kratko povedano, podjetnik organizira in vodi podjetje za doseganje lastnega dobička. Plačuje tekoče stroške za materiale, ki jih potrebuje v poslu, za uporabo zemlje, za storitve, ki jih najame in za kapital, ki ga potrebuje. K poslu prispeva s svojo intuicijo, veščinami in iznajdljivostjo pri načrtovanju, organiziranju in urejanju podjetja. Prav tako upošteva možnost izgube ali dobička, ki bi nastal zaradi nepredvidljivih in nenadzorljivih razmer. Čisti preostanek vseh letnih prejemkov podjetja po plačilu vseh stroškov zadrži.

Sredi 20. stoletja se je razvil pojem podjetnik inovator (posameznik, ki razvija nekaj posebnega). Vloga podjetnika je izboljšati in temeljito spremeniti načine proizvodnje z izkoriščanjem invencij, ali splošneje, še nepreizkušenih tehnoloških možnosti za proizvodnjo novih izdelkov ali starih na nov način, odkriti nov vir za dobavo materiala ali odpreti nov obrat za izdelke (Antončič, 2002, 28).

3. RAZVOJ PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

V Sloveniji se je podjetništvo začelo razvijati leta 1988. Takrat je bilo zakonsko omogočeno ustanavljanje zasebnih podjetij. Prav tako se takrat začne privatizacija obstoječih podjetij. S tem se sprožita dva procesa, ki v devetdesetih letih začneta spreminjati strukturo gospodarstva v strukturo, ki je značilna za tržna gospodarstva. Gre za proces nastajanja malih podjetij in za proces drobljenja velikih podjetij. Ta dva procesa povzročata velik premik zaposlenih iz velikih podjetij v majhna. Veliko ljudi najde poslovne priložnosti izven podjetij, kjer so zaposleni. Tako nastane veliko novih podjetnikov. Močno se poveča fleksibilnost zaposlovanja, vse več ljudi je zaposlenih v majhnih podjetjih, zaposlenost v velikih podjetjih pa drastično upada, veliko je novih samostojnih podjetnikov (Vahčič, 2000a, 51).

V Sloveniji se je podjetništvo v devetdesetih letih močno razvilo. Podjetniška kariera postane privlačna za ljudi iz vseh slojev prebivalstva. Večina ljudi je zaposlenih v majhnih in srednje velikih podjetjih in ta trend se bo še nadaljeval. Kljub temu, da se podjetništvo pospešeno razvija, pa v primerjavi z razvitimi državami, podjetništvo v Sloveniji še zaostaja. Če bo Slovenija želela dohiteti razvite države, bo morala ekonomska politika ukrepati na področjih, kot so npr. regulativa, prostor, znanje, izobraževanje, raziskave in razvoj, financiranje...(Vahčič, 2000a, 49).

V letu 1999 pa pride do situacije, ki vpliva na razvoj podjetništva v Sloveniji. V tem letu Slovenija doseže točko preobrata. Zaposlenost v majhnih podjetjih še naprej narašča, naraščati pa začne tudi zaposlenost v srednjih in velikih podjetjih. To pripelje do upadanja števila registriranih brezposelnih in do povečanja aktivnega prebivalstva. Da je prišlo do preobrata pove tudi podatek, da v letu 1998 dobiček družb prvič preseže izgubo. Podjetja v upadajočih panogah (tekstil, obutev, železarstvo) sicer zmanjšujejo število zaposlenih, vendar se povečuje število podjetij, ki začnejo zaposlovati dodatne ljudi. Tudi v prihodnje lahko pričakujemo, da bodo srednja in velika podjetja še naprej zaposlovala nove ljudi, kar pa pomeni, da bo prišlo do pomanjkanja delovne sile. Registrirani brezposelni namreč nimajo ustreznih kvalifikacij, ki jih ta podjetja potrebujejo. Zato bo prišlo do borbe za kvalificirane kadre, kar bo začelo ovirati rast hitro rastočih podjetij, še posebej tistih, ki so majhna. To pa bo spodbuda podjetjem za prenovo poslovnih procesov in za zniževanje stroškov.

Pomanjkanje kvalificiranih ljudi bo privedlo do povečanja plač visokokvalificiranim kadrom in do uvoza ustrezne delovne sile. Slovenija je na področju podjetništva nekje na sredini. Podjetništvo se je razvilo do povprečne ravni, ki zadošča za 3-4 odstotno rast (Vahčič, 2000a, 56).

Z vstopom Slovenije v EU je vizija slovenskega podjetništva še bolj jasna. Slovenija spada med najuspešnejše tranzicijske države in se po temeljnih kazalcih vse bolj približuje drugim državam EU. Z vstopom v EU se slovenskemu podjetništvu odpirajo nove priložnosti. Vstop Slovenije v EU pomeni priložnost za nadaljnji razvoj podjetništva. Prioritetna naloga vseh podjetij mora postati izobraževanje podjetnikov. Ključ do nadaljnjega razvoja podjetništva v Sloveniji je v usklajenem delovanju vseh sodelujočih v izobraževanju podjetnikov, strokovnjakov in predstavnikov vlade (Plahutnik, 1999, 27).

3.1. Pogoji za razvoj podjetništva

Za razvoj podjetništva so pomembni naslednji pogoji:

- **Ekonomski pogoji podjetništva**

Podjetništvo je povezano s trgom in temeljnimi institucijami tržnega gospodarstva. V sodobnih tržnih gospodarstvih obstaja javna, privatna in združna lastnina.

Pogoji v gospodarstvu morajo biti takšni, da je možna sprememba lastnine podjetja. V tržnem gospodarstvu se med podjetji vzpostavlja konkurenca; tudi podjetja so blago, ki se prodaja in kupuje na trgu. Podjetništvo je odvisno tudi od tržne strukture:

- od nastajanja in razvoja novih podjetij,
- od raznolikosti velikosti podjetij in
- od prostega vstopa in izstopa podjetij iz panoge.

Temelj razvoja podjetništva predstavljajo mala in srednje velika podjetja, ki se dovolj hitro prilagajajo spremembam na trgu, obenem pa imajo možnost razvoja.

- Družbeni pogoji podjetništva

Podjetništvo zahteva dinamično spreminjanje in prilagajanje družbe. Obratno pa tudi spremembe v družbi (procesi privatizacije, privatna lastnina, tržna konkurenca) predstavljajo pogoje za uspešen razvoj podjetništva.

- Politični pogoji podjetništva

Podjetništvo je odvisno od temeljnih političnih in ekonomskih vrednot kot so demokracija, pluralizem in svoboda. Ekonomske in politične vrednote so med seboj povezane, saj je politična svoboda pogoj za ekonomsko svobodo (človek je politično ekonomsko svoboden, če lahko ustanovi in organizira svoje podjetje) (Steblovnik, 2001, 22).

3.2 Razlogi za ustanovitev podjetja

Razlogi za ustanovitev podjetja so lahko različni. Ločimo ustanovitev podjetja zaradi ponujene priložnosti ali zaradi nuje, ker ni bilo drugih boljših možnosti za delo.

- Podjetniki zaradi poslovne priložnosti

Vsi ljudje imajo ideje, a le redki med njimi so sposobni v ideji prepoznati poslovno priložnost, še redkejši so tisti, ki znajo to poslovno priložnost izrabiti tako, da jim prinaša dolgoročno vrednost. Vendar ideja sama še ni poslovna priložnost. Poslovno priložnost bi lahko opredelili kot pozitivni denarni tok, ki ga dosegamo s čim manjšim tveganjem. Poslovna ideja še ni poslovna priložnost. Za poslovno priložnost velja, da mora biti privlačna, trajna in vezana na izdelke ali storitev, ki bo kupcu zagotavljal oziroma zagotavljala vrednost. Temeljno orodje podjetnikov še vedno ostaja poslovni načrt. Pred izdelavo poslovnega načrta je treba presoditi, ali je ideja zares tudi poslovna priložnost in kakšne so možnosti, da jo bosta podjetnik in njegov tim uspela udejanjiti.

- Podjetnik zaradi nuje

O podjetniku zaradi nuje govorimo, kadar se je nekdo lotil vzpostavitve novega podjetja, ker ni imel drugih boljših možnosti za delo. Podjetniki zaradi nuje so predvsem brezposelne osebe. Problem brezposelnosti rešujejo tako, da se samozaposlijo.

V okviru pospeševanja samozaposlovanja pa nastajajo v zadnjih letih še novi programi, ki jih razvijajo predvsem zaradi potreb trga dela. Ti programi so: Razvoj podjetnosti in ustvarjalnosti mladih, Samozaposlovanje na podeželju, Delo na domu ter Spodbujanje poklicnega uveljavljanja žensk (Steblovnik, 2001, 25).

4. POMEN PODJETNIŠTVA

Pomen podjetništva je danes izjemen predvsem zaradi nastajanja novih malih podjetij. Mala podjetja povečujejo konkurenco in s tem učinkovitost gospodarjenja ter silijo velika podjetja k tržnim ter proizvodnim spremembam. Nastajajo številni novi (inovativni) proizvodi, ki spreminjajo način življenja ljudi in vnašajo spremembe v način dela (Steblovnik, 2001, 13).

Podjetništvo je dejavnost, s katero se ukvarjajo podjetni posamezniki ali skupine. V podjetniškem procesu, ki vključuje inoviranje, ustvarjajo novo vrednost (proizvode, storitve). Pomembno je, kako znajo in zmorejo v podjetniškem procesu poiskati in med seboj kombinirati različne produkcijske tvorce. Tako podjetništvo pomeni način njihovega življenja in dejavnost, s katero se preživljajo.

Podjetništvo je sposobnost, znanje in vedenje podjetnih posameznikov ali podjetniških skupin, da v podjetniškem procesu poiščejo in učinkovito kombinirajo produkcijske tvorce in tako ustvarjajo novo vrednost (Steblovnik, 2001, 14).

Podjetništvo je dinamičen proces ustvarjanja bogastva, ki se povečuje. Bogastvo ustvarjajo posamezniki, ki prevzemajo velika tveganja glede lastniškega kapitala, časa in/ali obveznosti glede kariere ali dajo vrednost izdelku oziroma storitvi. Izdelek ali storitev nista nova ali edinstvena, toda podjetnik jima mora na neki način prinesiti vrednost s prejetjem in najdbo potrebnih veščin in virov (Antončič, 2002, 29-30).

Ali je podjetništvo prirojena lastnost ali pa se ga da tudi naučiti in spodbujati, je bila nekdanja stalna razprava med raziskovalci podjetništva. Danes vemo, da se podjetniki lahko v veliki meri tudi ustvarijo, da pa je podjetništvo redek vir, ki ga nima vsak posameznik, pa tudi da so posamezniki v različnih obdobjih svojega življenja različno podjetniško aktivni. Vemo tudi, da jedro podjetništva ni v ustanavljanju podjetij, temveč v iskanju in ustvarjanju poslovnih priložnosti ter v organiziranju virov, da bi se te poslovne priložnosti lahko realizirale (Rebernik, 2006, 39).

4.1 Opredelitev podjetnika

Podjetnik ni poklic in ni trajno stanje, podjetnik je samo nosilec mehanizma sprememb (Steblovnik, 2001, 29).

Za ekonomista je podjetnik oseba, ki združi vire, delovno silo, materiale in druga sredstva tako, da je njihova skupna vrednost večja kot prej, ter oseba, ki vpeljuje spremembe, inovacije in nov red. Psiholog meni, da takšno osebo ponavadi vodijo: potreba doseči ali dobiti nekaj novega, eksperimentirati, izpolniti ali morda zbežati avtoriteti drugih. Za enega poslovneža je lahko podjetnik grožnja, za drugega zaveznik, dobavitelj, stranka ali nekdo, ki ustvarja bogastvo tudi drugim, ki išče boljše poti za izkoriščanje virov.

Za človeka, ki je postavil svoje podjetje, je ta izkušnja polna navdušenja, razočaranj, strahu in trdega dela. Najpomembnejša nagrada je neodvisnost, ki ji sledi osebno zadovoljstvo. Za podjetnike, ki stremijo za dobičkom, so pomembne tudi denarne nagrade. Za nekatere podjetnike je denar merilo njihovega uspeha.

Mnogi, ki si prizadevajo za hitrejši gospodarski razvoj Slovenije, poudarjajo, da se število malih podjetnikov znižuje. Namesto, da bi se pridruževali sodobnim podjetniškim tokovom, pri katerih se število novih podjetnikov nenehno zvišuje, se od tega omikamo. Da bi se krivulja rasti števila novih podjetnikov spet vzpenjala in presegla število propadlih, je treba kaj konkretnega storiti. V okviru lokalnih obrtnih ali območnih gospodarskih zbornic ne bi smelo biti težko ugotoviti imena tistih podjetnikov, ki so prenehali z dejavnostjo v zadnjih dveh letih, jih povabiti na pomenek in ugotoviti, zakaj so morali to storiti. Pripravljena analiza bi zagotovo odkrila glavne vzroke (www.podjetnik.com Podjetnik, oktober 2002, 16.02.2006).

4.2 Tipične lastnosti podjetnikov

Bistveno vprašanje je, kakšni ljudje so podjetniki in katere so tiste lastnosti, ki jih ločijo od ostalih in zaradi katerih so uspešni? Dober podjetnik je tisti, ki napreduje z minimalnimi sredstvi. Avtorji, ki so raziskovali osebnostne lastnosti podjetnikov ugotavljajo, da ne obstaja

nek enotni profil podjetnika. Steblovnik pa na podlagi različnih raziskav zbere tipične lastnosti podjetnikov, ki so naslednje (Steblovnik, 2001, 31):

- želja po obvladovanju konkurence,
- potreba po dosežkih,
- ustvarjalnost,
- želja po prevzemanju osebne odgovornosti za odločitve,
- pripravljenost sprejemati tveganje,
- zanimanje za konkretne rezultate,
- pozitivna naravnost,
- realizem in smisel za humor,
- nagnjenost k razmišljanju o prihodnosti,
- želja biti svoj gospodar.

4.3 Sprememba dosedanjega življenjskega sloga

Odločitev pustiti kariero ali spremeniti življenjski slog ni preprosto. Za spremembo ter uresničitev nečesa novega in drugačnega je potrebno veliko energije. Čeprav posamezniki ustanavljajo podjetja na področjih, ki so jim znana, sta delovni okolji, ki sta še posebno dobri za ustvarjanje novih podjetij, raziskave in razvoj ter trženje. Pri delu v tehnologiji (raziskave in razvoj) posamezniki razvijajo nove ideje za izdelke ali procese ter pogosto pustijo svoje delovno mesto ter ustanovijo podjetje, če delodajalci njihovih novih idej ne sprejmejo. Podobno je v trženju, kjer se zaposleni seznani s trgom in neizpolnjenimi željami ter potrebami strank, zato pogosto zapustijo svoje delovno mesto in ustanovijo novo podjetje, kjer lahko zadovoljijo potrebe strank.

Odločitev ustanoviti podjetje se pojavi, ko posameznik dojame, da je ustanovitev podjetja zaželeno in možna (Antončič, 2002, 31-32).

4.4 Možnost ustanovitve samostojnega podjetja

Čeprav je pred dejanjem potrebna želja, ki izvira iz kulture, subkulture, družine, učiteljev in kolegov posameznika, se drugi dejavnik ustanavljanja podjetja osredotoča na vprašanje, kaj je potrebno za ustanovitev podjetja. Na ustanovitev novega podjetja vpliva več dejavnikov – vlada, izobrazba in izkušnje, trženje, vzorniki in finančne zmožnosti.

Vlada prispeva z zagotavljanjem infrastrukture, ki pomaga novim podjetjem in jih podpira. Nič čudnega, da je v Združenih državah ustanovljenih več podjetij, če upoštevamo ceste, komunikacijske in transportne sisteme, javne službe in gospodarsko stabilnost, kot v drugih državah. Celo davčna stopnja za podjetja in fizične osebe je v Združenih državah nižja kot v državah, kot so Irska, Anglija, Nemčija ali Slovenija.

Podjetnik potrebuje tudi ustrezno izobrazbo in izkušnje. Formalna izobrazba in izkušnje v poslu so stvari, ki jih podjetnik potrebuje za ustanovitev in management novega podjetja.

5. ŽENSKO PODJETNIŠTVO

5.1 Pomen ženskega podjetništva

Žensko podjetništvo se širi po vsem svetu. Njegov pomen raste tako v razvijajočih se kot v 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. Vplivajo tudi na način poslovanja, oblikujejo in postavljajo nova pravila delovnega in poslovnega okolja, finančnih ustanov in kulture (Pahor, 2005, 21).

Omeniti pa je potrebno tudi to, da je kljub naraščajočemu trendu vključevanja žensk v podjetništvo, delež podjetnic v Evropi še vedno nižji od deleža podjetnikov kljub temu, da ženske zajemajo višji delež v populaciji (Read, 1998, 1).

Vpliv žensk na razvoj podjetništva je precejšen, saj svoje znanje in izkušnje prenašajo na potomstvo in s tem širijo ustvarjalnost v družbi ter ustvarjajo pogoje za uspešnejše spodbujanje zaposlenosti oziroma razreševanje problemov brezposelnosti (PCMG 2002, 27).

5.2 Slovenke v podjetništvu

Slovenske ženske so se v podjetništvu aktivno začele vključevati po letu 1990. Glavni razlog za to je bil, da so težko napredovale v politični in menedžerski karieri. Slovenija po deležu podjetnic zaenkrat še zaostaja za razvitimi državami. Slovenske podjetnice v svoji dejavnosti vidijo možnost za lastno emancipacijo in pomemben vir prihodkov. Za podjetništvo se največkrat odločijo zaradi izgube dela ali nezadovoljstva pri delu. Le redke to v naprej načrtujejo.

Za podjetništvo se v Sloveniji odločajo nadpovprečno izobražene ženske. Glede na povprečno izobraženost podjetnikov in podjetnic ugotovimo, da so ženske podjetnice bolj izobražene od moških podjetnikov. Ženske imajo v povprečju 13,3 leta šolanja, moški pa 12,9 let (Glas, Drnovšek, 1999, 6).

Pri odločitvi ženske v podjetništvo je zelo pomembno, da jo podpre tudi družina, saj se z njeno odločitvijo za podjetništvo spremeni način življenja cele ožje družine (mož in otroci). Ženska, ki se odloča za kariero, ne bo uspela, če nima dovolj moči, avtoritete in podpore v družini. Prijatelji pri odločitvi za podjetništvo ne igrajo pomembnejše vloge. Podjetnice se ob vodenju podjetja nikar ne odpovejo odgovornosti do družine, čeprav to pomeni, da jim primanjkuje časa za dodatno izobraževanje. Kar 71 odstotkov slovenskih podjetnic potrdi, da kariera vpliva na osebno in družinsko življenje (Glas, Drnovšek, 1999, 9).

Pomembna lastnost, ki jo podjetnica mora imeti je, da zna podrejenim razdeliti opravila glede na njihove sposobnosti. Od podjetnice same pa je odvisno, v kolikšni meri je tega sposobna tudi doma. Redke so podjetnice, ki jim možje oziroma partnerji pomagajo v taki meri, da se same lahko popolnoma posvetijo delu. Zato se morajo otresti skrbi, da bodo zaradi dela družino prikrajšale za nekaj in se otresti predsodka o ženski, ki je popolna na vseh področjih. In zato je pomembno, da znajo tudi doma urediti gospodinjstvo tako, da vsakdo pomaga po svojih zmožnostih.

Zato Pšeničny v reviji Podjetnik svetuje, naj se ženske podjetnice, ki si želijo vsaj malo razbremeniti življenje, družinskega življenja in vzgoje otrok, prav tako lotijo na podjetniški način (Pšeničny, 2001, 91).

- Organizirajte:

Izdelajte dober družinski urnik in razporedite obveznosti. Če ne morete najti časa za družino, ga vključite v svoj urnik.

- Kadrujte in delegirajte:

Del obveznosti prepustite drugim (npr. prevažanje otrok), nekomu, ki mu zaupate.

- Nagrajujte:

Nagradite otroke za pomoč pri vsakdanjih opravilih in nagradite sebe s tem, da si vzamete čas zase.

6. NAMEN USTANOVITVE LASTNEGA PODJETJA

Želja biti sam svoj gospodar je tisto, kar vodi podjetnike in podjetnice po vsem svetu, da sprejmejo družbena, psihološka in finančna tveganja ter delajo veliko število ur, potrebnih za zagon in razvoj uspešnega novega podjetja. Podjetnice kot svoj drugi motivacijski dejavnik za ustanovitev podjetja navajajo zadovoljstvo z delom, uveljavitev, priložnost in denar medtem, ko podjetniki navajajo za drug motivacijski dejavnik denar (Antončič, 2002, 92-93).

6.1 Želja po neodvisnosti

Želja po neodvisnosti, biti sam svoj gospodar, predstavlja najmočnejši motiv, zaradi katerega se mnoge ženske odločijo za lastno podjetje. Neodvisnost razumemo kot svobodo, ki jo ima podjetnik v svojih podjetjih pri poslovanju in pri izvajanju kontrole. Kljub temu, da je ta lastnost značilna tako za moške kot za ženske, pa ima neodvisnost za ženske še dodaten pomen. Podjetništvo predstavlja za mnoge možnost, da so lahko neodvisne od moških (Read, 1998, 10).

6.2 Želja po izzivih

Mnogo žensk ustanovi podjetje, ker imajo dobro poslovno idejo in so prepričane, da imajo znanje in sposobnosti, da poslovno idejo tudi same realizirajo. Mnogim ženskam predstavljata zadovoljstvo pri delu in uveljavitev močan motivacijski dejavnik.

Veliko žensk se je na delovnih mestih srečalo s steklenimi stropi oziroma nevidnimi ovirami, ki so v obliki predsodkov in stereotipov onemogočali napredovanje na najvišje položaje v organizaciji. Ustanovitev lastnega podjetja pa jim je omogočilo, da so sprejele nove izzive in se preizkusile tudi na najvišjih položajih, tako da so bile same svoje šefice. Čeprav imajo podjetnice zelo inovativne poslovne ideje, s katerimi bi lahko ustvarile nova delovna mesta in prispevale k strukturnim spremembam v družbi, pa imajo ženske pogosto zadržke pri uresničitvi poslovnih idej. Dva glavna razloga naj bi bila v pomanjkanju samozavesti, drugi razlog pa v prevladujoči vlogi ženske v vlogi mame, žene in gospodinje (Pahor, 2005, 19).

6.3 Želja po ustvarjanju denarja

Ženske se redko odločijo za samostojno podjetništvo zgolj z namenom, da bi zaslužile več denarja. Prevladuje predvsem želja po dosegu uspeha, ki pa nakazuje na željo po razvoju in ustvarjanju dobička. Takšno nasprotje pa verjetno leži v dejstvu, da ustvarjanje dobička ni tudi možnost, da ima ženska lahko svoj denar (Read, 1998, 13).

6.4 Želja po ravnotežju med službo in družino

Veliko žensk se odloči za lastno podjetje, ker le tako doseže ravnotežje med delom in družino. Lastno podjetje nudi ženskam fleksibilnost in pogosto edino možnost, da združijo željo ali potrebo po delu z željo po vzgoji otrok in negovanju starejših. Zaradi teh razlogov ima skoraj 50 % žensk podjetje registrirano doma, kjer delo tudi opravljajo. Skrb za otroke in starejše pa je tudi razlog, zakaj ženske prebijejo manj ur v njihovih podjetjih kot moški (Read, 1998, 12).

6.5 Brezposelnost

Vse pogostejše pa ženske ustanavljajo lastna podjetja zaradi »zunanjih dogodkov«, v glavnem zaradi brezposelnosti. Podjetništvo predstavlja nagon za preživetje, ki motivira ženske, da ustanovijo podjetje. Povsod po svetu – slabi ekonomski pogoji, visoka stopnja brezposelnosti in ločitve – silijo ženske, da se odločijo za podjetniške aktivnosti (Jalbert, 2000, 23).

7. PROBLEMI IN OVIRE ZA PODJETNICE

Vse podjetnice se srečujejo s problemi, ki jih imajo s svojim podjetjem, bodisi na samem začetku ali v času delovanja ali v obeh obdobjih.

7.1 *Finančne ovire*

Za mnoge ženske podjetnice je kapital pomembna ovira pri ustanavljanju podjetja. Pridobivanje kapitala je večer problem, s katerim se srečujejo podjetnice, med njimi je celo razširjeno prepričanje, da je ta problem prisoten zaradi spolnih stereotipov (Read, 1998, 23).

S finančnimi ovirami se podjetnice srečujejo zaradi narave in velikosti njihovih podjetij. Ženske so največkrat lastnice majhnih podjetij, ki so trgovsko ali servisno usmerjena in zato ne potrebujejo velikih kreditov. Za finančne institucije in banke pa so administrativni stroški majhnih kreditov previsoki, da bi bilo to za njih dobičkonosno.

Za podjetnice predstavljajo finančne ovire zagotovo največjo oviro za razvoj in rast podjetij.

Vzroki so sledeči (PCMG 2004, 29):

- pomanjkanje zagonskega kapitala,
- pomanjkanje virov financiranja,
- podpora pri ustanavljanju in razvoju podjetij s strani države je premalo učinkovita in nezadostna (pomanjkanje nepovratnih sredstev, pomanjkanje kreditov),
- neustreznost informiranja o obstoječih finančnih pomočeh držav,
- neprijazen davčni sistem (visoki davki, pomanjkanje posebnih davčnih spodbud za mala podjetja, posebej na začetku),
- neugodni krediti (sorazmerno visoke obresti, visoki stroški zavarovanja posojil in zagotavljanja garancij), težaven in dolgotrajen postopek za pridobivanje kreditov,
- neprimeren odnos bank do malih podjetij (naklonjenost večjim podjetnikom, neustrezen pristop bančnega osebja k delu s podjetnicami).

7.2 Pomanjkanje ustrezne izobrazbe in izkušenj

Nekatere raziskave so pokazale, da so ženske podjetnice bolj izobražene kot njihovi moški kolegi. Veliko je tudi takšnih, ki imajo opravljena določena dodatna izobraževanja in kvalifikacije. Ženske se navadno odločijo za študij takšnih smeri, ki ne dajejo bistvenega poudarka na pripravo ljudi za ustanovitev in vodenje podjetja. Večina žensk ima pridobljeno izobrazbo s področja, ki je bolj značilna za ženske kot za moške. Takšno znanje pa je navadno nepraktično, kot na primer znanje s področja umetnosti. Zelo malo pa je takšnih podjetnic, ki so si pridobile profesionalno znanje s področja managementa, podjetništva ali tehnične usmeritve (Read, 1998, 17-18).

Drugi problem, s katerim se srečuje veliko podjetnic je pomanjkanje pomembnih vodstvenih in podjetniških izkušenj. Malo verjetno je namreč, da imajo ženske, ki se odločijo za samostojno podjetniško pot, predhodne izkušnje s področja vodenja podjetja. Velikokrat se srečujemo s problemi, kot so »papirologija«, marketing, pridobivanje financ, upravljanje z dolgovi in obveznostmi, upravljanje z zaposlenimi in to vse zaradi pomanjkanja relevantnih izkušenj (Read, 1998, 18).

7.3 Konflikti med službenimi in družinskimi obveznostmi

Usklajevanje družinskih in poklicnih dejavnosti v vsakdanjem življenju je izjemno pomembno in hkrati tudi najbolj težavno področje z vidika zagotavljanja enakih možnosti žensk in moških. Prav usklajevanje družinskih in poklicnih obveznosti je praviloma razlog za to, da so ženske na trgu delovne sile manj mobilne kot moški.

Za vsakega lastnika malega ali srednjega podjetja vodenje in upravljanje podjetja zahteva ogromno dela in odrekanje prostemu času. Veliko podjetnic se srečuje s konflikti pri njihovih vlogah kot žene, matere in lastnice podjetij. Večina žensk še vedno opravlja vsa gospodinjska dela in vzgaja otroke, ker po določenih normah to velja kot njihova odgovornost in obveznost (Read, 1998, 18).

Podjetnice pa se velikokrat srečujejo z občutkom krivde, ker zaradi poslovnih obveznosti ne morejo izpolnjevati njihove tradicionalne ženske vloge. Podpora s strani družine je bistvenega pomena za podjetniški uspeh, vseeno pa se podjetnice pogosto srečujejo z dvomi in neodobravanjem s strani zakonskega partnerja ali ostalih družinskih članov (Read, 1998, 18,19).

Nadalje Read (1998, 18-19) v svojem delu navaja nekaj trditev, ki so jih navedle podjetnice v številnih raziskavah. Na vprašanje, kakšna je bila reakcija njihovih partnerjev, ko so začele s podjetništvom, so največkrat navedle, da so se strinjali s to odločitvijo, pod pogojem:

- da bodo vedno dosegljive,
- da bo doma še vedno vse urejeno ter
- da bodo imeli vsak dan kuhano večerjo.

Naslednji problem, s katerim se podjetnice srečujejo je, da jim običajno partnerji zelo malo ali nič pomagajo pri opravljanju domačih del in družinskih obveznosti. Pri raziskavi nobena podjetnica ni navedla, da bi njen partner prevzel glavno vlogo pri vodenju in upravljanju gospodinjskih del (Read ,1998, 19,20).

Podjetnice, ki hkrati vodijo podjetje in skrbijo za gospodinjstvo ter vzgojo otrok, se zaradi pomanjkanja časa pogosto odločijo za ustanovitev in vodenje podjetja doma. Kakorkoli, to zna prinesiti številne težave. Kot prvo je težko ločiti posel od domačih obveznosti, drugo pa, da si ne pridobijo kredibilnosti. Veliko ljudi si namreč predstavlja delo voden doma kot »part-time« podjetje za gospodinje, ki se dolgočasijo in nimajo interesa za doseganje visokega profita (Read, 1998, 19-20).

7.4 Diskriminacija in pomanjkanje verodostojnosti

Eden izmed razlogov, da se ženske odločijo za lastno podjetje je, da bi se izognile spolni diskriminaciji, vendar se na žalost s tem problemom srečujejo tudi, ko so zaposlene. Problem pogosto izvira iz dejstva, da si ženske še niso pridobile verodostojnost v svetu podjetništva.

Moški pogosto niso prepričani, da je ženska sposobna uspešno voditi podjetje (Read, 1998, 20).

Mnogo avtorjev navaja, da imajo ženske občutek, da jih v podjetništvu ne obravnavajo enako kot moške podjetnike ter da si v očeh zaposlenih, strank, dobaviteljev in finančnih ustanov ne uspejo pridobiti verodostojnosti.

Nekatere podjetnice se morajo boriti z dvomi in neodobravanjem, druge se srečujejo z odkrito negativnim in sovražnim vodenjem. Kot delodajalke morajo braniti svojo avtoriteto, še zlasti pred njihovimi moškimi zaposlenimi, ki so pogosto nepripravljeni sprejeti navodila s strani ženske ali pa imajo predsodek delati pri ženski delodajalki. Včasih so primorane pooblastiti moškega posrednika, ki opravlja nadzor nad zaposlenimi moškega spola ali pa zaposlujejo zgolj ženske delavke (Read, 1998, 21).

Težave pa imajo tudi pri poslovanju s strankami ter dobavitelji in sicer prepričati jih v njihovo verodostojnost. Mnogo podjetnic je mnenja, da prav spol ovira pri pridobitvi novega posla. Podjetnice tudi verjamejo, da jim spolna diskriminacija onemogoča, da bi prišle med vodilne ponudnike (Read, 1998, 22).

8. ODNOS DO ŽENSK V PODJETNIŠTVU

V Sloveniji ženske v značilno manjši meri kot moški ustanavljajo podjetja. Razlika nekoliko preseneča, saj je za Slovenijo značilno:

- Ženske so v visokem deležu redno zaposlene, čeprav se v zadnjem času v večji meri uveljavljajo tudi oblike zaposlitve za krajši delovni čas, delo na domu in podobno.
- Izobrazba žensk je pri mlajših generacijah enaka ali celo boljša kot formalna izobrazba moških, čeprav je izbira smeri izobraževanja tradicionalna in ne nudi toliko možnosti za podjetniške iniciative.
- V splošnem obstaja primerna zakonodaj proti spolni diskriminaciji, vendar se o tem problemu v slovenski družbi premalo razpravlja.

Zato je delež žensk sorazmerno zelo nizek v političnih organih (državni zbor in vlada) in tudi med vrhnjim managementom velikih podjetij. Ženske, ki so postale managerke v teh podjetjih, so to pogosto uspele v težavnih obdobjih poslovanja, ko so pokazale odlične zmožnosti za reševanje tekočih operativnih težav in motiviranje sodelavcev. Splošna klima do žensk podjetnic nikakor ni negativna, čeprav tudi ni izrazito spodbudna, ker se od žensk le pričakuje večja vloga v družini in gospodinjstvu. Izvedenci so s svojo oceno odnosa do podjetnic uvrstili Slovenijo na 12. mesto (Rebernik, 2003, 34).

8.1 Usklajevanje družine in kariere

V današnjem času - želja biti hkrati uspešna mama in uspešna poslovna ženska, s seboj prinaša velik stres. Normalno je, da si vsaka ženska želi usklajevati delo in družino tako, da ne bo nihče prikrajšan, zato pa potrebuje veliko potrpežljivost, voljo, strpnost , ...

Če hoče ženska opravljati najodgovornejšo funkcijo v službi, ohranjati dom, kot ga pričakuje družina, in če opravlja še druge funkcije, je splošna popolnost nemogoča.

Običajno so zapostavljene družinske obveznosti. Zato je tako združevanje obveznosti mogoče le ob popolni podpori družine.

V trendu hitrega življenja, se morata z otroki ukvarjati oba starša. Za enega je vsega preveč. Če pa je človek povrh še podjetnik in ima tudi sam popolnoma natrpan urnik, je položaj še težji. Takrat človeka spremlja občutek krivde, da se otrokom ne posveča dovolj in jih zanemarja zaradi službenih obveznosti. In obratno, občutek krivde je še bolj prisoten, če podjetnica zanemarja službo. Raziskave pokažejo, da ni nobene razlike med otroci, pri katerih je bila mama doma in tistimi, pri katerih je bila mama ves čas zaposlena. (Ne)zaposlenost matere ne vpliva na uspešnost otrok (Pšeničny, 2001, 90).

8.2 Socialna služba

Izvedenci so pozitivno ocenili razpoložljivost socialnih služb, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s poklicno kariero tudi po tem, ko si osnujejo družino. To je zelo pomembno, ker delitev dela v družini večinoma še ni na ravni prave enakopravnosti spolov in ženske prevzemajo večji del gospodinjskih opravil, moški pa so bolj angažirani v raznih oblikah dela za priložnostne zaslužke. Te socialne službe so predvsem otroški vrtci, drugih oblik je manj (Rebernik, 2003, 34).

8.3 Družbeno sprejemljiva kariera

Zelo pozitivna je ocena, da je v Sloveniji ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za ženske. Ženske se večinoma ne soočajo s predsodki do svoje podjetniške aktivnosti; če jim podjetje omogoča večjo fleksibilnost časa za ukvarjanje z družino, je to celo zaželeno. Ni pravnih ovir, ki bi omejevale ženske pri lastništvu podjetij in njihovega premoženja in tudi družinsko premoženje se običajno deli v enakih deležih (Rebernik, 2003, 34).

Zanimivo je tudi, da se podjetnice mikro podjetij tudi bistveno bolj strinjajo s trditvijo, da je v Sloveniji podjetništvo družbeno sprejemljiva kariera za ženske. Podjetniki se ne zavedajo ovir, s katerimi se podjetnice na svoji podjetniški poti srečujejo. Podjetniki in podjetnice zelo visoko ocenjujejo družbeno sprejemljivost podjetniške kariere za ženske, prav tako pa tudi mnenje o znanju in veščinah žensk, potrebnih za podjetništvo. Visoka stopnja deklarirane

enakosti med spoloma v družbi pa še ne pomeni, da so podjetnice v enakem položaju kot podjetniki tudi glede poslovnih možnosti (Rebernik, 2004, 49,52).

8.4 Spodbude in podpore ženskemu podjetništvu

Raziskave so pokazale, da v družbi dejansko nismo posebej spodbujali in podpirali podjetnic, ženske v začetku devetdesetih let niso imele posebnih podpornih programov, šele kasneje smo začeli usposablјati specializirane svetovalke in mentorice. Podporo so ženske dobile predvsem v okviru družine, v manjši meri med prijatelji, saj večina prijateljskih razmerij še ni potekala vzporedno s poslovnimi vezmi. Vseeno so Slovenke ena od skupin, pri katerih naj bi po slovenski strategiji razvoja podjetništva za razdobje 2001-2006 posebej spodbujali podjetniške iniciative, saj so ženske še bistveno premalo prisotne kot ustanoviteljice in lastnice podjetij. To spodbujanje se še ni pokazalo v posebnih kreditnih linijah ali ugodnejših programih usposablјanja in svetovanja (Rebernik, 2003 ,34).

Glede na to, da raziskave kažejo, da so ženske v veliki meri še neizkoriščen vir podjetništva, se zdi, da bi bilo vzpostavljanje učinkovitih mehanizmov spodbujanja ženskega podjetništva lahko pomemben vir dodatnih podjetniških idej v Sloveniji v prihodnosti (npr. izobraževalne programe in usposablјanje ženske – podjetnice). Gre namreč za naravo posla, s katerim se ukvarjajo ženske v večji meri kot moški – tukaj mislimo predvsem na storitveno dejavnost (Rebernik, 2004, 50).

Potrebno je:

- nameniti več pozornosti izobrazbi žensk in njihovi poklicni usmeritvi, ki ni ugodna za samostojno podjetniško dejavnost,
- razvijati je potrebno vzornice, ki bi delovale tudi kot mentorice manj izkušenim podjetnicam,
- uveljaviti večje število žensk – podjetniških svetovalk ter
- razbremeniti ženske v drugih družbenih vlogah, zlasti kot gospodinje in matere.

Deklarativno pozitiven odnos do žensk v podjetništvu je zato potrebno dopolniti z vrsto ukrepov na navedenih področjih, da bi se lahko ženske dejansko enakopravno vključevale v podjetništvo. Nadaljevati je potrebno s promocijo ženskega podjetništva (Rebernik, 2006, 60).

8.5 Pospeševanje podjetništva žensk v Sloveniji

Pri vključevanju žensk v podjetništvo si moramo zastaviti vprašanje: Kako ustvariti okolje, v katerem ženskam ne bo treba žrtvovati bodisi družine ali kariere?

Pri tem mora sodelovati tudi država in pomagati izboljšati razmere tako za žensko podjetništvo, kot za zaposlovanje žensk nasploh. Državni zbor Republike Slovenije je sprejel nacionalni program razvoja trdega dela in zaposlovanja do leta 2006, s katerim je vlado med drugim zavezal tudi k pospeševanju in razvoju podjetništva žensk. Cilji programa so med drugimi tudi (Stanonik, 2003, 14):

- posebna podpora ženskam pri ustanavljanju lastnih podjetij,
- večja udeležba žensk v program izobraževanja in usposabljanja,
- zmanjševanje zapostavljanja na trgu dela in plačne neenakosti med ženskami in moškimi,
- ukrepi za preprečevanje, odkrivanje in opravljanje vseh oblik diskriminacije pri iskanju zaposlitve in zaposlitve sami,
- ohranjanje zaposlitve in napredovanje ter dostop do pravic in ugodnosti delovnega razmerja.

Kot vidimo, ima glavno besedo pri pospeševanju podjetništva še vedno država, ki mora sprejeti take ukrepe, ki bodo ženske in ostale spodbujali pri odločitvi za podjetništvo. Že obstoječim podjetnikom pa pomagati in jih vzpodbujati, da ostanejo v podjetništvu.

9. RAZLIKE MED ŽENSKO PODJETNICO IN MOŠKIM PODJETNIKOM

Podjetništvo že dolgo ni več le moško področje. Raziskave kažejo, da so podjetja, ki jih ustanovijo in vodijo ženske, vsaj v začetni fazi uspešnejša. V stečaj gre le 11 odstotkov novih podjetnic in kar dvakrat toliko (22 odstotkov) podjetnikov. Vseeno pa je razmerje med moškimi in ženskimi lastniki podjetij še vedno premočno v korist moških. Razlogi za to so različni. Na primer (Potrata, 2002, 46):

- ženske v podjetništvu ne najdejo dovolj družbene in institucionalne podpore,
- ženske se morajo borovati proti različnim predsodkom,
- vzroki za odločitev žensk za podjetništvo so drugačni od moških,
- rast in širjenje podjetja ženske zanimata manj kot moške.

Samozaposlovanje žensk narašča, saj je stopnja ustanavljanja novih podjetij pri ženskah okrog trikrat višja kot pri moških. Mnogo je znanega o značilnostih podjetnikov, njihovih motivacijah, življenjskih zgodovinah, družinah, izobrazbi, poklicnih izkušnjah ter težavah podjetnic in podjetnikov.

Čeprav so značilnosti podjetnikov in podjetnic na splošno precej podobne, se podjetnice vendarle razlikujejo od podjetnikov glede motivacij, poslovnih veščin in poklicnih izkušenj. Različni so tudi dejavniki zagonskega procesa podjetnikov in podjetnic, še posebno na področju podpornih sistemov, virov sredstev in težav (Antončič, 2002, 96,99).

Mnogo žensk v primerjavi z moškimi je vključenih v podjetništvo zaradi pomanjkanja alternativnih možnosti za službo. Razlike v podjetništvu zaradi priložnosti in nujnosti prav tako kažejo globoke vrzeli med spoloma. Med slovenskimi podjetniki prevladujejo ženske le v eni kategoriji in sicer, ko so si podjetniško kariero izbrale zaradi nujnosti, ker niso imele druge boljše alternative za delo.

Moški prevladujejo tako skoraj v vseh kategorijah, tudi med lastniki ustaljenih podjetij in sicer v razmerju 2,2:1 v njihovo korist. V povprečju so le štiri ženske od stotih v starosti od 18 do 64 let lastnice staljenega podjetja, med moškimi pa kar deset (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2006, 24). Nobenega dvoma ni, da se ženske v podjetništvu zaradi nujnosti v povprečju pogosteje vključujejo kot moški.

Podjetnice so previdnejše. Ženskam družina pomeni veliko več kot moškim, ugotavljata v svoji raziskavi dr. Miroslav Glas in dr. Mateja Drnovšek. Raziskava je vključevala 108 podjetij, med katerimi so jih 57 vodili moški in 52 ženske. Izsledki te raziskave kažejo, da so ženske v podjetništvu previdnejše od moških. Njihova podjetja so povprečno zaposlovala manj delavcev in ustvarjala nižje prihodke (www.podjetnik.si, Podjetnik, 2004).

Podjetnice imajo po navadi razvite še določene lastnosti (Pahor 2005,20):

- so racionalnejše in bolj pretehtajo tveganje,
- pozneje začnejo razmišljati o podjetništvu kot moški,
- so zelo odgovorne, stvari delajo premišljeno, nimajo potrebe po razkazovanju,
- podpora jim veliko pomeni ter
- zadovoljstvo najdejo že v tem, da jim stvar deluje.

TABELA 1: PRIMERJAVA MED PODJETNIKI IN PODJETNICAMI

Značilnost	PODJETNIKI	PODJETNICE
Motivacija	Dosežki – težnja, da se stvari zgodijo Osebna neodvisnost – samopodoba povezana s statusom v korporaciji, je nepomembna. Zadovoljstvo z delom, ki izhaja iz želje po nadzoru.	Dosežki – doseganje cilja. Neodvisnost – narediti sama.
Izhodiščna točka	Nezadovoljstvo z dosedanjim zaposlitvijo. Vzporednica šoli, dosedanjemu delu ali nadgradnja dosedanjega dela. Konec vojaškega roka ali izguba službe. Priložnost za nakup.	Zafrustriranost z delom. Zanimanje in prepoznanje priložnosti na znanem področju. Sprememba osebnih okoliščin.
Viri sredstev	Osebna sredstva in prihranki. Bančno financiranje. Vlagatelji. Posojila prijateljev in družine.	Osebna sredstva in prihranki. Osebna posojila.
Predhodna zaposlitev	Izkušnje pri podobnem delu. Priznan specialist ali nekdo, ki je imel velike dosežke na tem področju. Znanja iz raznovrstnih poslovnih funkcij.	Izkušnje na poslovnem področju. Izkušnje na ravni srednjega managementa ali na administrativni ravni na tem področju. Izkušnja na storitvenih področjih.
Osebnostne značilnosti	Trdnega mnenja in prepričljiv. Ciljna usmerjenost. Inovativen in idealističen. Visoka raven samozaupanja. Entuziazem in energija. Mora biti svoj gospodar.	Fleksibilna in tolerantna. Ciljna usmerjenost. Ustvarjalna in realistična. Srednja raven samozaupanja. Entuziazem in energija. Zmožnost soočanja z družbenim in poslovnim okoljem.
Zgodovina	Starost ob ustanovitvi: 25-35. Oče je bil samozaposlen. Visoka šola – poslovna ali tehnična usmeritev.	Starost ob ustanovitvi 35-45 Visoka šola – usmeritev v družbene vede. Prvorojenka.
Podporne skupine	Prijatelji, strokovni znanci (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 javnostmi.

Vir: Antončič, Hisrich, Petrin, Vahčič, 2002, 97.

Enakost med spoloma mora biti jedro učinkovite demokratične družbe. Doseganje enakosti izboljša življenjski standard v državi, saj diskriminacija povzroča dejanske ekonomske stroške. Vizijo enakosti bi zato morali spoznati kot izredno pomembno za ustvarjanje družbe (http://epfip.uni-mb.si/publica/rreport/Obs2003_slo.pdf, 01.10.2007).

9.1 Osebnostne značilnosti

Osebnostne značilnosti podjetnic in podjetnikov so v glavnem podobne. Oboji so pogosto energični, ciljno usmerjeni in neodvisni. Toda moški so bolj zaupljivi ter manj fleksibilni in tolerantni kot ženske, kar je razlog za različne stile vodenja.

9.2 Motiv

Ženske pogosto motivira potreba po uveljavitvi, ki izhaja iz razočaranj nad službo in prepovedi ustvarjanja ter osebne rasti na prejšnjem delovnem mestu. Zelo pogost motiv pri moških, ki pa ni tako močno prisoten pri ženskah, je težnja po nadzoru nad lastno usodo in po samostojnem razvoju poslov. Neodvisnost (hotenje po delu na svojem) in dosežki (želja po uporabi svojih zmožnosti) so skupni motivi tako za podjetnike kot za podjetnice, medtem, ko so drugi pomembni motivi za obe skupini – služenje denarja, gradnja kariere in zagotavljanje varnosti.

9.3 Viri sredstev

Pri ustanovitvi podjetja moški poleg lastnih sredstev pogosto kot vir zagonskega kapitala uporabljajo vlagatelje, bančna ali osebna posojila, ženske pa se ponavadi zaneajo izključno na lastna sredstva ali prihranke. Zato je pridobivanje finančnih sredstev in kreditnih linij za mnoge podjetnice precejšnja težava.

9.4 Podporne skupine

Podjetniki in podjetnice se razlikujejo tudi po podpornih skupinah. Podjetniki pravijo, da jim najpomembnejšo podporo dajejo zunanji svetovalci (pravniki, računovodje), takoj za njimi so soproge.

Ženske na prvo mesto postavljajo može, na drugem mestu so prijatelji in na tretjem poslovni partnerji.

10. ZNAČILNOSTI SLOVENSКИH PODJETNIC

Včasih so rekli, da za uspešnim moškim stoji ženska – danes takšne ženske zavzemajo vodilne položaje v podjetjih in v politiki. Raziskovalci že vrsto let proučujejo, v čem se managerski slog žensk raziskuje od moškega, katere kompetence vplivajo nanj in ali so zato podjetja, ki jih vodijo, bolj uspešna. Analitiki menijo, da so ženske zelo odgovorne in načelne, imajo drugačna etična pričakovanja kot moški in so redkeje pripravljene sodelovati v t.i. skupinskih odločitvah, kjer se večina članov podredi vodilnemu, hkrati dobro obvladajo konflikte in dosledno izvajajo spremembe (Rejc, 2004, 17).

Za Slovenijo je izjemnega pomena tudi bolj enakopravno vključevanje žensk v podjetništvo. Na tem področju je namreč Slovenija v letu 2006 dosegla neslaven rekord in se uvrstila na 3. mesto po moški prevladi (Rebernik, 2006, 116).

Čeravno se po izsledkih več raziskav podjetnice v Sloveniji večinoma ne soočajo s predsodki do svoje podjetniške kariere ter za žensko podjetništvo ni pravih ovir, pa se ženske dejansko bistveno manj kot moški vključujejo v podjetništvo. Pri ženskah je največ zgodnje podjetniške aktivnosti v starostnem obdobju med 35 in 44 letom. Očitno torej ženske vstopajo v podjetništvo bolj zrele. Sklepamo, da vzroki za nižje vključevanje žensk v podjetništvo niso osebne, ampak infrastrukturne narave: prezaposlenost in odsotnost podpore v družini, pomanjkanje ustreznih služb za kakovostno (zlasti popoldansko) varstvo otrok, odsotnost podpornih mehanizmov, ki bi upoštevali specifične potrebe podjetnic (Rebernik, 2006, 11-12).

Posameznice se odločajo za podjetništvo iz različnih razlogov. Najbolj osnovno razlikovanje je med tistimi, ki se na podjetniško pot podajo zato, ker želijo izkoristiti dobro poslovno priložnost, in onimi, ki to storijo zaradi nujnosti, zato ker nimajo druge boljše alternative za delo in zaslužek (Rebernik, 2006, 51).

10.1 Kako lahko ženske same vplivajo, da izboljšajo svoj položaj

Predvsem je pomembno, da se ženske zavedajo, da vsega ne morejo opraviti same in da so prav same tiste, ki lahko vplivajo na to, da so manj obremenjene. Pomembno je, da znajo načrtovati in razporediti gospodinjska opravila med družinske člane. Prav vsak lahko pomaga po svojih zmožnosti. Če jim finančno stanje dopušča, lahko za opravila, ki vzamejo največ časa, najamejo gospodinjsko pomočnico. Zavedajo naj se, da ni potrebno, da vse opravijo same, predvsem pa ne smejo pozabiti nase. Tudi zase si morajo vzeti čas in se ukvarjati s stvarmi, ki jih zanimajo.

Pomembno je, da se ženske zavedajo, da morajo s spremembami začeti pri sebi. Mnoge ženske o sebi ne razmišljajo samozavestno in še vedno mislijo, da ženska, ki se odloči za kariero, zapostavlja družino. Za ženske, ki jim uspe imeti kariero in družino, ljudje menijo, da je to le zunanji videz, v resnici pa gre za veliko žrtev in tudi družina je žrtev materine kariere. Dejstvo pa je, da imajo v Sloveniji ženske vendarle možnost izbire. Lahko združujejo kariero in družino (Pahor, 2005, 20).

11. ANALIZA REZULTATOV O POLOŽAJU PODJETNIC

V anketi sem želela ugotoviti, kaj je vodilo podjetnic k ustanovitvi podjetja in kakšne so dejanske ovire in podpore, ki so jih bile deležne, ter kakšno je stanje podjetnic. Anketiranih je bilo 42 podjetnic (priloga 1, Anketa o položaju podjetnic v Sloveniji).

11.1 Vprašalnik

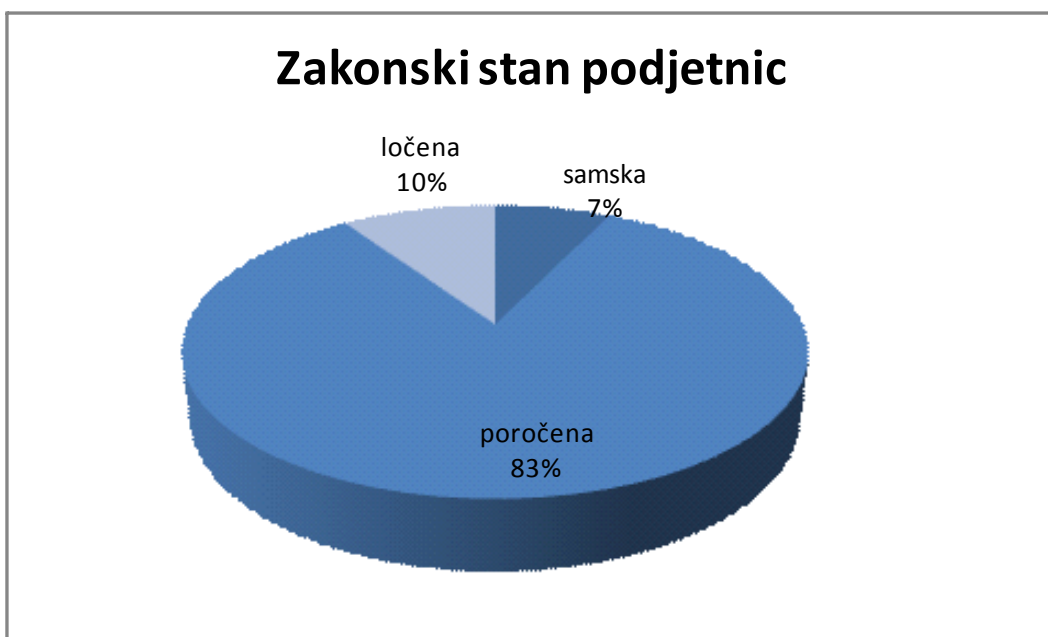
Vprašalnik je vseboval 11 vprašanj, ki pokrivajo naslednja področja raziskave:

- izobrazba, dejavnost podjetja,
- razlogi, motivi ustanovitve podjetja,
- problemi in podpore,
- položaj ženske kot podjetnice.

Ciljna skupina ankete so bile podjetnice v Podravski regiji. Odposlanih je bilo 90 anket. Skupaj je bilo vrnjenih 42 anket.

11.2. Zakonski stan podjetnic

	št.odgovorov	delež v %
samska	3	7,14
poročena	35	83,33
ločena	4	9,52
Skupaj	42	100,00

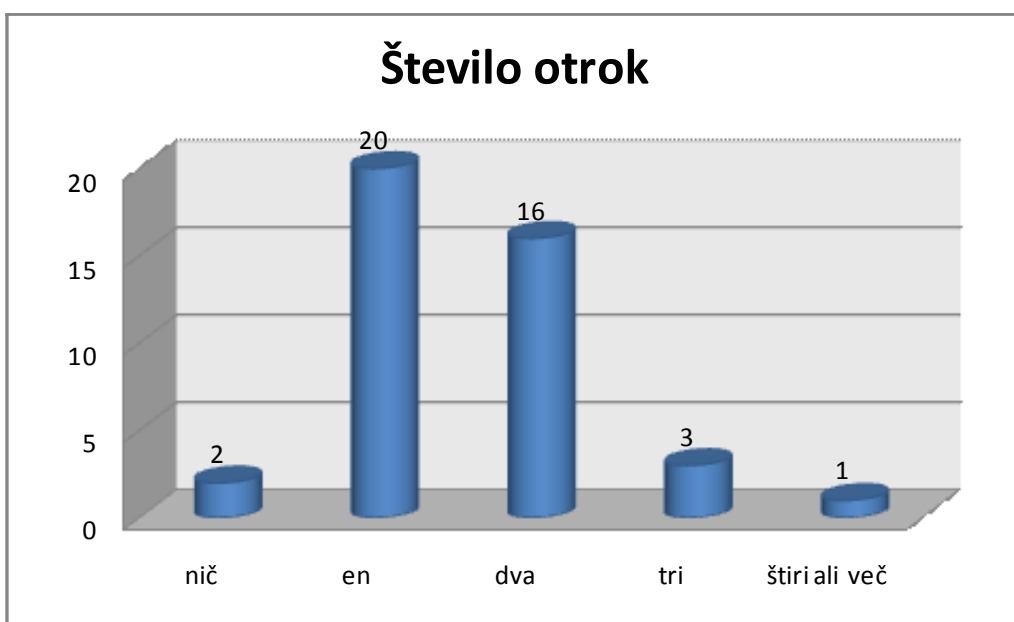


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Po anketnem vprašalniku je 83% podjetnic poročenih, 10% podjetnic je ločenih in 7% podjetnic je samskih.

11.3. Število otrok anketiranih podjetnic

	št.odgovorov	delež v %
nič	2	4,76
en	20	47,62
dva	16	38,10
tri	3	7,14
štiri ali več	1	2,38
skupaj	42	100,00



Vir: Podatki iz ankete, 2007

Največ anketiranih podjetnic (48%) ima enega otroka, 38% podjetnic ima dva otroka, 7% podjetnic ima tri otroke, 5% podjetnic še nima otrok in 2% podjetnic ima štiri ali več otrok.

Iz teh podatkov lahko sklepamo, da se ženske, ki se odločijo za podjetništvo, ne odpovedo vlogi matere in žene in poleg vodenja podjetja opravljajo tipične ženske obveznosti, kot sta skrb za gospodinjstvo in vzgojo otrok.

11.4. Pridobljena stopnja izobrazbe

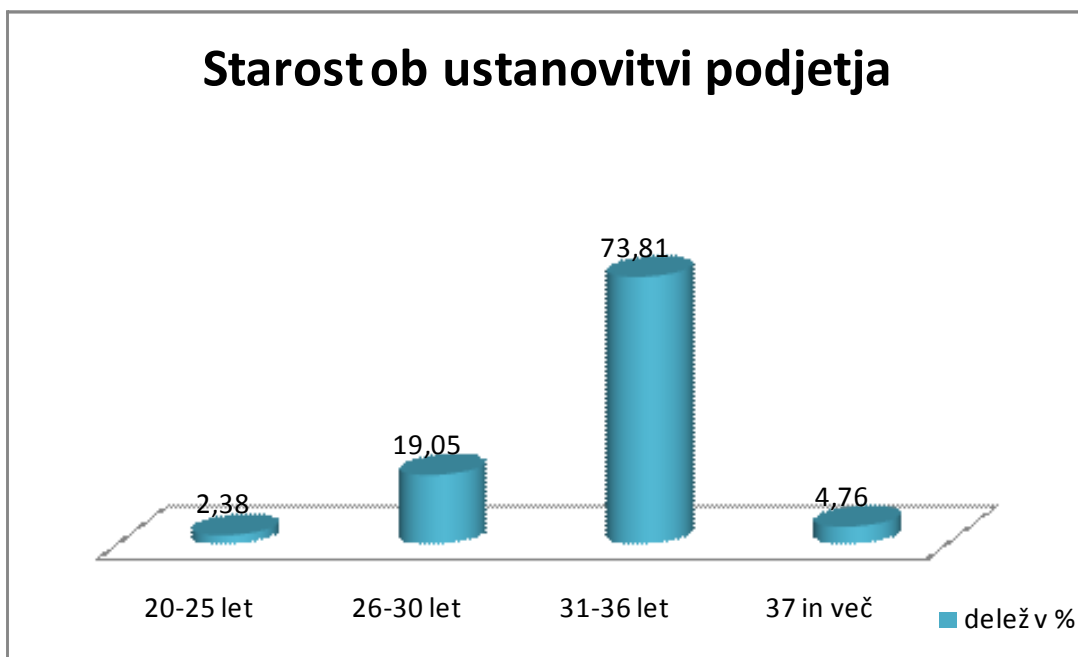
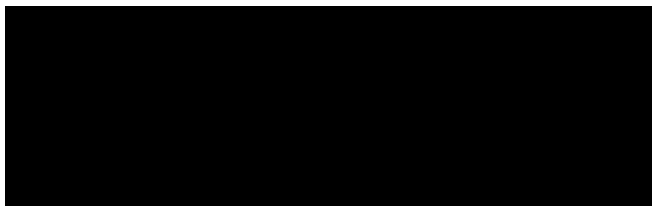
	št.odgovorov	delež v %
poklicna šola	2	4,76
srednja šola	29	69,05
višja šola	8	19,05
visoka šola	3	7,14
skupaj	42	100,00



Vir: Podatki iz ankete, 2007

Glede na pridobljeno stopnjo izobrazbe ima po opravljenem anketnem vprašalniku največ podjetnic (69%) končano srednjo šolo, z 19% sledi opravljena višja šola, visoko šolo ima opravljenih 7% podjetnic, 5% podjetnic pa ima opravljeno poklicno šolo.

11.5. Starost ob ustanovitvi podjetja

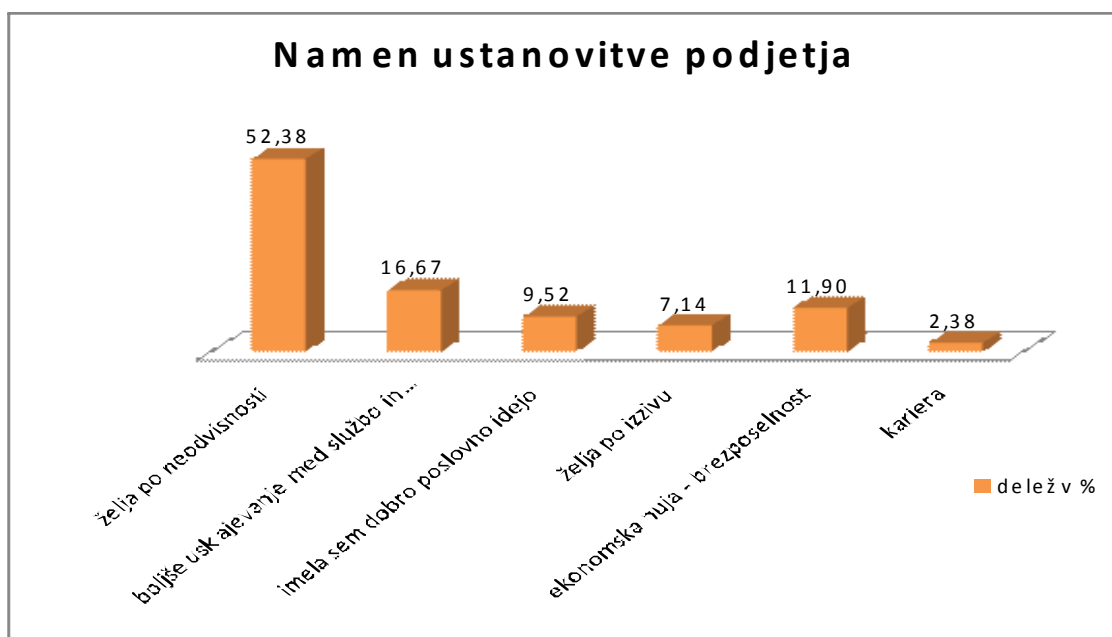


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Ob ustanovitvi podjetja je največ podjetnic starih med 31 in 36 let (74%), sledi starost med 26 in 30 let (19%) , nato 37 in več let (5%) ter starost med 20 in 25 let (2%).

11.6. Namen ustanovitve podjetja

	št.odgovorov	delež v %
želja po neodvisnosti	22	52,38
boljše usklajevanje med službo in družino	7	16,67
imela sem dobro poslovno idejo	4	9,52
želja po izzivu	3	7,14
ekonomska nuja - brezposelnost	5	11,90
kariera	1	2,38
skupaj	42	100,00

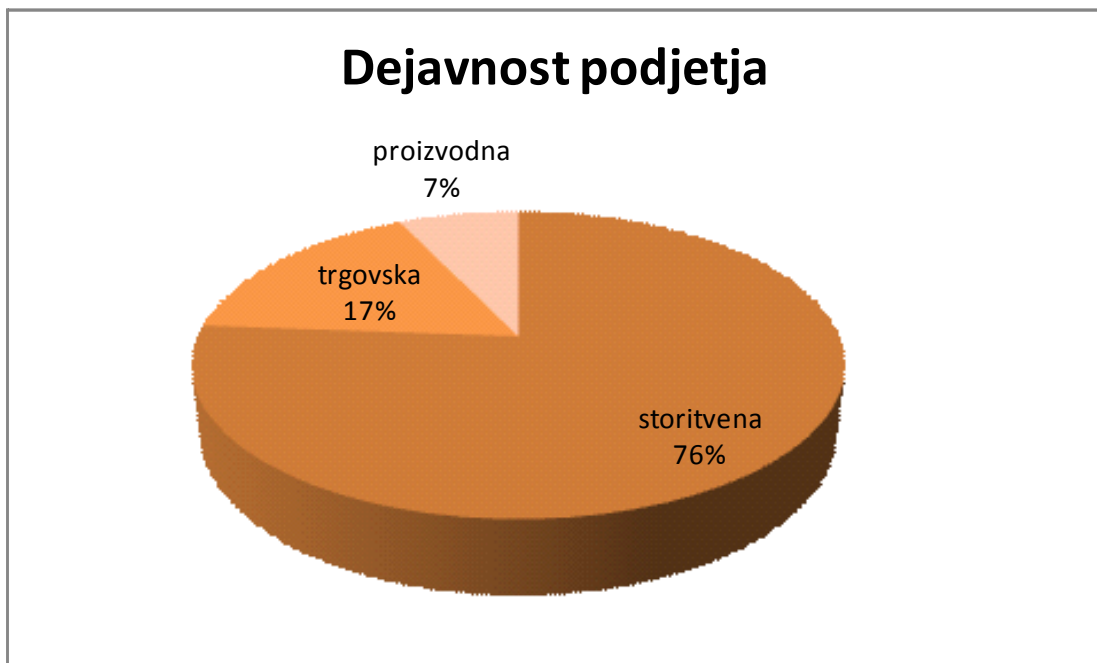


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Iz podatkov lahko ugotovimo, da ženske kot najpogostejši razlog za ustanovitev podjetja navajajo željo po neodvisnosti. Več kot polovica anketiranih podjetnic so s tem namenom ustanovile svoje lastno podjetje. Kot drugi motiv navajajo boljše usklajevanje med službo in družino in sicer v 16 %. Namen ustanovitve zaradi ekonomske nuje je na tretjem mestu in predstavlja 12 %. Zanimivo pa je, da podjetnice postavljajo kariero na zadnje mesto.

11.7. Dejavnost podjetja

	št.odgovorov	delež v %
storitvena	32	76,19
trgovska	7	16,67
proizvodna	3	7,14
skupaj	42	100,00



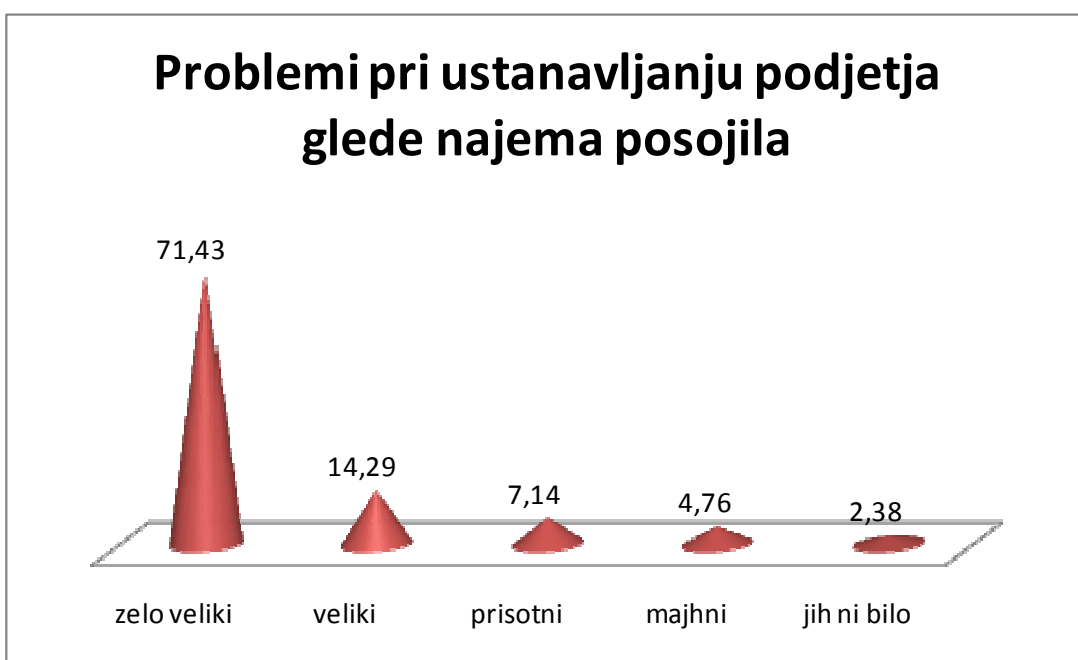
Vir: Podatki iz ankete, 2007

Iz slike je razvidno, da med anketiranimi podjetnicami prevladuje storitvena dejavnost in sicer kar pri 76 % podjetnicah, kot so računovodstvo, knjigovodstvo, frizerstvo, gostinstvo, medtem ko jih ima 7 % proizvodno in 17 % trgovsko dejavnost.

11.8. Problemi pri ustanavljanju podjetja

- **Najem posojila**

	št.odgovorov	delež v %
zelo veliki	30	71,43
veliki	6	14,29
prisotni	3	7,14
majhni	2	4,76
jih ni bilo	1	2,38
skupaj	42	100,00

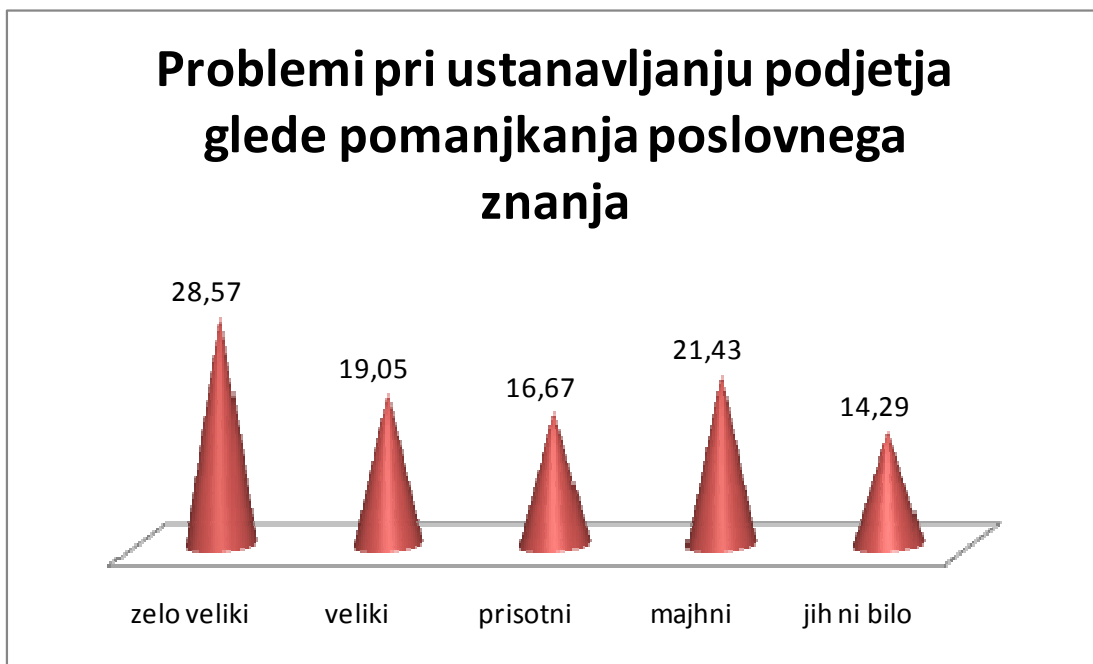


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Iz slike lahko vidimo, da 71 % podjetnicam povzroča zelo velik problem najem posojila pri ustanavljanju podjetja in le 2 % podjetnic jih meni, da problemov glede najema posojila ni bilo.

- **Pomanjkanje poslovnega znanja**

	št.odgovorov	delež v %
zelo veliki	12	28,57
veliki	8	19,05
prisotni	7	16,67
majhni	9	21,43
jih ni bilo	6	14,29
skupaj	42	100,00

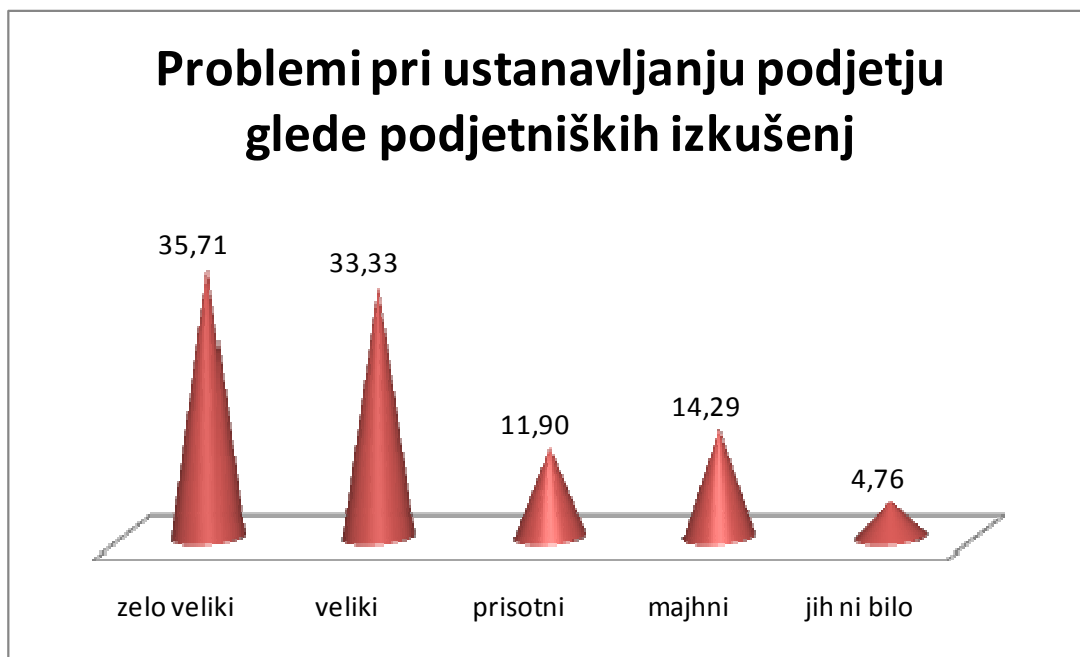


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Ženske podjetnice menijo, da so problemi pri ustanavljanju podjetja z vidika pomanjkanja poslovnega znanja zelo veliki (29%), 21% podjetnic pa meni, da so ti problemi majhni.

- **Pomanjkanje podjetniških izkušenj**

	št.odgovorov	delež v %
zelo veliki	15	35,71
veliki	14	33,33
prisotni	5	11,90
majhni	6	14,29
jih ni bilo	2	4,76
skupaj	42	100,00

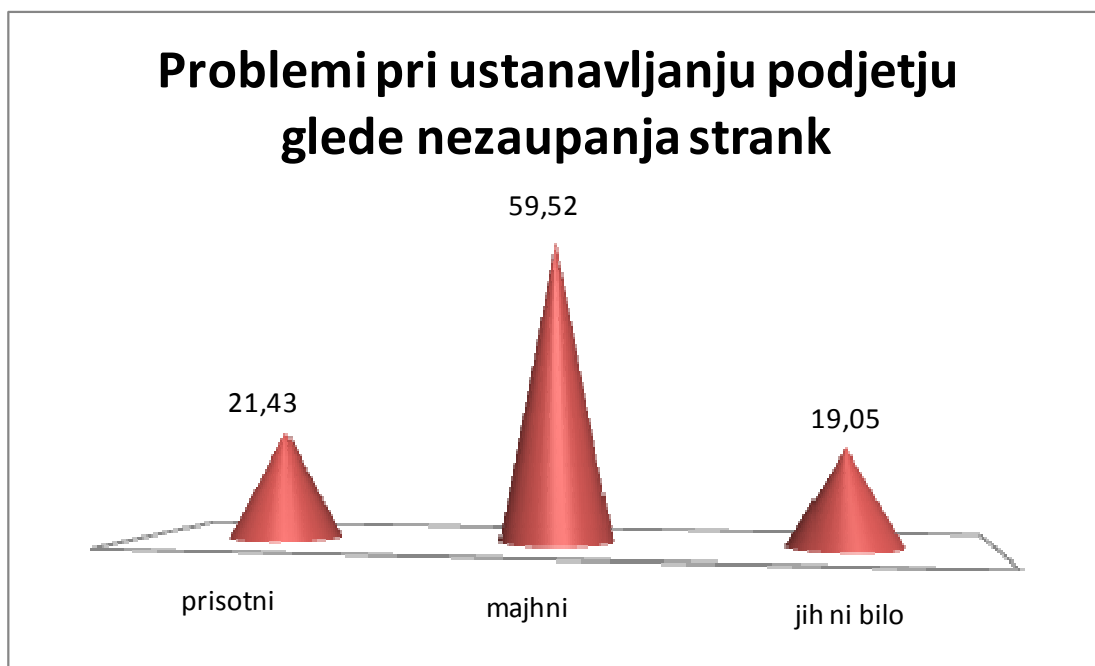


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Problemi pri ustanavljanju podjetja glede podjetniških izkušenj so zelo veliki v 35 %, sledijo veliki v 33 %, majhni v 14 %, prisotni v 11 % in v 4 % problemov ni bilo.

- **Nezaupanje strank**

	št.odgovorov	delež v %
prisotni	9	21,43
majhni	25	59,52
jih ni bilo	8	19,05
skupaj	42	100,00



Vir: Podatki iz ankete, 2007

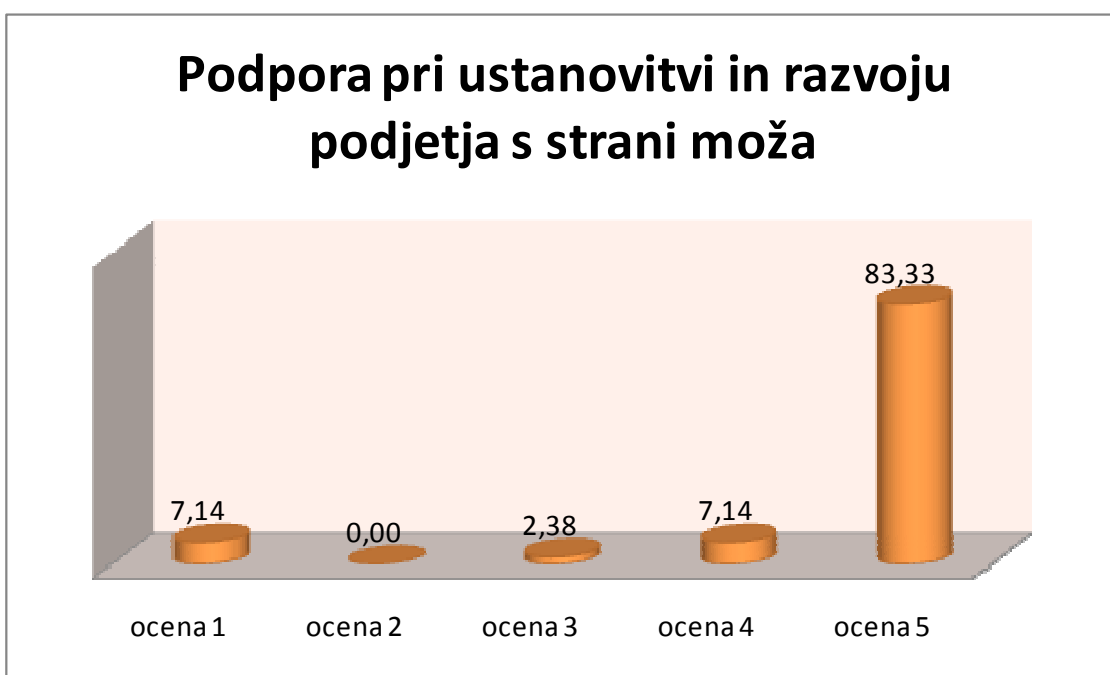
Problemi pri ustanavljanju podjetja glede nezaupanja strank so bili v 60 % majhni, v 21 % so bili prisotni in v 19 % jih ni bilo.

Iz rezultatov v tem sklopu ugotavljamo, da so imele podjetnice pri ustanavljanju podjetja največji problem z najemom posojila.

11.9. Podpora ob ustanovitvi in razvoju podjetja

- **Mož**

	št.odgovorov	delež v %
ocena 1	3	7,14
ocena 2	0	0,00
ocena 3	1	2,38
ocena 4	3	7,14
ocena 5	35	83,33
skupaj	42	100,00

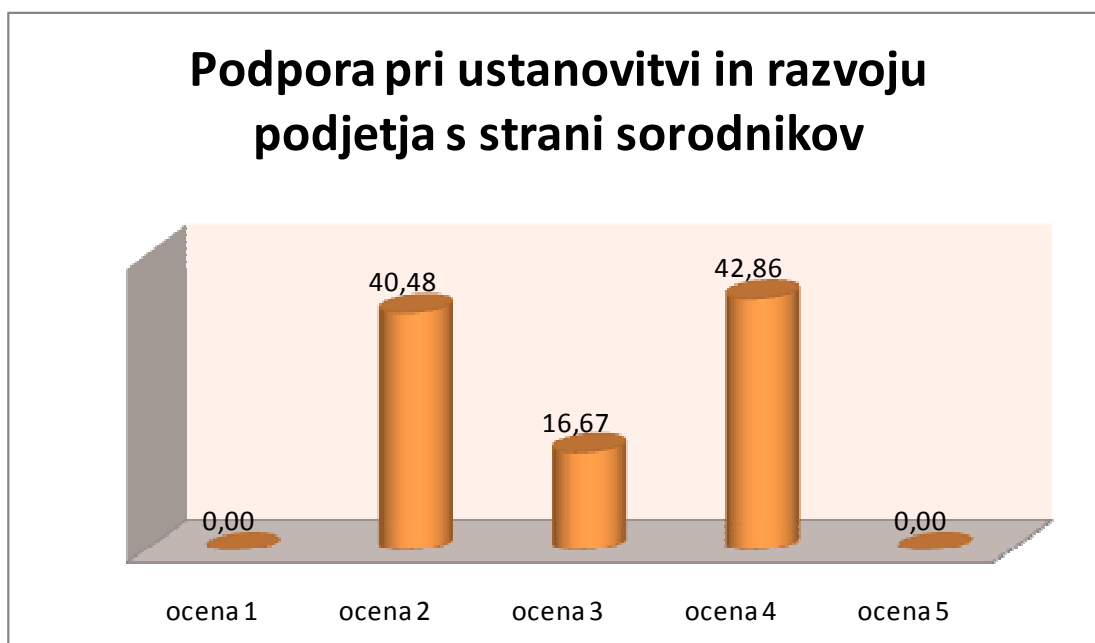


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Zakonski partner oziroma mož je tisti, ki podjetnice najbolj podpira pri ustanovitvi in razvoju podjetja. Podjetnice so podporo svojih mož ocenile z najvišjo oceno v 83 %.

- **Sorodniki**

	št.odgovorov	delež v %
ocena 1	0	0,00
ocena 2	17	40,48
ocena 3	7	16,67
ocena 4	18	42,86
ocena 5	0	0,00
skupaj	42	100,00

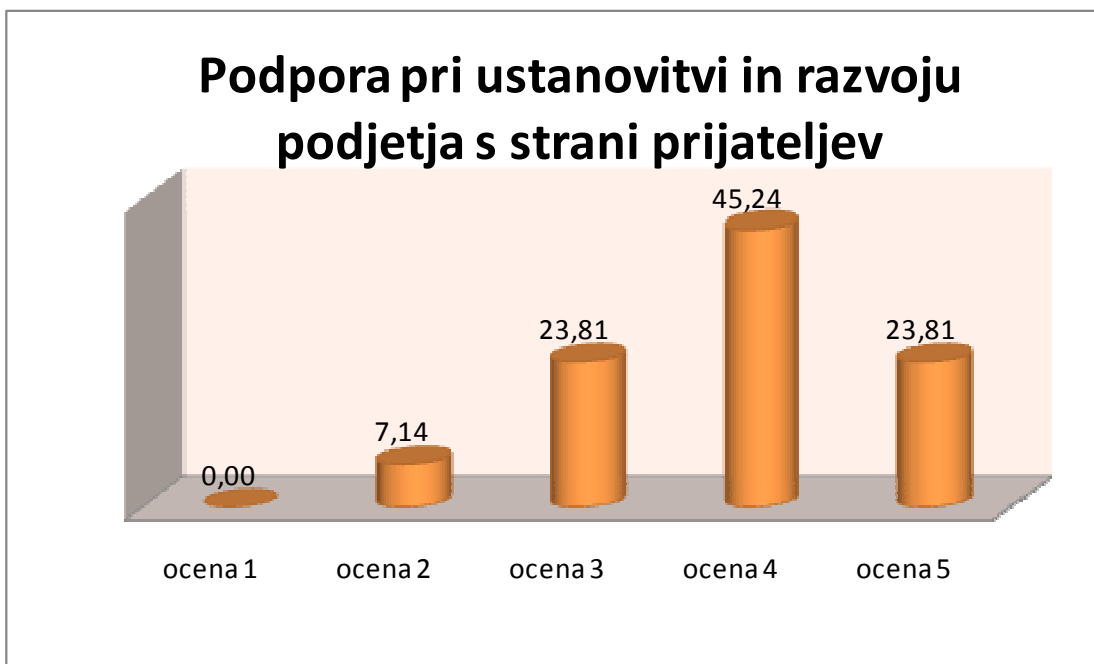


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Iz podatkov iz slike ugotavljamo, da so imele podjetnice dobro podporo pri ustanovitvi in razvoju podjetja tudi s strani sorodnikov, saj je 43 % podjetnic ocenilo z oceno štiri. Takšen rezultat lahko pripišemo dejstvu, da so starši tudi pogosto v podjetniških vodah.

- **Prijatelji**

	št.odgovorov	delež v %
ocena 1	0	0,00
ocena 2	3	7,14
ocena 3	10	23,81
ocena 4	19	45,24
ocena 5	10	23,81
skupaj	42	100,00

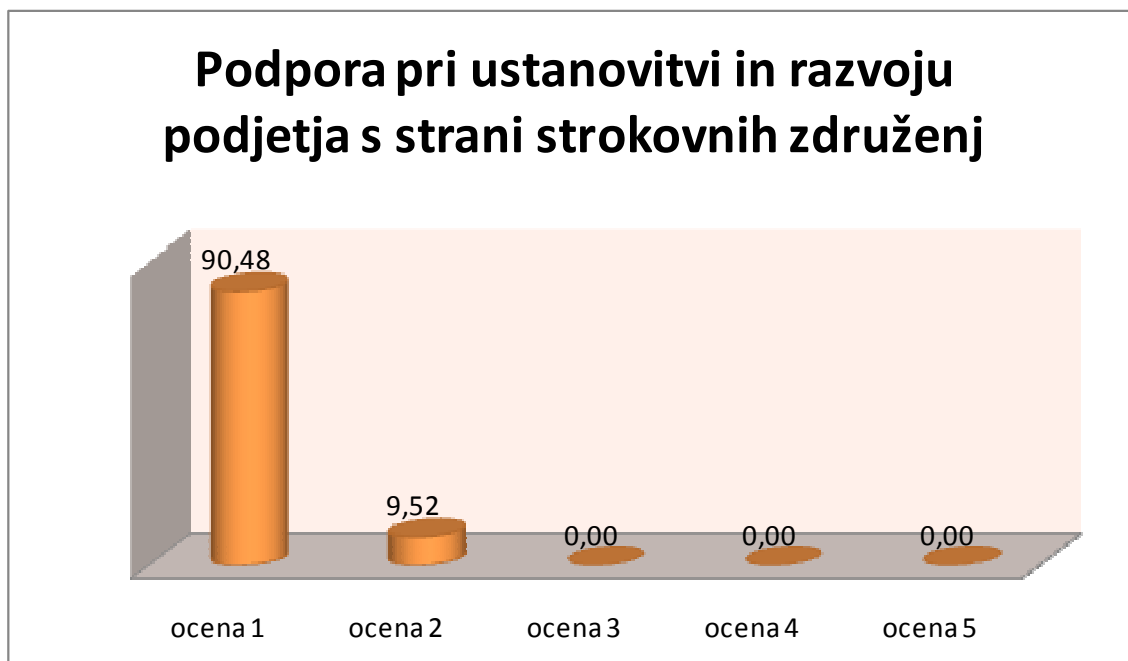


Vir: Podatki iz ankete, 2007

Tudi prijatelji predstavljajo podjetnicam veliko podporo pri ustanovitvi in razvoju podjetja, saj jih je 45 % ocenilo z oceno štiri.

- **Strokovna združenja**

	št.odgovorov	delež v %
ocena 1	38	90,48
ocena 2	4	9,52
ocena 3	0	0,00
ocena 4	0	0,00
ocena 5	0	0,00
skupaj	42	100,00



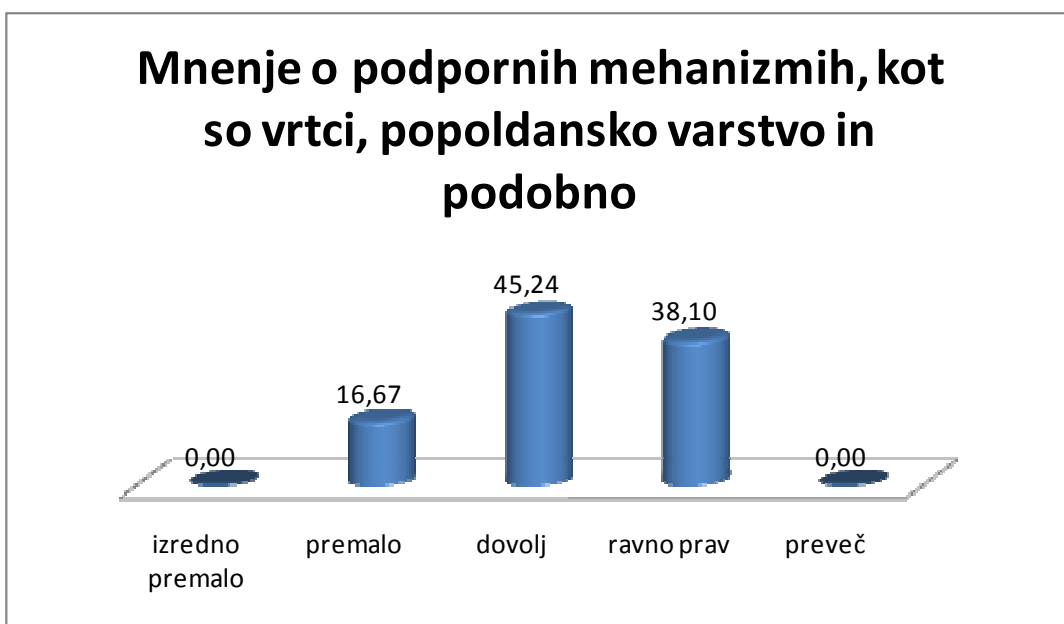
Vir: Podatki iz ankete, 2007

Iz podatkov lahko razberemo, da ima večina podjetnic (kar 90 %) najmanj podpore pri ustanovitvi in razvoju podjetja s strani strokovnih združenj.

Iz rezultatov v tem sklopu ugotavljamo, da imajo največjo podporo pri ustanovitvi in razvoju podjetja s strani moža.

11.10. Mnenje o podpornih mehanizmih, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno

	št.odgovorov	delež v %
izredno premalo	0	0,00
premalo	7	16,67
dovolj	19	45,24
ravno prav	16	38,10
preveč	0	0,00
skupaj	42	100,00



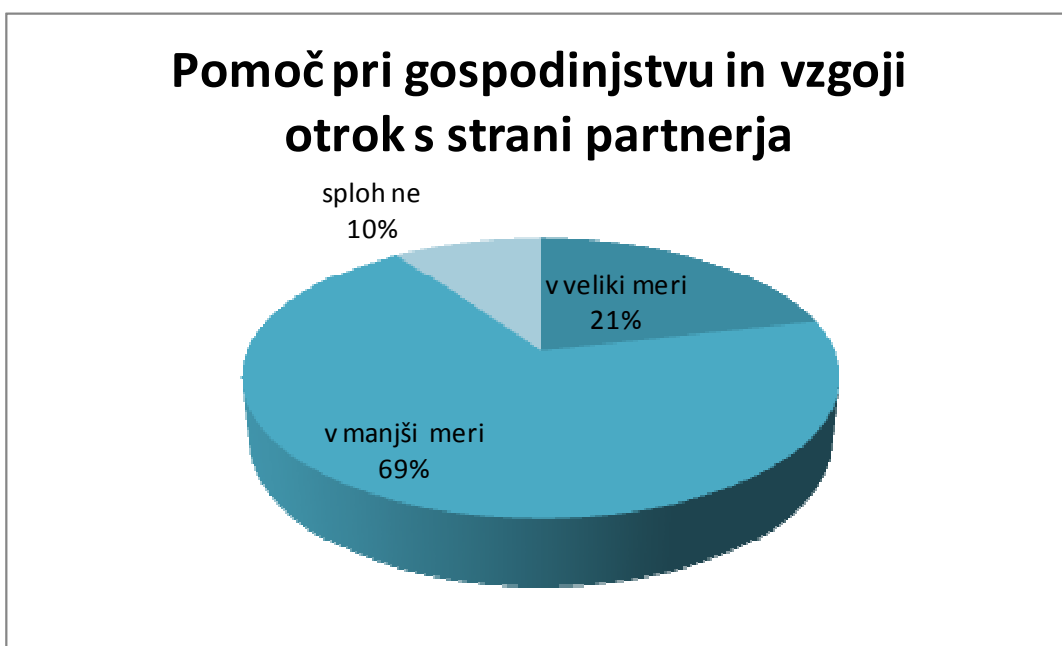
Vir: Podatki iz ankete, 2007

45 % podjetnic je mnenja, da je v Sloveniji dovolj podpornih mehanizmov, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno. Na srečo je tudi prisotnost dedkov in babic, ki pokrivajo pomanjkanje socialnih storitev v obliki popoldanskih varstev.

11.11. Pomoč pri gospodinjstvu in vzgoji otrok

- **Partner**

	št.odgovorov	delež v %
v veliki meri	9	21,43
v manjši meri	29	69,05
sploh ne	4	9,52
skupaj	42	100,00



Vir: Podatki iz ankete, 2007

Delitev dela v družini večinoma še ni enakopravna, zato ženske še vedno prevzemajo večji delež gospodinjskih in družinskih obveznosti. Pomoč partnerja je zato v 69 % v manjši meri, 21 % v veliki meri in 10 % podjetnic pomoči pri gospodinjstvu in vzgoji otrok s strani partnerja sploh nimajo.

- **Starši**

	št.odgovorov	delež v %
v veliki meri	25	59,52
v manjši meri	17	40,48
sploh ne	0	0,00
skupaj	42	100,00



Vir: Podatki iz ankete, 2007

Velik delež podjetnic (60%) dobi pomoč pri gospodinjstvu in vzgoji otrok s strani staršev.

- **Sorodniki**

	št.odgovorov	delež v %
v veliki meri	0	0,00
v manjši meri	11	26,19
sploh ne	31	73,81
skupaj	42	100,00



Vir: Podatki iz ankete, 2007

Zelo malo je takšnih podjetnic (26 %), katerim v manjši meri pri gospodinjstvih opravilih in vzgoji otrok pomagajo ostali sorodniki. 74 % podjetnic pa nima s strani sorodnikov nobene pomoči pri gospodinjstvu in vzgoji otrok.

- **Plačana pomoč**

	št.odgovorov	delež v %
v veliki meri	0	0,00
v manjši meri	8	19,05
sploh ne	34	80,95
skupaj	42	100,00



Vir. Podatki iz ankete, 2007

Podjetnice se v 81 % ne poslužujejo plačane pomoči pri gospodinjstvu in vzgoji otrok in le 19 % podjetnic takšno pomoč uporablja v manjši meri.

11.12. Svetovanje izkušenj kot podjetnica drugim ženskam

Podjetnice navajajo, da so najpomembnejše lastnosti za podjetnice pogum in vztrajnost, delavnost in trdna volja.

Kot naslednje lastnosti navajajo zelo veliko energije, časa in sposobnosti.

In nikoli popustiti ali obupati.

Eden izmed pomembnejših napotkov je tudi, naj se bolj povežejo med seboj in zaupajo vase.

Sta pa tudi podjetnici, ki odsvetujeta samostojno pot, ker je to preveč naporno in ostane premalo časa za dom in družino.

11.13. Ugotovitve

Anketirane podjetnice v Podravski regiji so poročene in imajo v večini enega ali dva otroka. Imajo končano srednjo šolo. Starost ob ustanovitvi lastnega podjetja je bila med 31 in 36 letom. Glavni razlog za ustanovitev podjetja je bila želja po neodvisnosti. Med anketiranimi podjetnicami prevladuje storitvena dejavnost. Največji problem pri ustanavljanju podjetja je bil pomanjkanje podjetniških izkušenj in najem posojila. Največjo podporo so bile deležne od moža. So mnjenja, da je v Sloveniji na razpolago dovolj podpornih mehanizmov, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno, ki omogočajo, da lahko ženska nadaljuje z delom tudi po tem, ko si osnuje družino. V gospodinjstvu in pri vzgoji otrok jim partner pomaga v manjši meri, več pomoči so deležne s strani staršev. Kot podjetnica s svojimi izkušnjami svetujejo drugim ženskam pogum, vztrajnost, delavnost in trdno voljo.

12. ZAKLJUČEK

Podjetništvo je proces ustvarjanja bogastva, ki se povečuje. Bogastvo pa ustvarijo posamezniki, ki prevzemajo velika tveganja. Z vstopom Slovenije v EU se slovenskemu podjetništvu odpirajo nove priložnosti.

Tudi trend vključevanja žensk v podjetništvu narašča, vendar je delež podjetnic še vedno nižji od deleža podjetnikov, kljub temu, da ženske zajemajo višji delež v populaciji in predstavljajo skoraj polovico aktivnega prebivalstva. Ženske so zaradi njihove naravne vloge matere in žene, stereotipnih predstav o ženskem spolu in predsodkov o njihovega dela manj prisotne v javnem življenju, kot moški. Za enako delo so plačane manj kot moški, na visokih položajih jih je zanemarljiv odstotek.

Vpliv žensk na razvoj podjetništva je precejšen, saj postajajo vir sprememb in inovacij, rešujejo problem brezposelnosti ter prispevajo k razvoju družbe. Raziskave so pokazale, da ženske najpogosteje vodi v ustanovitev lastnega podjetja želja biti sam svoj gospodar. Lastno podjetje jim nudi fleksibilnost in možnost, da uskladijo vzgojo otrok in potrebo po delu. Pri odločitvi ženske v podjetništvo je zelo pomembno, da jo podpre družina, saj se z njeno odločitvijo spremeni način življenja cele družine. Ženska ne bo uspela, če nima dovolj moči, avtoritete in podpore v družini.

Ugotovili smo, da se podjetnice na svoji novi poti srečujejo s problemi, ki jih imajo na samem začetku ali v času delovanja. Največji problem so finančne ovire. Pridobivanje kapitala je večer problem, s katerim se srečujejo podjetnice zaradi narave in velikosti njihovih podjetij. Tudi pomanjkanje ustrezne izobrazbe in izkušenj predstavlja problem, čeprav so nekatere raziskave pokazale, da so podjetnice bolj izobražene kot njihovi moški kolegi. Veliko podjetnic se srečuje s konflikti pri njihovih vlogah kot žene, matere in lastnice podjetij, saj večina žensk še vedno opravlja vsa gospodinjska dela in vzgaja otroke, ker to velja kot njihova obveznost. Podjetnice se ob vodenju podjetja nikakor ne odpovejo odgovornosti do družine.

Splošna klima do žensk podjetnic nikakor ni negativna, čeprav tudi ne izrazito spodbudna, ker se od žensk le pričakuje večja vloga v družini in gospodinjstvu. Če hoče ženska opravljati najodgovornejšo funkcijo v službi, ohranjati dom, kot ga pričakuje družina in če opravlja še druge funkcije, je splošna popolnost nemogoča. Zato je združevanje obveznosti mogoče le ob popolni podpori družine in z razpoložljivostjo socialnih služb. Kljub temu je zelo pozitivna ocena, da je v Sloveniji ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za ženske. Zato je pozitiven odnos do žensk v podjetništvu potrebno dopolniti z vrsto ukrepov na navedenih področjih, da bi se lahko ženske enakopravno vključevale v podjetništvo.

Čeprav so značilnosti podjetnikov in podjetnic na splošno precej podobne, pa se podjetnice razlikujejo od podjetnikov. So racionalnejše in bolj pretehtajo tveganje, pozneje začnejo razmišljati o podjetništvu kot moški, so zelo odgovorne in stvari delajo premišljeno, zelo veliko jim pomeni podpora in zadovoljstvo najdejo že v tem, da jim stvar deluje.

Ženske lahko same vplivajo, da izboljšajo svoj položaj. Zato je pomembno, da se zavedajo, da vsega ne morejo opraviti same in so prav same tiste, ki lahko vplivajo, da so manj obremenjene in predvsem ne smejo pozabiti nase. Tudi zase si morajo vzeti čas in se ukvarjati s stvarmi, ki jih zanimajo.

Da pa se bo med nami povečal delež podjetnic, pa se mora krepiti zavest žensk za samozaposlitev. Prav tako se mora tudi spodbujati ženske, da se odločijo za lastno podjetje s tem, da se okrepi predstava uspešnih podjetnic v javnosti. Izboljšati se mora tudi informiranje o načinu financiranja ter izboljšati mehanizme, ki naj bi spodbujali ženske k podjetništvu, da bi bilo bolj učinkovito. Denar je eden izmed pogojev, da lahko podjetniki in podjetnice uresničijo podjetniško vizijo in projekte. Z rastjo podjetja podjetnik dobiva vedno nove poslovne ideje in za uresničitev le teh potrebuje vse več denarja. Podjetniki in podjetnice kmalu po ustanovitvi podjetja spoznajo, da je finančno področje eno ključnih za dolgoročno rast. Upravljanje s financami je ena od ključnih funkcij v podjetju.

Anketo o položaju podjetnic smo izvajali v Podravski regiji. Prišli smo do ugotovitve, da so anketirane podjetnice poročene in imajo v večini enega otroka. Imajo končano srednjo šolo in so lastno podjetje ustanovile med 31. in 36. letom. Ugotovili smo, da je bil glavni razlog za ustanovitev podjetja želja po neodvisnosti. Med anketiranimi podjetnicami prevladuje storitvena dejavnost. Največji problem pri ustanavljanju podjetja so podjetnice videle v najemu posojila. Največjo podporo so bile deležne od moža. So mnenja, da je v Sloveniji na razpolago dovolj podpornih mehanizmov, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno, ki omogočajo, da lahko ženska nadaljuje z delom tudi po tem, ko si ustvari družino. V gospodinjstvu in pri vzgoji otrok ji partner pomaga v manjši meri, več pomoči so deležne s strani staršev. In kot podjetnica s svojimi izkušnjami svetujejo drugim ženskam pogum, vztrajnost, delavnost in trdno voljo.

Ugotovili smo, da ženske rade in želijo delati, saj jim skrb za družino ne zadostuje. Želijo biti koristne, prispevati k družinskemu proračunu in biti v stiku z ljudmi. Vedo, da delajo zase in za svojo družino in že zato delajo to z večjim veseljem.

Vsak človek ima v sebi potencial podjetnika. Njegov uspeh pa je poleg njegovih sposobnosti, poslovne sreče in motiviranosti v veliki meri odvisen od okolja. Podjetnik bo toliko bolj uspešen, kolikor bolj bo za dosego svojega cilja motiviran, kolikor bolj so razvite njegove sposobnosti in kolikor večje znanje ima. Uspešna bo tista podjetnica, ki bo znala svojo zamisel uresničiti na lasten način.

13. UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

1. Antončič Boštjan, Hisrich Robert D., Petrin Tea in Vahčič Aleš: Podjetništvo, Ljubljana, GV založba., 2002.
2. Glas Miroslav, Drnovšek Mateja: Slovenke kot porajajoče se podjetnice, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, 1999.
3. Jalbert Susanne E.: Women Entrepreneurs in the Global Economy, 2000.
4. Pahor Nives: Izziv 21. stoletja – Žensko podjetništvo, Podjetnik 5, 2005.
5. PCMG: Sklad za razvoj in usposabljanje človeških virov. Mladi, ženske in podeželsko prebivalstvo: še neizkoriščen potencial za ustvarjanje delovnih mest. Nacionalna študija, Ljubljana, Pospeševalni center za malo gospodarstvo, 2004.
6. PCMG: Analiza položaja žensk na trgu delovne sile v Sloveniji 2002. Smo Slovenke na trgu delovne sile enakopravne?, Ljubljana, Pospeševalni center za malo gospodarstvo, 2004.
7. Plahutnik, Baloh, Staša: Vizija slovenskega podjetništva, GZS Ljubljana, 1999.
8. Potrata Barbara: So podjetnice enakopravne? Podjetnik, XI,5, 2002.
9. Pšeničny Sandra: Zaposleni otroci zaposlenih staršev, Podjetnik, X,3, 2001.
10. Read Lauren: The Financing of Small Busines. London: Routledge, 1998.
11. Rebernik, M., Tominc P., Glas M. in Pšeničny V.: Kako podjetna je Slovenija? Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2002, Maribor, 2003.
12. Rebernik Miroslav, Tominc Polona in Pušnik Ksenija: Podjetništvo na prehodu: Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2004. Maribor: Ekonomsko poslovna fakulteta. 2005.

13. Rebernik Miroslav, Močnik Dijana, Knez-Riedl Jožica, Tominc Polona, Širec Rantaša Karin, Rus Matej, Krošlin Tadej, Dajčman Silvo: Slovenski podjetniški observatorij 2003, dostopno na: http://epfip.uni-mb.si/publica/rreport/=bs2003_slo.pdf, dne 01.10.2007.
14. Rebernik Miroslav, Tominc Polona, Pušnik Ksenija: Počasne spremembe podjetniške stvarnosti, Maribor, GEM Slovenija, 2006.
15. Rejc Adriana: Managerke za 21. stoletje, Manager 2004.
16. Stanonik Martina: Pospeševanje podjetništva žensk, Podjetnik, XII, 5, 2003.
17. Steblovnik Zdenka, Melink-Pavlin Neda, Leban Irena, Ščerk Prebil Tatjana, Obal Janez, Levstek Miha, Sovinc Adi, Lorber Jelka : Podjetništvo, Ljubljana, 2001.
18. Vahčič Aleš: Stanje podjetništva v Sloveniji, Slovensko podjetje v devetdesetih, Ljubljana, Union of Economists of Slovenia, 2000.
19. <http://www.podjetnik.com>, oktober 2002, dne 16.02.2006.
20. <http://www.podjetnik.si>, oktober 2004, dne 01.10.2007.

14. PRILOGA

ANKETA O POLOŽAJU PODJETNIC V SLOVENIJI

Spoštovani!

Sem Renata Dolenc, študentka drugega letnika smer računovodja na Višji strokovni šoli ACADEMIA v Mariboru. Pripravljam diplomsko nalogo na temo »Položaj podjetnic v Sloveniji«. Za izvedbo raziskave potrebujem vašo pomoč, zato vas prosim za sodelovanje in izpolnitev ankete. S pomočjo vaših odgovorov bi želela dobiti bolj jasno sliko o položaju podjetnic.

Anketa je anonimna in bo uporabljena samo za raziskovalne namene.

Na zastavljena vprašanja odgovorite prosim tako, da obkrožite odgovor, trditev ali napišite svoje mnenje.

Hvala za vaš čas in sodelovanje!

Renata Dolenc

ANKETA

O POLOŽAJU PODJETNIC V SLOVENIJI

1. Zakonski stan (Obkrožite ustrezen odgovor)

a. Samska

b. Poročena

c. Ločena

2. Število otrok (obkrožite) 0 1 2 3 4+

3. Pridobljena stopnja izobrazbe (Obkrožite ustrezen odgovor)

a. Osnovna šola

b. Poklicna šola

c. Srednja šola

d. Višja šola

e. Visoka šola

f. Magisterij

g. Doktorat

h. Drugo (navedite): _____

4. Koliko ste bili stari, ko ste ustanovili svoje podjetje? (Napišite številko)

5. S kakšnim namenom ste ustanovili podjetje? (Obkrožite največ dve možnosti)

- a. Želja po neodvisnosti
- b. Boljše usklajevanje med službo in družino
- c. Imela sem dobro poslovno idejo
- d. Želja po izzivih
- e. Želja po ustvarjanju denarja
- f. Ekonomska nuja – brezposelnost
- g. Želela sem uporabiti vse svoje zmožnosti in znanje
- h. Kariera
- i. Prestiž
- j. Drugo (Navedite): _____

6. Opredelite dejavnost vašega podjetja (Obkrožite ustrezen odgovor)

- a. Proizvodna
- b. Trgovska
- c. Storitvena
- d. Kmetijska
- e. Drugo (Navedite): _____

7. Problemi pri ustanavljanju podjetja (Obkrožite)

Problemi:	zelo veliki	veliki	prisotni	majhni	jih ni bilo
Najem posojila	5	4	3	2	1
Pomanjkanje poslovnega znanja	5	4	3	2	1
Pomanjkanje podjetniških izkušenj	5	4	3	2	1
Nezaupanje strank	5	4	3	2	1

8. Čigave podpore ste bili deležni ob ustanovitvi in razvoju podjetja?

(Obkrožite, od 1 zelo slabo, do 5 odlično)

Mož	1	2	3	4	5
Sorodniki	1	2	3	4	5
Prijatelji	1	2	3	4	5
Strokovna združenja	1	2	3	4	5

9. Menite, da je v Sloveniji na razpolago dovolj podpornih mehanizmov, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo z delom tudi po tem, ko si osnujejo družino? (Obkrožite)

- a. Izredno premalo
- b. Premalo
- c. Dovolj
- d. Ravno prav
- e. Preveč

10. Koliko vam v gospodinjstvu in pri vzgoji otrok pomagajo...? (Obkrožite)

Partner	v veliki meri	v manjši meri	sploh ne
Starši	v veliki meri	v manjši meri	sploh ne
Sorodniki	v veliki meri	v manjši meri	sploh ne
Plačana pomoč	v veliki meri	v manjši meri	sploh ne

11. Kaj bi kot podjetnica s svojimi izkušnjami svetovali drugim ženskam, ki pričnejo s svojim poslom/podjetjem?

Za vaše odgovore se vam iskreno zahvaljujem.