

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA DEJAVNIKOV, KI VPLIVAJO NA NASTANEK IN
RAZVOJ PODJETNIŠTVA MED SLOVENSKIMI MAMAMI**

Ljubljana, julij 2018

JANJA FERJANČIČ VRČON

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Janja Ferjančič Vrčon, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza dejavnikov, ki vplivajo na nastanek in razvoj podjetništva med slovenskimi mamami, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem doc. dr. Blažem Zupanom,

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu prek Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 PODJETNIŠTVO.....	2
1.1 Pregled zgodovine podjetništva	2
1.2 Definicija podjetništva in podjetnika	4
1.3 Naloge podjetnika	6
1.4 Motivacija za vstop v podjetništvo	9
1.4.1 Teorija podjetništva iz nuje in priložnosti	10
1.4.2 Dejavniki vstopa v podjetništvo in razlike med spoloma.....	11
1.5 Motivacija za podjetništvo v Sloveniji	12
2 ŽENSKO PODJETNIŠTVO	14
2.1 Razumevanje ženskega podjetništva	14
2.2 Definicija ženskega podjetništva	15
2.3 Razvoj ženskega podjetništva	17
2.4 Žensko podjetništvo danes	19
2.5 Skriti potencial ženskega podjetništva.....	21
2.6 Žensko podjetništvo v Sloveniji	22
2.6.1 Pregled zgodovine	22
2.6.2 Žensko podjetništvo v Sloveniji danes	22
3 VSTOP ŽENSK V PODJETNIŠTVO	24
3.1 Motivacija žensk za podjetništvo.....	24
3.2 Zgodnja podjetniška aktivnost žensk v Sloveniji	26
4 MAME PODJETNICE	27
4.1 Vloga mame podjetnice	27
4.2 Opredelitev mam podjetnic.....	28
4.3 Materinstvo in delo	30
4.4 Izzivi mam podjetnic	31
4.5 Mame podjetnice v Sloveniji	33
5 RAZISKAVA.....	34

5.1	Namen, cilj in raziskovalna vprašanja	35
5.2	Metodologija raziskave.....	35
5.3	Izvedba intervjujev	37
5.4	Rezultati raziskave.....	38
5.4.1	Vstop slovenskih mam v podjetništvo	38
5.4.2	Izzivi slovenskih mam podjetnic.....	42
5.4.3	Prednosti in slabosti, ki jih imajo mame podjetnice.....	46
5.4.4	Zadovoljstvo mam podjetnic	49
5.4.5	Družbena omrežja in novodobna tehnologija.....	51
5.5	Omejitve in priporočila za nadaljnje raziskave	53
5.6	Ugotovitve raziskave	54
SKLEP.....		57
LITERATURA IN VIRI.....		59
PRILOGE		
KAZALO TABEL		
Tabela 1: Definicija podjetnika		4
Tabela 2: Definicija mame podjetnice		29
Tabela 3: Podatki o intervjuvanih mamah podjetnicah.....		37
Tabela 4: Vzroki za vstop v podjetništvo glede na intervjuvane mame.....		42
Tabela 5: Izzivi mam podjetnic glede na intervjuvane mame.....		46
Tabela 6: Prednosti podjetništva glede na intervjuvane mame		48
Tabela 7: Slabosti podjetništva glede na intervjuvane mame		49
Tabela 8: Vpliv novodobne tehnologije glede na intervjuvane mame.....		52
KAZALO SLIK		
Slika 1: Večdimenzionalni model nastajanja podjetja		8
Slika 2: Podjetništvo iz nuje in priložnosti (v %) glede na celotno prebivalstvo Slovenije od 18. do 64. leta		13
Slika 3: Predlogi podjetniške učinkovitosti ženskega vodstva.....		19
Slika 4: Povprečje ženske podjetniške dejavnosti (v %) po svetu v primerjavi s prebivalstvom od 18. do 64. leta		20

Slika 5: Podjetništvo, ki so ga začele ženske po svetu (v %) iz nujnosti in priložnosti	26
---	----

UVOD

Podjetništvo je proces razumevanja priložnosti v okolju glede na lastne sposobnosti z namenom, da se ustvari bogastvo za sebe ali okolje. Pod pojmom podjetništvo si predstavljamo inovativnost, tveganje, dinamičnost, prilagodljivost, usmerjenost v ustvarjalni zagon in delovanje novih podjetij (Ramesh, 2013).

Pšeničny (2000) pravi, da so gonilna sila podjetništva posamezniki, ki imajo sposobnost prepoznati in izkoristiti priložnost, ki je na trgu, ter jo razviti do te mere, da ideja postane tržno zanimiva. V ta namen vzpostavijo organizacijo, v katero vložijo svoj trud, čas, denar in tudi svoje sposobnosti, ter tako ustvarijo novo dodano vrednost in prevzemajo tveganje.

Več kot dve tretjini odraslega prebivalstva je prepričanega, da uspešni podjetniki v družbi uživajo velik ugled. Uspešni podjetniki so spoštovani tudi v Sloveniji, kjer 70 % prebivalstva meni, da uživajo velik ugled družbe (Rebernik, Crnogaj, Širec, Hojnik, Rus & Tominc, 2017). Naklonjenost družbe do podjetništva in pozitivne družbene vrednote večinoma spodbujajo podjetništvo v svetu. Hkrati pomenijo tudi več kakovostnih podjetij, ki soustvarjajo inovativne izdelke in storitve ter zaposlujejo in prispevajo k razvoju družbe. Veliko in pomembno vlogo imajo pri tem mediji. V Združenih državah Amerike in Kanadi, kjer so mediji izrazito naklonjeni podjetništvu, je pojav podjetništva opazilo tri četrtine prebivalstva; v Evropi pa samo polovica prebivalstva. Kljub temu pa mediji na družbene vrednote vplivajo le delno, večji vpliv ima država, ki mora z ustreznim vodenjem politike, upoštevanjem pravne države in omogočanjem pogojev poslovanja, podjetništvo spodbujati in ne zavirati (Ekonomsko - poslovna fakulteta, 2016).

Obstajajo pomembne razlike med spoloma v podjetništvu. Če bo moški ustanovil podjetje, bo trikrat večja verjetnost, da bo imelo zaposlene, kot če to stori ženka. Ženske redko vodijo velika podjetja in njihov povprečni zaslužek od samozaposlitve je do 60 % nižji kot pri moških. To, da se ženske manj zanimajo za podjetniško kariero in so tudi manj prepričane v svoje podjetniške sposobnosti, je posledica kulturnih norm, stereotipov in pomanjkanja vzorcev. Druge ovire, kot sta pomanjkanje časa in težava pri sestavi poklicnih mrež, povzročajo, da se ženske odločajo za sorazmerno majhna podjetja z nizko stopnjo začetnega kapitala in nizkim financiranjem s pomočjo bank (Piacentini, 2013).

Ženske podjetnice pa kljub temu pomembno prispevajo k rasti svetovnega in lokalnega gospodarstva. Velik prispevek prihaja iz hitro rastočega trenda tako imenovanih mam podjetnic (angl. *mumpreneurs*), ki opisuje mame, vključene v podjetniške dejavnosti. Njihova osnovna želja je ustvarjanje boljšega okolja za svojo družino in celotno skupnost. Mame podjetnice so ženske, ki želijo uravnotežiti delo in družino, občutiti dosežke in zadovoljstvo, povečati dohodke, postati neodvisne in izenačiti neravnovesje med spoloma na področju podjetništva (Nel, Maritz & Thongprovati, 2010).

Namen magistrskega dela je pregledati znanstveno in strokovno literaturo na področju podjetništva ter ugotoviti razloge, kaj žene mame na podjetniško pot ter ali se zanjo odločijo iz nuje ali iz priložnosti. Natančneje je namen ugotoviti tudi, kateri so dejavniki podjetništva iz nuje in priložnosti, ki poglavitno vplivajo na mame podjetnice; kaj jim predstavlja največje izzive in kako izkoriščajo novodobno tehnologijo. Ali se mame podjetnice, ki so morale postati podjetnice in ostajajo v podjetništvu iz nuje, razlikujejo med seboj v zadovoljstvu z delom in z usklajevanjem dela in družine s tistimi mamami, ki so želele postati podjetnice in v podjetništvu ostajajo zaradi priložnosti?

Cilj magistrskega dela je s pomočjo teoretičnega pregleda literature ter kvalitativne raziskave med slovenskimi mamami podjetnicami proučiti dejavnike podjetništva iz nuje in priložnosti, zaradi katerih se mame odločajo za vstop v podjetništvo.

Magistrsko delo obsega teoretični (prva štiri poglavja) in empirični del (peto poglavje). Teoretični del temelji na pregledu obstoječe literature, predvsem znanstvenih člankov in spletnih virov tujih avtorjev. Prvo poglavje zajema predstavitev podjetništva ter opredelitev podjetnika, njegovih nalog, motivacije in dejavnikov, ki vplivajo na vstop v podjetništvo. Naslednji dve poglavji obravnavata žensko podjetništvo, razloge, zaradi katerih se ženske odločijo za podjetništvo, in v čem se podjetje, ki ga vodi ženska, razlikuje od tistega, ki ga vodi moški. Četrto poglavje predstavi mame podjetnice, s kakšnimi izzivi se srečujejo ter kako usklajujejo materinstvo in delo.

Temeljni raziskovalni namen magistrskega dela je raziskati ključne dejavnike motivacije, ki vplivajo na odločitev mame, da postane podjetnica, in ugotoviti, ali ti vplivajo na zadovoljstvo z delom in življenjem.

1 PODJETNIŠTVO

1.1 Pregled zgodovine podjetništva

Razumevanje podjetništva in posledično podjetnika se je skozi zgodovino spreminjalo glede na takratne družbene in ekonomske razmere. V začetku prvega stoletja so tako Francozi kot podjetnika poimenovali moža, ki je organiziral in vodil vojaški pohod. V srednjem veku so podjetnika razumeli kot človeka z denarjem, pa tudi kot posameznika, ki je uresničil velike in tvegane načrte (Pšeničny, 2000). Okrog leta 1700 je bil izraz podjetnik uporabljen za označevanje arhitektov in izvajalcev javnih del.

Izraz podjetnik, kot ga razumemo danes, je prvič uporabil francoski ekonomist Cantillon v začetku 18. stoletja in označuje nekoga, ki je kupoval proizvodna sredstva, jih združil v tržne proizvode ter prodajal (Ramesh, 2013; Pšeničny, 2000) z namenom, da ustvari dobiček, vendar je pri tem nase sprejel tudi tveganje. Podjetniki so takrat kupovali po določeni ceni, prodaja pa je bila negotova, pri čemer je razlika pomenila dobiček ali izgubo (Hébert & Link, 2009).

Nekaj let pozneje je Cantillonov rojak Jean-Baptiste Say nadgradil poimenovanje podjetništva in kot podjetnika označil organizatorja poslovanja; torej nekoga, ki ima osrednjo funkcijo pri distribuciji in proizvodnji. Po njegovi teoriji je podjetnik gospodarski subjekt, ki združuje vsa proizvodna sredstva, delovno silo in kapital ali zemljišča drugih. Gre torej za osebo, ki najde v rezultatih svojega proizvoda oziroma dela rekonstrukcijo za celotni kapital, ki ga uporablja, vrednosti plač, ki jih izplačuje, in najemnine ter pokriva tudi dobiček, ki mu pripada (Ramesh, 2013).

V nasprotju s francoskimi pisatelji so angleški klasični ekonomisti videli podjetnike kot ponudnike finančnega kapitala. Adam Smith je podjetnika opredelil kot preudarnega človeka, ki je skromen in je sredstvo počasnega, a stalnega napredka (Hébert & Link, 2009). Po drugi strani pa je Jeremy Bentham, angleški pravnik in filozof, ki je živel na prehodu iz 18. v 19. stoletje (Wikipedija, 2018), videl podjetnika kot sredstvo gospodarskega napredka. V istem obdobju so se tudi nemški raziskovalci ukvarjali s proučevanjem podjetništva. Johann Heinrich von Thünen je opredelil pomembno razliko med ponudnikom kapitala in podjetnikom ter dobički, ki jih ustvarjata. Dobiček podjetnika je sestavljen le iz tistega dela prihodka, ki ostane po tem, ko je odštel obresti za svoj kapital, zavarovalno premijo proti vsemu tveganju in svojo plačo za upravljanje. Njegov sorojak H. K. von Mangoldt pa je predstavil tveganje, ki je bistvenega pomena za podjetništvo.

V poznem 19. stoletju se je klasična ekonomija razvila v neoklasično ekonomijo s poudarkom na matematični in znanstveni natančnosti ter njeni skrbi pri odločanju o dodeljevanju sredstev in odločanju o cenah. Neoklasična ekonomija je imela tri različice:

- avstrijsko šolo pod vodstvom Carla Mengerja,
- švicarsko šolo pod vodstvom Leona Walrasa in
- angleško šolo pod vodstvom Alfreda Marshalla.

Neoklasične šole so, razen avstrijske, zmanjšale ali celo odpravile vlogo podjetnika v tržnem gospodarstvu. V svetu matematičnih splošnih ravnovesnih modelov za podjetnika ni bilo prostora. Največja dediščina avstrijske šole je zagotovo delo ekonomista Josepha Schumpetra, ki je zagovarjal vlogo podjetnika. V Schumpetrovi viziji je podjetnik dosleden inovator in zasluži svoj dobiček, ki pa je začasen in odvisen od uspešnih inovacij. Po mnenju Héberta in Linka (2009) je Schumpeter s tem zavrnil atribut tveganja, ki je povezan s podjetniki, in ga dodelil kapitalistom. Schumpetrovo delo je spodbudilo tudi ostale raziskovalce, kot je bil Arthur H. Cole, ki je ustanovil raziskovalni center na področju podjetniške zgodovine na Univerzi Harvard. Različni raziskovalci niso prišli do soglasja o vlogi podjetnika in tako ta vprašanja ostajajo večinoma nerešena tudi v 21. stoletju (Hébert & Link, 2009; Pšeničny, 2000).

1.2 Definicija podjetništva in podjetnika

Z raziskavo »Kdo je podjetnik, je napačno vprašanje« želi Gartner (1998) pojasniti kompleksnost pojma podjetništva. Začne z zapisom, ki sega v leto 1969, ko je Cole povedal: »Že deset let vodimo raziskovalni center v podjetniški zgodovini, že deset let se trudimo definirati pojem podjetnik. Nikoli nismo uspeli. Vsak izmed nas ima neko svojo uporabno definicijo, ki ustreza njegovemu namenu. In ne vem, če bomo kdaj prišli dalje od tega?«

Če bi se sprehodili po ulici in mimoidoče vprašali, kdo je podjetnik, bi najverjetneje slišali, da je podjetnik nekdo, ki ima podjetje; nekdo, ki je sam svoj šef; nekdo, ki ima veliko osebnega bogastva in si lahko privošči luksuzne dobrine, ali morda nekdo, ki živi popolno življenje; torej spet neka nova definicija podjetnika.

Slovar slovenskega knjižnega jezika (b.l.) opredeljuje podjetnika kot nekoga, ki je lastnik podjetja. Pomanjkanje globlje in bolj natančne razlage lahko razumemo tudi tako, da je v preteklosti bilo manj zanimanja za podjetništvo. V angleškem spletnem slovarju Dictionary (b.l.) najdemo že bolj poglobljeno razlago: podjetnik je oseba, ki organizira in upravlja podjetje, običajno z veliko samoiniciative in s sprejemanjem tveganja.

Beseda podjetnik, v angleščini »*entrepreneur*«, je francoskega izvora in dobesedno pomeni posrednika ali vmesnika (Antončič, Hisrich, Petrin & Vahčič, 2002).

Ramesheva (2013) razglablja, da je podjetništvo glede na trenutna razmišljanja sposobnost osebe, ki odkriva in vrednoti nove razmere v svojem okolju in usmerja izdelavo take prilagoditve v gospodarskem sistemu, kot se ji to zdi potrebno. Njeno dožemanje podjetnika se nanaša na posameznike, ki imajo vizijo in spretnost ter to pretvorijo v dejanja za dobrobit celotne družbe. Zaradi nenehnih sprememb v povpraševanju na trgu tam nastane prostor za razred ljudi, ki jih imenujemo podjetniki. Ti lahko pretvorijo razpoložljiva sredstva v dobro družbe. Oseba, ki ima znanje, pobude in inovativne ideje za visoke dosežke v podjetju, ima torej pomembne lastnosti podjetniške osebnosti. Ta oseba se obenem zaveda, da je izpostavljena nenehnemu tveganju in negotovosti.

V Tabeli 1 lahko vidimo, kako se je razlaga spreminjala z vsakim avtorjem, ki je želel opredeliti podjetnika. Na osnovi povedanega lahko sklepamo, da je težko govoriti o skupni in enotni definiciji podjetništva in podjetnika.

Tabela 1: Definicija podjetnika

Avtor in leto	Definicija
Cantillon, 1755	Podjetniki so posamezniki, ki kupujejo po določenih cenah v sedanosti, prodajali pa bodo po negotovih cenah v prihodnosti. Podjetnik je nosilec negotovosti.
Defoe, 1887	Podjetnik je projektant.

se nadaljuje

Tabela 1: Definicija podjetnika (nad.)

Avtor in leto	Definicija
Knight, 1921	Podjetniki skušajo napovedati in sprejemati spremembe na trgih, so nosilci negotovosti v tržni dinamiki.
Schumpeter, 1934	Podjetnik je inovator, ki izvaja spremembe na trgih skozi izvajanje novih kombinacij. Te lahko potekajo v več oblikah, in sicer kot uvajanje nove dobrine ali kakovosti, uvajanje nove metode proizvodnje, odprtje novega trga, osvojitve novega vira dobave novih materialov ali delov in izvedba nove organizacije katerekoli industrije.
Ely in Hess, 1937	Posameznik ali skupina, ki združuje naloge in odgovornost za produkcijske dejavnosti ter jih uporabi za novo poslovanje.
Weber, 1947	Podjetnik je oseba, ki ohranja imuniteto pred nadzorom racionalnega birokratskega znanja.
von Mises, 1949	Podjetnik je vedno špekulant. Ukvarja se z negotovimi razmerami v prihodnosti. Njegov uspeh ali neuspeh je odvisen od pravilnosti njegovega pričakovanja negotovih dogodkov v prihodnosti.
Walras, 1954	Podjetnik je koordinator in posredovalec; arbiter.
Cole, 1959	Podjetništvo je namenska oblika dejavnosti posameznika ali skupine, ki poskuša vzdrževati ali povečati dobičkonosno dejavnost proizvodnje ali distribucije ekonomskih dobrin in storitev.
Penrose, 1959	Podjetniška dejavnost vključuje prepoznavanje priložnosti znotraj gospodarskega sistema.
Collins in Moore, 1970	Obstaja razlika med posamezniki, ki načrtno ustvarijo novo in neodvisno podjetje, in tistimi, ki imajo podjetniško funkcijo v že ustanovljeni organizaciji. Podjetnik v luči Schumpetrovega razmišljanja je posameznik, ki je dejansko izvedel nove kombinacije in izgubil ta značaj takoj, ko je zgradil svojo dejavnost.
Hornaday in Aboud, 1971	Uspešen podjetnik je definiran kot moški ali ženska, ki je začel s poslom, s katerim se prej ni nihče ukvarjal, ki ima vsaj 8 zaposlenih in vodi podjetje vsaj 5 let.
Draheim, 1972	Podjetništvo je ustanovitev novega podjetja, ki prej ni obstajalo. Podjetnik je torej oseba, ki ustanovi podjetje. Podjetnik je tudi lastnik podjetja in ni samo eden od zaposlenih. Njegov namen je tudi rast podjetja, da bo napredovalo tudi prek samozaposlovanja.
Kirzner, 1973	Podjetnik prepozna priložnosti za dobiček in se nanje odzove; deluje arbitražno.
Brockhaus, 1980	Podjetnik je definiran kot večinski lastnik in manager poslovanja in ni zaposlen drugje.
Lachman, 1980	Podjetnik je opredeljen kot osebnost, ki uporablja nove kombinacije proizvodnih dejavnikov, da izdela novo znamko v industriji.
Mescon in Montanari, 1981	Podjetnik je po definiciji ustanovitelj novega poslovanja.
Drucker, 1985	Podjetništvo je akt inovacij, ki vključuje dodeljevanje obstoječih virov z novimi proizvodnimi zmogljivostmi.
Shane in Venkataraman, 2000	Področje podjetništva vključuje proučevanje virov priložnosti; procese odkrivanja, vrednotenja in izkoriščanja priložnosti ter niz posameznikov, ki jih odkrijejo, ovrednotijo in izkoristijo.
Ireland, Hitt, in Sirmon, 2003	Podjetništvo je kontekstno odvisen družbeni proces, s katerim posamezniki in skupine ustvarijo bogastvo s povezovanjem edinstvenih paketov virov za izkoriščanje priložnosti na trgu.
Commission of the European Communities, 2003	Podjetništvo je miselnost in proces za ustvarjanje in razvoj gospodarske dejavnosti s kombiniranjem tveganj, ustvarjalnosti in/ali inovacij, z dobrim upravljanjem v novi ali obstoječi organizaciji.

Vir: Povzeto in prirejeno po W. B. Gartner, *Who is an entrepreneur*, 1988 str. 49–56, tabela 1; N. Ahmad & R. G. Seymour, *Defining Entrepreneurial Activity*, 2008, str. 7, tabela 1.

Veliko raziskovalcev se je in se še vedno ukvarja z razrešitvijo definicije, kdo podjetnik je in kaj on ali ona dela. Težava, ki otežuje definicijo, vključuje naslednja dva fenomena: prisotnost donosnih priložnosti in prisotnost podjetniške osebnosti.

Ta fenomena sta razvidna v primeru, ko je podjetnik oseba, ki vzpostavlja novo organizacijo. Ker opredelitev ne upošteva razlik v priložnosti iz okolja, ki jih posameznik ima pri vzpostavljanju nove organizacije, to raziskovalce vodi do tega, da zanemarijo ukrep priložnosti. Če želimo razlikovati podjetnika od drugih članov družbe, torej nikakor ne moremo in ne smemo spregledati vpliva priložnosti in posameznikov (Shane & Venkataraman, 2000).

Dalje, če želimo akademsko opredeliti področje podjetništva, se moramo vprašati, kako, kdo in s kakšnimi učinki priložnosti so odkrili, ovrednotili in izkoristili blago in storitve. To področje zato vključuje študij virov priložnosti; procesov odkrivanja, ocenjevanja in izkoriščanja priložnosti ter nabor posameznikov, ki so jih odkrili, ovrednotili in jih izkoriščajo. Čeprav pojav podjetništva zagotavlja raziskovalna vprašanja za veliko različnih akademskih področij, se znanstveniki v osnovi ukvarjajo s temi sklopi raziskovalnih vprašanj o podjetništvu (Shane & Venkataraman, 2000):

- zakaj, kdaj in kako začnejo obstajati priložnosti za oblikovanje blaga in storitev,
- zakaj, kdaj in kako so nekateri posamezniki, ne vsi, odločijo za odkrivanje in izkoriščanje teh priložnosti,
- zakaj, kdaj in kako se uporabljajo različni načini delovanja za izkoriščanje podjetniških priložnosti.

Na osnovi raziskovanja nam je najbližje definicija podjetnika, ki podjetnika opredeljuje kot osebo (lastnika podjetja), ki si prizadeva za povečanje vrednosti z ustvarjanjem ali širitvijo gospodarske dejavnosti, z ugotavljanjem in izkoriščanjem novih izdelkov, procesov ali trgov (Ahmad & Seymour, 2008).

Drugi raziskovalci pa razumejo podjetnika mnogo širše. Za nekatere je oseba, ki združi vire, delovno silo, materiale in druga sredstva tako, da je njihova skupna vrednost večja kot prej, vpeljuje spremembe, inovacije in nov red. Drugi vidijo v podjetniku željo in potrebo doseči ali dobiti/narediti nekaj novega, eksperimentirati, izpolniti ali pa moda zbežati iz avtoritete in postali sam svoj gospodar. Za poslovneže so podjetniki lahko grožnja, zavezniki, dobavitelji, stranka ali pa nekdo, ki ustvarja bogastvo tudi drugim, ki išče boljše poti za izkoriščanje resursov in ustvarja nova delovna mesta v danem okolju (Antončič et al., 2002).

1.3 Naloge podjetnika

Gartner (1989) v svojem delu pravi, da bi si raziskovalci morali namesto vprašanja, kdo je podjetnik, zastaviti vprašanje, kaj podjetnik dela. Podjetnika pogosto povezujemo z osebo,

ki ustanovi svoje lastno, novo in malo podjetje v panogah, kot so proizvodnja, prevoz, trgovina in druge panoge v storitvenem sektorju.

Zgodnje podjetniške raziskave so se osredotočile na ugotavljanje lastnosti in značilnosti, ki odlikujejo podjetnike iz splošne populacije. Leta 1961 je McClelland (v Segal, Borgia in Schoenfeld, 2005) trdil, da je skupna lastnost podjetnikov visoka potreba po dosežkih, vendar so vse nadaljnje raziskave na tem področju ponudile zelo mešane in nejasne rezultate.

Low in MacMillan sta leta 1988 zapisala, da je vsak poskus profiliranja tipičnega podjetnika že sam po sebi odveč, saj se razlikujejo od povprečne populacije, njihove osebne razlike pa so nepredvidljive.

Casson (v Shane & Venkataraman, 2000) je leta 1982 zapisal, da za podjetništvo potrebujemo podjetniške priložnosti. Podjetniške priložnosti so tiste situacije, v katerih se lahko novi proizvodi, storitve, surovine in organizacijske metode uvedejo in prodajajo po višji ceni od stroškov njihove proizvodnje.

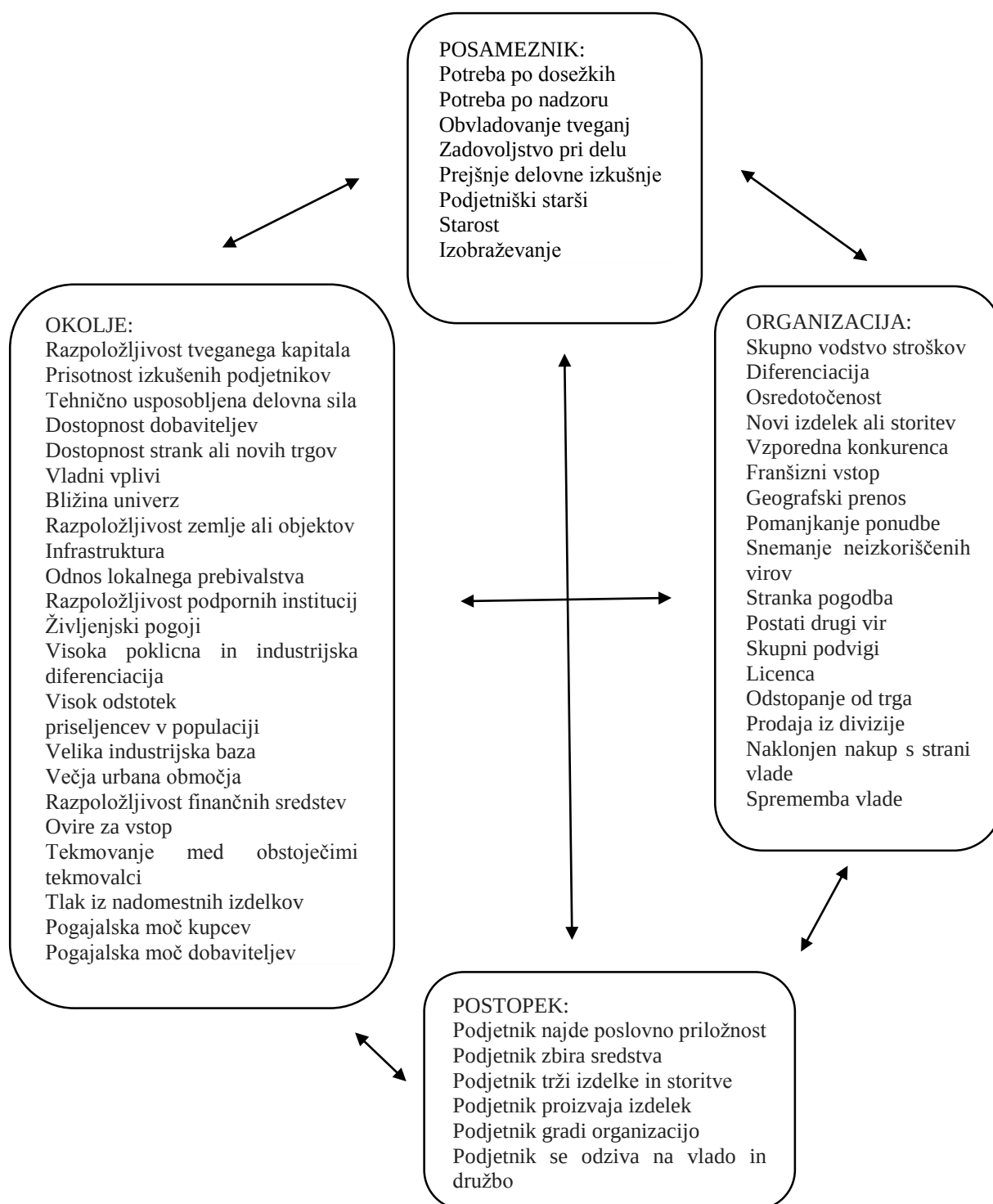
Čeprav je priznavanje podjetniških priložnosti subjektiven proces, so priložnosti objektivni pojavi, ki se pojavijo na novo. Na primer odkritje telefona je ustvarilo nove priložnosti za komunikacijo ne glede na to, ali so ljudje odkrili te priložnosti ali ne (Shane & Venkataraman, 2000).

Odkritje priložnosti je sicer nujen pogoj za podjetništvo, vendar to ni dovolj. Po odkritju priložnosti se mora potencialni podjetnik odločiti za izkoriščanje priložnosti. Nimamo natančnih podatkov o prekinitvi in opustitvi odkritih priložnosti, vendar vemo, da se vse razkrite priložnosti ne uresničujejo. Zakaj, kdaj in kako nekateri posamezniki izkoriščajo priložnosti, ki jih razkrijejo, in spet drugi ne, je po mnenju nekaterih že omenjena funkcija skupnih značilnosti priložnosti in narave posameznika (Venkataraman, 1997).

Gartner (1985) je v svojem večdimenzionalnem modelu, ki ga prikazuje Slika 1, predstavil visoko stopnjo kompleksnosti interakcije med spremenljivkami pri ustvarjanju novih podjetij.

Štiridimenzionalni konceptualni okvir lahko gledamo kot kalejdoskop; instrument, skozi katerega je mogoče videti zelo različne modele ustvarjanja novega poslovanja. Cilj je, da ne spregledamo morebitnih razlik med temi novimi podjetji in ne iščemo tipičnih lastnosti različnih posameznikov, ki postanejo podjetniki. Cilj je določiti specifične spremenljivke, ki vplivajo na ustvarjanje novih poslovanj, da bi bili lahko narejeni smiselni kontrasti in primerjave med novimi podjetji.

Slika 1: Večdimenzionalni model nastajanja podjetja



Vir: Povzeto in prirejeno po W. B. Gartner, *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation*, 1985, str. 702, slika 1.

Obseg dejavnosti, potrebnih za začetek poslovanja, je običajno velik (Carter, Gartner & Reynolds, 1996). Podjetniki morajo biti v zgodnji fazi novega podjetja vključeni v vse vidike poslovanja.

Te dejavnosti vključujejo:

- strateške naloge, na primer iskanje ideje, vrednotenje različnih možnosti, poslovni načrt, izbiro vlagateljev in ključnega osebja, ter
- operativne naloge, kot so izvajanje marketinga, vodenje finančnih računov in projekta, izdajo računov, sledenje plačil itd.

Ta splošni pristop k upravljanju traja, dokler podjetje ne zraste dovolj, da lahko podjetnik utemelji stroške in zaposlovanja drugih, da bi se ukvarjali s temi specializiranimi vlogami. V zgodnji fazi podjetja, ko podjetnik prevzame te in še mnoge druge naloge, je uspeh podjetja odvisen od sposobnosti podjetnika, da najde ravnotežje med različnimi nalogami (Trevelyan, 2011).

Poraba preveč časa za samo eno dejavnost je lahko usodna za ostale dejavnosti. Na primer: gradnja celovitega in strokovnega poslovnega načrta lahko zaradi porabe preveč časa oslabi tržne aktivnosti za povečanje profila poslovanja s potencialnimi kupci (Carter et al., 1996).

Bistveni nalogi podjetnika sta torej odkrivanje priložnosti, ki se pojavljajo na trgu, in z ustvarjanjem novih podjetjih, organizacij ali novih oddelkov v obstoječem podjetju ponuditi nove vrednosti blaga in storitev. Ustanovitev organizacije, s katero želimo izkoristiti priložnosti na trgu, vključuje kopičenje in razporeditev virov in sredstev ter izgradnjo organizacijske strukture za doseg cilja, ki ga ponuja priložnost (Carton, Hofer & Meeks, 1998).

1.4 Motivacija za vstop v podjetništvo

Segal et al., (2005) poudarjajo, da je motivacija pomemben del pri ustvarjanju novih organizacij. Motivacija kot pomembna tema v podjetništvu se je razvijala vzdolž organizacijske psihologije. Teorija motivacije je bila usmerjena v iskanje določenih lastnosti v posamezniku, ki so sprožile, usmerjale, vzdrževale in končale delovanje podjetja. Med letoma 1950 in 1960 je bila organizacijska psihologija usmerjena v raziskovanje, razvijanje in testiranje vsebine, gre za t. i. teorijo potrebe. Podatki, ki so to teorijo podpirali, pa so bili redki in tudi ne dovolj kakovostni oziroma utemeljeni. Povedano drugače, teorija, ki se je osredotočila na osebnostne profile oseb in s tem povezano motivacijo za vstop v podjetništvo, ni bila širše sprejeta. Shaver in Scott (1992) trideset let po tem utemeljita teorijo psihologa Mischela, ki pravi, da je vedenje posameznika rezultat interakcije med posameznikom in situacijo, v kateri se je znašel; gre torej za dinamični in nikakor ne statični proces, ki bi izviral samo iz posameznika.

Ljudje imajo različne razloge, da se podajo na pot podjetništva. Nekateri se za podjetništvo odločijo, ker nimajo zaposlitve, drugi, ker so v okolju videli poslovno priložnost ali kaj podobnega (Rebernik et al., 2017).

Gartner, Bird in Starr (1992) v svoji raziskavi nakazujejo, da so ključni dejavniki pri izbiri zaposlitve in poklicne poti zadovoljstvo s svojim življenjem ter hkrati nezadovoljstvo pri delu. Schjoedt in Shaver (2007) nadalje ugotavljata, da bi se veliko posameznikov odločilo za podjetništvo na podlagi pričakovanega zadovoljstva, ki ga prinaša podjetništvo. Dodajata pa, da so lahko tudi drugi dejavniki, kot je varnost, pomembni pri proučevanju dejanske izbire zaposlitve. Če tudi bi si posamezniki želeli biti samozaposleni in bi s tem pričakovali večje zadovoljstvo v svojem življenju, je namreč nekaterim posameznikom lahko varnost, ki jo imajo v klasični obliki zaposlitve, bolj pomembna.

Že leta 1974 je Liles (v Schjoedt & Shaver, 2007) trdil, da je nezadovoljstvo pri delu ali poslabšanje zadovoljstva s službo temeljni dejavnik, ki motivira posameznika, da postane podjetnik. Tudi poznejše raziskave (Mobley, 1977) so dosledno pokazale, da je nezadovoljstvo pri delu povezano z motivacijo za začetek iskanja alternativ. Nezadovoljstvo pri delu lahko povzroči v posamezniku razmišljanje o ustanovitvi podjetja s krajšim delovnim časom kot odgovor na nezadovoljstvo z obstoječim delom ali razmišljanje o podjetju s polnim delovnim časom tako, da zapusti trenutnega delodajalca in se s tem izogne nezadovoljstvu pri delu.

1.4.1 Teorija podjetništva iz nuje in priložnosti

Gilad in Levine sta leta 1986 predlagala model, ki razlaga dva tesno povezana razloga za podjetniško motivacijo, t. i. »push in pull« model. Literatura ta razloga opredeljuje kot dejavnike potiska in potega. Dejavniki potiska (angl. *push*) so opredeljeni kot dejavniki, ki posameznika silijo v podjetništvo. Ti dejavniki lahko izhajajo iz osebnega življenja posameznika ali iz okolja, v katerem živi, ter imajo praviloma negativno konotacijo (Kirkwood, 2009). Primeri »push« dejavnikov so nezadovoljstvo pri delu, težave pri iskanju zaposlitve, premajhna plača ali neprilagodljiv urnik dela. Na drugi strani so dejavniki potega (angl. *pull*), ko posameznik zazna priložnost v okolju in se na podlagi tega odloči za podjetništvo. Primeri »pull« dejavnikov so neodvisnost, samoizpolnjevanje (Segal et al., 2005) in podjetniški zagon, želja po bogastvu, socialnem statusu in moči (Orhan & Scott, 2001).

Global entrepreneur monitoring (v nadaljevanju GEM) raziskave med drugim proučujejo tudi »push in pull« teorijo v okviru zgodnje podjetniške aktivnosti. To merijo z indeksom TEA, ki prikazuje delež odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki je vključena v podjetništvo. Zaradi okvirnih pogojev za podjetništvo prihaja do razlik po stopnjah gospodarstev. Faktorska gospodarstva, za katera so značilni bazično kmetijstvo, izkoriščanje naravnih virov in ustvarjanje regionalnih delovno intenzivnih aglomeracij, imajo v povprečju indeks TEA nujnosti 5,3 %. V inovacijskih gospodarstvih, za katere so značilni vlaganje v raziskave in razvoj, intenzivnost znanj in večanje storitvenega sektorja ter večji potencial za inovativno podjetniško aktivnost, je povprečen indeks TEA nujnosti 1,6 %. Torej lahko rečemo, da imajo faktorska gospodarstva v povprečju 3,5-krat višjo zgodnjo

podjetniško aktivnost zaradi nuje kot inovacijska gospodarstva. Po drugi strani pa razlika pri zgodnji podjetniški aktivnosti iz priložnosti ni tako velika. Faktorska gospodarstva imajo indeks TEA pri zgodnji podjetniški aktivnosti zaradi priložnosti 10,2 %, kar je le 1,5-krat več kot pri inovacijskih gospodarstvih, kjer znaša 7,2 % (Rebernik et al., 2017).

V splošnem velja, da so »pull« dejavniki bolj razširjeni in da so podjetja, ki izhajajo iz »pull« dejavnikov, bolj uspešna (Kirkwood, 2009). To potrjujejo raziskave (Keeble, Bryson, & Wood, 1992; Orhan in Scott 2001), ki navajajo, da posamezniki postanejo podjetniki predvsem zaradi »pull« dejavnikov. GEM poroča, da se v svetu tri četrtine posameznikov odloča za podjetništvo zaradi izkoriščanja priložnosti (Rebernik et al., 2017). Poudariti pa je treba, da v večini primerov ni prisoten samo en dejavnik za vstop v podjetništvo, ampak se navadno pomešajo tako dejavniki nuje kot priložnosti (Orhan & Scott, 2001). Raziskave na področju podjetništva so poskušale opredeliti tudi situacijske in okolijske dejavnike, ki napovedujejo podjetništvo, kot so delo, selitve, prejšnje delovne izkušnje, razpoložljivost različnih virov in vladni vplivi. Te raziskave pa so imele nizko pojasnjevalno moč in sposobnost predvidevanja, tako da je v tej smeri mogoča večja poglobitev (Segal et al., 2005).

1.4.2 Dejavniki vstopa v podjetništvo in razlike med spoloma

Večina raziskav, ki so bile izvedene v industrializiranih ekonomijah, je pokazala, da so najpogostejši motivatorji za vstop v podjetništvo želja po neodvisnosti in samoizpopolnjevanju ter s tem povezani dejavniki, kot sta avtonomija in večji nadzor (Alstete, 2002; Fox, 1998). Ostali motivatorji so bili navadno manj pomembni (Orhan & Scott, 2001). Neodvisnost je opredeljena kot »pull« motivator in velja tako za ženske kot za moške. Pojavlja se v ekonomijah sveta, kjer je del nacionalne kulture, kar močno poudarja odgovornost posameznika, da upravlja s svojim življenjem. Tako moški kot ženske so namreč izpostavili, da je to najpogostejši dejavnik motivacije, ker s tem prevzamejo kontrolo nad svojim življenjem in postanejo sami svoji vodje (Kirkwood, 2009).

Drugi najpogostejši dejavnik so finance. Denar kot motivacija je navadno tudi opredeljen kot »pull« motivator. Posamezniki niso vedno motivirani za vstop v podjetništvo, da bi imeli večje bogastvo (DeMartino & Barbato, 2003), slednje pa je velik motivator za zagon podjetja pri velikem številu potencialnih podjetnikov (Alstete, 2002). Raziskave kažejo, da obstajajo razlike med spoloma, ženske pripisujejo bogastvu kot motivaciji precej manjšo vlogo kot moški. Clain (2000) ugotavlja, da ženske manj poudarjajo pomen denarja in dajejo večjo vlogo dejavnikom, ki niso predmet plačilne liste. Zaključuje, da so v povezavi z bogastvom kot dejavnikom motivacije ženske, ki so zgodovinsko imele nižje plače, v podjetništvo prisiljene, medtem ko so moški, ki so imeli skozi zgodovino višje plače, v podjetništvo potegnjeni. Kirkwood (2009) v svoji raziskavi ugotavlja, da poleg že omenjenih dejavnikov najdemo med »pull« dejavniki še: željo po dosežkih oziroma željo po spremembah, zaznavanje priložnosti na trgu in življenjski slog posameznika, ki je močno povezan z

njegovo družino. Na drugi strani pa ugotavlja, da med »push« dejavnike lahko uvrstimo nezadovoljstvo s trenutno zaposlitvijo, spodbudo s strani delodajalca, spreminjajoči se način dela in motivacijo z vidika družinskega življenja.

Dejavniki »push« motivacije so navadno povezani s trenutno (ne)zaposlitvijo. Če je posameznik nezaposlen ali nezadovoljen s trenutno službo, je to pogosto ključni dejavnik, ki lahko vpliva na podjetniško kariero (Dobrev & Barnett, 2005). Dejavniki »push« motivacije je torej nezadovoljstvo s trenutno zaposlitvijo. Lahko gre za različne stopnje nezadovoljstva, od slabe izkušnje do nezadovoljstva s celotno klimo in politiko v podjetju. Nekateri posamezniki se odločijo, da bodo vstopili v podjetništvo samo zato, da pokažejo in dokažejo tiste sposobnosti in lastnosti, ki jih v prejšnjih podjetjih niso spodbujali. Imajo torej željo dokazati, kako se lahko neko delo opravi bolje in hitreje (Kirkwood, 2009).

Naslednji dejavnik »push« motivacije je spodbuda delodajalca oziroma sprememba dela, bodisi da pomagajo zaposlenemu z začetnim kapitalom bodisi da zanje izvaja zunanje storitve. Ta dejavnik nima tako negativnega prizvoka, kot jih imajo morda ostali (Kirkwood, 2009).

Številni dejavniki, ki motivirajo vstop posameznika v podjetništvo, so povezani z družinskimi dejavnostmi. Usklajevanje družinskih obveznosti, domačega neplačanega dela in družinske politike z delom, ki ga opravljajo za plačilo, je tudi pomemben dejavnik motivacije. Ti so po vsem svetu pogosto označeni kot »push« dejavniki. Za žensko podjetništvo je zato pomembno usklajevanje med obveznostmi, ki jih prinaša družina, gospodinjstvom in službo. Ženske so pri teh dejavnostih bolj motivirane od moških, to pa predvsem zato, ker navadno moški niso tako močno vključeni v vsakodnevno skrb za otroke; pri njih je večji motivator denar, ki ga želijo priskrbeti za svojo družino (Kirkwood, 2009).

Če povzamemo, posamezniki ne vstopijo v podjetništvo zaradi enega samega razloga, temveč navadno več dejavnikov motivacije privede do začetka novega podjetja. Odločitev posameznikov za podjetniško pot je kompleksna in prepletena. Pri dejavnikih motivacije lahko najdemo nekaj razlik med spoloma, v splošnem pa lahko rečemo, da so motivi za podjetništvo relativno enaki pri obeh spolih.

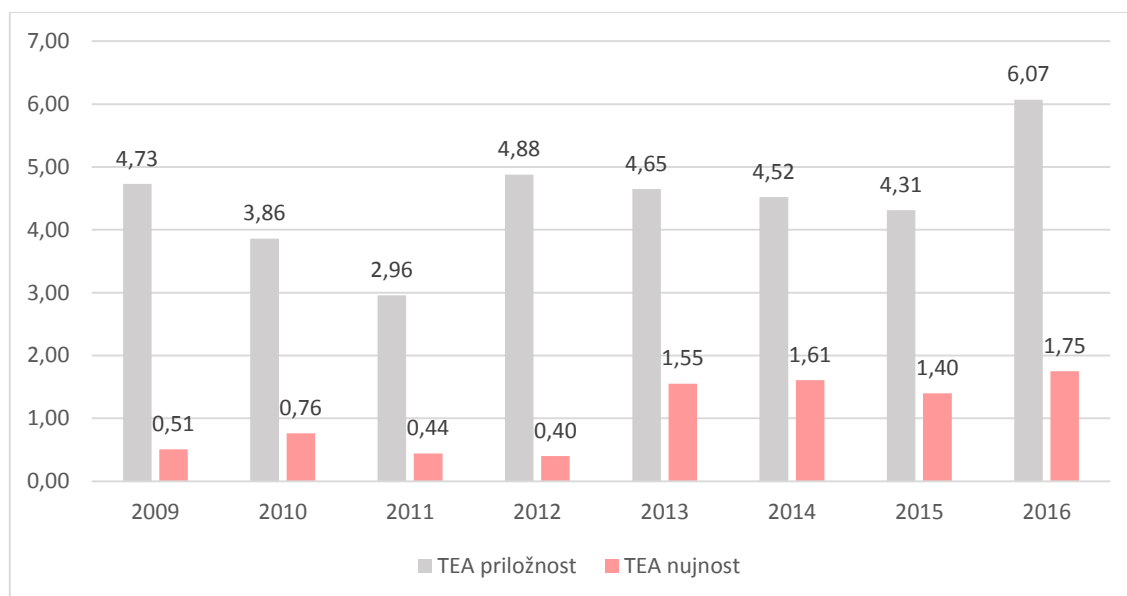
1.5 Motivacija za podjetništvo v Sloveniji

Slovenija se je po poročanju GEM-a v letu 2016 po podjetniški aktivnosti iz priložnosti, ki se meri z indeksom priložnosti TEA, med 65 državami uvrstila na 46. mesto, kar je boljša uvrstitev kot leto prej. Kot smo že omenili, so faktorske države tiste, ki imajo največ zgodnje podjetniške aktivnosti, in ker Slovenija spada med inovativne države, boljšo informacijo daje motivacijski indeks, ki je opisan v nadaljevanju.

Če pogledamo še indeks nujnosti TEA, vidimo, da je Slovenija zasedla 40. mesto med 65 državami, kar je slabše kot leta 2015, ko je bila na 48. mestu. V Sloveniji je torej v primerjavi z drugimi državami sveta narasel delež zgodnjih podjetnikov iz nuje. Ko se primerjamo z ostalimi inovacijskimi gospodarstvi in gospodarstvi Evropske unije, je zaskrbljujoč podatek, da smo pri vključevanju v zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi nujnosti uvrščeni precej višje kot zaradi priložnosti.

Slika 2 prikazuje podjetništvo v Sloveniji, natančneje iz nuje in priložnosti, v letih od 2009 do 2016. Od leta 2009 do 2011 je podjetništvo upadalo, od leta 2012 pa beležimo porast celotnega podjetništva, tako iz nuje kot iz priložnosti. Sklepamo lahko, da posamezniki v okolju zaznavajo več poslovnih priložnosti, kot tudi, da v okolju ne najdejo bolj privlačnih možnosti za ustvarjanje prihodkov.

Slika 2: Podjetništvo iz nuje in priložnosti (v %) glede na celotno prebivalstvo Slovenije od 18. do 64. leta



Vir: Povzeto in prirejeno po M. Rebernik, K. Crnogaj, K. Širec, B. B. Hojnik, M. Rus & P. Tominc, Dinamika podjetniškega potenciala: GEM Slovenija 2016, 2017, str. 83, slika 4.2.

V inovacijskih gospodarstvih se kar 79 % vseh podjetnikov odloči za podjetniško pot zaradi izkoriščanja priložnosti. GEM pri svojih raziskavah združuje posamezne motive v skupine in jih med seboj primerja. Med podjetniki, ki vstopijo zaradi priložnosti, jih je nekaj takih, ki želijo z vstopom izboljšati svoj položaj, in sicer s povečanjem neodvisnosti ali dohodka, nekaj jih pa želi ohraniti raven svojih dohodkov. Podjetnike, ki želijo izkoristiti priložnost in tako povečati svoje prihodke in neodvisnost, imenujemo razvojno usmerjeni podjetniki (angl. *improvement-driven opportunity entrepreneurs*). Primerjavo med temi podjetniki in podjetniki, ki to postanejo iz nuje, opisujemo z motivacijskim indeksom. Izračuna se kot razmerje med deležem razvojno usmerjenih podjetnikov in deležem podjetnikov iz nuje.

Indeks je v faktorskih gospodarstvih v povprečju 1,2 v prid razvojno usmerjenih podjetnikov, v inovacijskih pa je indeks 3,9. Slovenija ima motivacijski indeks 2,67, kar pomeni, da imamo 2,67-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot tistih iz nuje. V letu 2016 se je razmerje bistveno izboljšalo v primerjavi z letom 2015, ko smo imeli motivacijski indeks 1,9; torej 1,9-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje (Rebernik et al., 2017).

2 ŽENSKO PODJETNIŠTVO

2.1 Razumevanje ženskega podjetništva

Pojav ženskega podjetništva, s čimer razumemo tako delež ženskih lastnic podjetij kot tudi njihovih podjetij, se obravnava kot potencialni vir gospodarskega in socialnega razvoja. Pojav vzbuja veliko razprav o tem, kaj ženske delajo oziroma ne delajo v primerjavi z moškimi. Prav zato so zelo aktualna vprašanja »kdo«, »zakaj«, »kje« in »kako«, s katerimi poskušamo razumeti ustanavljanje, razvoj in rast podjetij.

Iz sedanjega poročila GEM o ženskah podjetnicah je razvidno, da v večini mest po svetu narašča število žensk, ki začnejo in vodijo nova podjetja. Poročilo prav tako nakazuje, da obstaja veliko različnih vrst žensk, ki ustvarjajo različna podjetja. Nekatere ženske na primer motivira nujnost, torej začeti poslovati, ker ni drugih možnosti za podporo njihovim družinam. Druge ženske so motivirane s priložnostmi, saj zaznavajo priložnosti na trgu, spet tretje pa spodbudi kombinacija nujnosti in priložnosti. Hkrati obstaja tudi zelo velika razlika pri sodelovanju žensk v različnih vrstah podjetništva, samozaposlenih ali partnerstvih, pa tudi širše razlike v industriji, starosti, stopnji izobrazbe in prizadevanjih za rast. Z drugimi besedami, ni značilnega profila podjetnice, zato podjetnic ne bi smeli obravnavati enako ali celo kot enotno populacijo.

Razumevanje ženskega podjetništva je različno v različnih krajih in kontekstih. Natančneje, kontekstualni dejavniki, kot so fizični kraj, politika, religija in kultura, močno vplivajo na ženske podjetniške izbire in vedenja. In končno, ženske imajo v različnih krajih sveta drugačne podjetniške izkušnje v zvezi z njihovim dostopom do priložnosti ter trgov in virov, zlasti tistih, ki se nanašajo na kapital.

Področje koristi žensk, ki vstopijo v podjetništvo in imajo v lasti podjetja, je dobro raziskano in dokumentirano. Poročilo Svetovno zaposlovanje in socialna perspektiva: Trendi 2015 (angl. *The World Employment and Social Outlook: Trends 2015 report*, v GEM Women's Entrepreneurship 2016/ 2017 Report, 2017) ugotavlja, da so spolne vrzeli še vedno prisotne na trgu dela ter da so za ženske značilni večja brezposelnost in nižji zaslužki, vendar kljub temu navaja pomembne koristi za spodbujanje in podpiranje ženskega podjetništva. Poleg tega Svetovna banka (angl. *World Bank*, v GEM Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, 2017) prikazuje, da ženske podjetnice znatno prispevajo h gospodarski rasti in

zmanjševanju revščine, čeprav so finančno in socialno bolj omejene kot moški. Ženske podjetnice bolj verjetno prispevajo k izobraževanju otrok, zdravju in skrbi za prehrano v primerjavi z moškimi podjetniki. Zanimive rezultate je pokazala tudi analiza na pobudo Goldman Sachs 10,000 Women, v kateri sodelujejo ženske podjetnice iz 43 držav, ki so mentorice drugim ženskam v svojih skupnostih v podjetništvu. Inštitut Brookings ugotavlja, da je podjetništvo morda edini način za podporo ženskam, ki živijo v skrajni revščini po vsem svetu, saj ženske s podjetništvom pridobivajo dohodke in zagovarjajo svojo neodvisnost in aktivno družbeno vlogo (GEM Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, 2017).

2.2 Definicija ženskega podjetništva

Ženska podjetnica je oseba, ki sprejme zahtevno vlogo pri izpolnjevanju svojih osebnih potreb in postane ekonomsko neodvisna. Močna želja storiti nekaj pozitivnega je kakovost podjetniških žensk, ki so sposobne prispevati vrednote tako v družinskem kot v družbenem življenju (Ramesh, 2013).

Orhan in Scott (2001) ugotavljata, da so temeljne podobnosti med moškimi podjetniki in ženskami podjetnicami predvsem v dejavnikih ključnih motivov, kot sta želja po neodvisnosti ali samopodobi ter nagnjenost k notranjemu nadzoru.

Jennings in Cash (2006) navajata, da obstaja trdna podlaga empiričnih raziskav, ki kažejo na to, da se poslovanje podjetja, katerega lastniki so moški, razlikuje od tistega, ki ga vodijo ženske, glede:

- socialnega in človeškega kapitala,
- motivacije,
- ciljev in meril uspešnosti,
- rastne usmeritve,
- strateške odločitve in
- uporabe finančnega kapitala.

Fenomen ženskega podjetništva postaja vse bolj globalen. Vlade ga priznavajo kot ključni sektor rasti in zagona. Po podatkih GEM-a se je delež podjetij v lasti žensk v letu 2017 v svetovnem merilu povečal za 6 % v primerjavi z letom 2016. Čeprav so ženske podjetnice skoraj povsod v manjšini, obstajajo precejšnje razlike med državami. V samo treh državah sveta imajo ženske enak ali višji delež v podjetništvu kot moški, in sicer v Ekvadorju, Vietnamu in Braziliji. Najnižji delež žensk v podjetništvu ima Evropa, najvišjega pa Pod – saharska Afrika (GEM Women's Entrepreneurship 2016/ 2017 Report, 2017).

Bruni, Gherardi in Poggio (2004) v svoji raziskavi navajajo, da večina žensk podjetnic deluje v terciarnem sektorju (trgovina in zlasti storitve), znatno pa se povečuje tudi njihov delež v

tradicionalnem sektorju, ki je pripadal primarno moškemu spolu. Pri obrazložitvi, zakaj ustvarijo nova podjetja predvsem v storitvah (inovativna gospodarstva), so bili zbrani vsaj trije argumenti (Bruni et al., 2004):

- je sektor, v katerem imajo največ znanja in izkušenj,
- ženske pogosto nimajo posebnih tehničnih veščin, kar jih odvrča od zagona podjetij v proizvodnih in visokotehnoloških sektorjih, pa tudi zmanjšuje verjetnost preživetja v teh sektorjih, in
- pri pridobivanju finančnih virov se ženske srečujejo s težavami in zato izberejo nizko kapitalsko intenzivne dejavnosti, kot so tiste v storitvenem sektorju.

Sektorji industrije, v katerih delujejo ženske podjetnice, se zelo razlikuje od regije. Na geografski lokaciji Severne Amerike je veliko žensk podjetnic, ki delujejo v informacijsko-komunikacijsko tehnološkem sektorju (v nadaljevanju IKT), predvsem v Kanadi, kjer poročajo o najvišjem deležu žensk podjetnic v IKT-sektorju izmed vseh držav, ki jih zajema GEM v svojih raziskavah. Severna Amerika ima visok delež žensk podjetnic v storitvenem sektorju, ampak predvsem na področju financiranja, poklicne, upravne in potrošniške dejavnosti. V podsaharski Afriki ženske podjetnice v več kot 85 % delujejo v kmetijstvu, rudarstvu, proizvodnji, prevozu ali trgovini na drobno. Le malo žensk začne delovati v storitvenem sektorju in še manj jih začne z IKT. Severna Amerika in Evropa imata relativno nizko udeležbo podjetnic v veleprodaji in maloprodaji, polovico manj kot v poročilih za podsaharsko Afriko, Latinsko Ameriko in Azijo. Evropa tako kot Severna Amerika poroča o visoki udeležbi žensk v storitvenih dejavnostih. Ta sektor predstavlja skoraj tri četrtine ženskih podjetnic v Švici in na Nizozemskem. V storitvenem sektorju so še posebej priljubljene storitve za zdravje, izobraževanje in socialo (GEM Women's Entrepreneurship 2016/ 2017 Report, 2017).

Bruni et al, (2004) so na podlagi najbolj znanih klasifikacij profila ženske podjetnice (Goffee and Scase, 1985, Cromie & Hayes, 1988, Monaci, 1997) poskušali opredeliti lastnosti tipične ženske podjetnice. Te so lahko:

- mlade ženske brez cilja, ki so ustanovile podjetje kot alternativo brezposelnosti;
- uspešne mlade ženske, za katere podjetništvo ni več naključna ali obvezna izbira, temveč dolgoročna poklicna strategija;
- močno usmerjene ženske, običajno brez otrok, ki vidijo podjetniško dejavnost kot priložnost za večjo strokovno izpolnitev ali kot sredstvo za premagovanje ovir pri kariernemu napredku, s katerim se srečujejo v prejšnjih podjetjih;
- ženske z znatnimi delovnimi izkušnjami, ki morajo uskladiti delo in družinske odgovornosti in zato iščejo rešitev, ki jo daje fleksibilnost v lastnem podjetju;
- ženske (navadno nizko kvalificirane), ki so zapustile svoja predhodna delovna mesta, ki skrbijo za družine in so motivirane predvsem z ekonomskim dejavnikom ali željo po ustvarjanju in samoizpopolnitvi zunaj družine;

- ženske, ki izhajajo iz družinskih podjetij in je vodenje podjetja dolgoletna tradicija;
- ženske, ki jih antagonist kulture spodbudi h konvencionalnim podjetniškim vrednotam, ki oblikujejo pobude za spodbujanje interesov ženske v družbi.

Študije, izvedene v večini zahodnih držav, opredeljujejo tri glavne vrste ovir za žensko podjetništvo. Prvič, socialno-kulturni položaj žensk, ki opredeljuje primarno vlogo žensk z družinskimi in domačimi odgovornostmi ter tako zmanjšuje verodostojnost žensk, ki si prizadevajo za ustanavljanje podjetij v različnih državah. Drugič, dostop do mreže informacij in pomoči, ki so pogosto glavni vir informacij in stikov, vendar enako pogosto obsegajo več ali manj odkritih mehanizmov izključevanja spolov (Aldrich, Reese & Dubini, 1989). Tretjič, dostop do kapitala. Ko ženske podjetnice zaprosijo za finančna sredstva banke, agencije, prijatelje, sorodnike ali partnerja, se najverjetneje soočajo z domnevo, da se kot ženske ne morejo ukvarjati z denarjem (Bruni et al., 2004).

2.3 Razvoj ženskega podjetništva

V 70. letih prejšnjega stoletja se začne pravo žensko podjetništvo, v tem času so prve generacije žensk zaključile šolanje in hrepenele po neodvisnosti. Da bi izpolnile svoje želje in ambicije, so se odločile za samozaposlovanje. To je bil pomemben korak, ki ni bil storjen iz nemoči ali prisile, ampak z vnemo bo boljšem življenju. V tem desetletju so bile ženske v prehodnem obdobju. Na eni strani niso mogle iz tradicionalne dejavnosti skrbeti za svoj dom, svoje zakonce, starše in otroke, po drugi strani pa so si želele priti samostojno v gospodarske dejavnosti (Ramesh, 2013).

Ko sta leta 1983 Hisrich in Brush (v Segal et al., 2005) v svoji raziskavi prvič profilirala značilnosti žensk podjetnic, nista vedela, da bo vse od takrat število raziskav na to temo stalno naraščalo. Raziskave vključujejo vzgojno in delovno okolje, psihološke značilnosti, motivacijo, zaznavanje kariernih učinkovitosti, usposabljanje in razvoj spretnosti, zaslužek, načine upravljanja, zunanje mreženje, željo po uspehu in ovire. Hkrati pa je bilo zelo malo pozornosti namenjene razumevanju želje žensk, da postanejo podjetnice (Segal et al., 2005).

V 80. in 90. letih je opaziti vidno spremembo v ženskem podjetništvu. Ta leta so pomenila pomemben preboj za ženske, da postanejo podjetnice na številnih področjih. Ženske so pridobile pogum za nove začetke, starši pa so postopoma razvili tudi nov način razmišljanja. Tradicionalna praksa, da mora ženska v družinskem podjetju sodelovati tako, da priskrbi dediča moškega spola, ki bo peljal podjetje naprej, se spremeni. Starši so začeli tudi na svoje dediče, ki so bili ženskega spola, gledati drugače in jim dajati priložnost. Obenem je to novo miselnost podprla tudi vlada s spremembo zakona o dedovanju, ki je ženski in moškemu po novem dajal enako pravico pri delovanju premoženja.

Pomemben dejavnik v spremenjenem pogledu na žensko podjetništvo je omogočala tudi strokovna izobrazba mladih žensk, ki je omogočala vedno večjo stopnjo samozaposlovanja

žensk. Mnoge so postale poslovne partnerice v domačem družinskem podjetju; veliko število se jih je odločilo za lastne ambulante. Inženirke, ki so diplomirale in si pridobile ustrezno izobrazbo, so odprle svoje svetovalne pisarne, ki so zagotavljale vrsto tehničnih storitev. Njihova področja so bila med drugim tudi odvetništvo, gostinstvo, turizem in administracija (Ramesh, 2013).

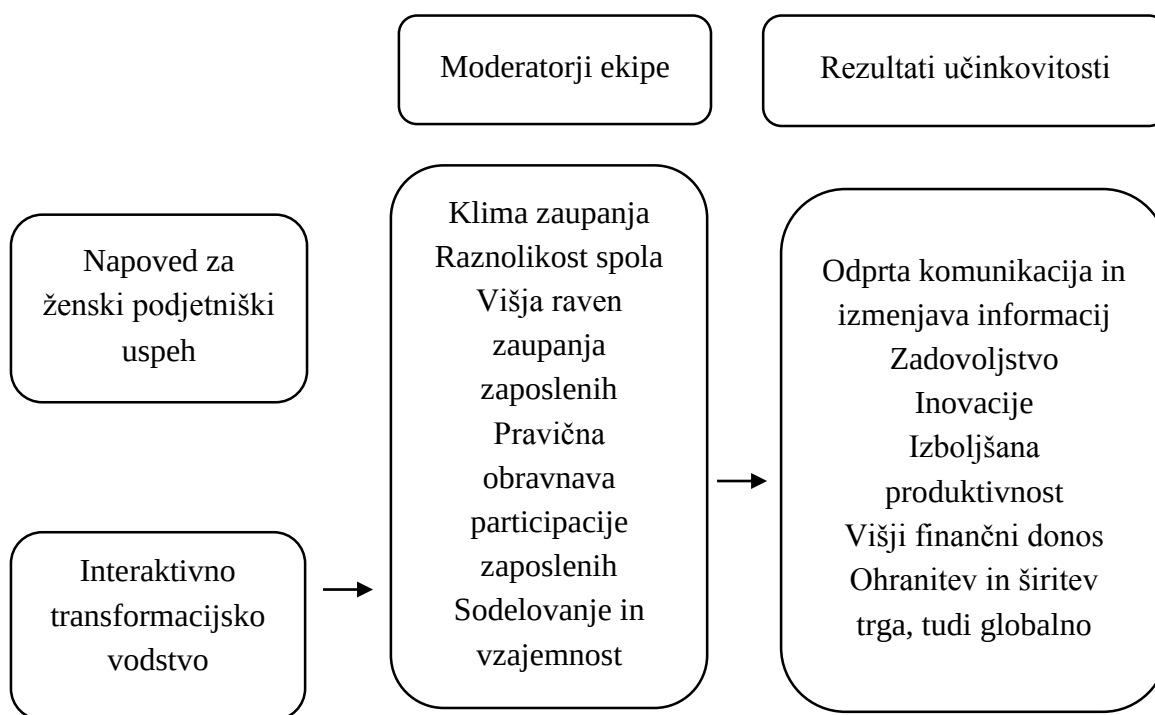
S prihodom medijev se ženske pričnejo zavedati lastnih lastnosti, ki so potrebne za poslovanje v vsaki panogi. V hitro rastoči digitalni družbi se poraja veliko izzivov in priložnosti za ženske, da postanejo ustvarjalke delovnih mest namesto iskalke zaposlitve. Priznane so kot oblikovalke, notranje dekoraterke, izvoznice, založnice, proizvajalke oblačil in še vedno raziskujejo nove poti gospodarske participacije. Ženske v razvitih narodih so priznane in so bolj izrazite v poslovnem svetu. Leto 2010 je bilo prvič, ko je bilo več žensk v delovni sili kot moških. Število podjetij, ki so v lasti žensk, se je med letoma 1997 in 2011 povečalo za 50 %, medtem ko se je delež moških podjetij v istem obdobju povečal le za 25 % (po poročilu American Express v Ramesh, 2013).

V digitalni dobi vse več gospodinjstev potrebuje dvojne prihodke, kar pomeni, da morata za finančno stabilnost družine skrbeti oba partnerja. Tehnološki napredki omogočajo delovno mesto za ženske, ki želijo uravnotežiti družino in svojo kariero. Močne komunikacijske spretnosti in socialna inteligenca, sodelovanje in sposobnost pozornega poslušanja so določene sposobnosti, ki ustvarjajo konkurenčno prednost žensk, hkrati pa so nagnjene k poslovanju z manjšim tveganjem zaradi varnosti. Dinamičen podjetniški sektor je eden od različnih dejavnikov za blaginjo gospodarstva, ki je potreben za povečanje bogastva in inovacijske zmogljivosti razvitih držav (Ramesh, 2013).

Med začetno in razvojno fazo podjetij se zdi, da ženske navadno ne uporabljajo namernega pristopa; to je model upravljanja, za katerega je značilno ločeno in racionalno zaporedje ukrepov (določitev priložnosti, nastavitev ciljev za rast podjetij, pridobivanje sredstev, proizvodnjo in trženje blaga in storitev, oblikovanje formalno opredeljene organizacijske strukture). Še več, medtem ko imajo moški v glavnem značilni »transakcijski« slog (vključno z izmenjavo rezultatov za nagrade in vodenje skozi nadzor), ženske kažejo izrazite sposobnosti v »transformacijskem« vodstvu: slog upravljanja, ki poskuša spodbuditi pozitivne interakcije in zaupanje s/med podrejenimi, tako da delijo moč in informacije ter spodbujajo zaposlene k podreditvi svojih osebnih ciljev in interesov kolektivnim ciljem (Rosener, 1990).

Predpostavke, prikazane na Sliki 3, omogočajo razumevanje moči ženske in interaktivno transformacijskega stila vodenja (spremenljivka napovedovanja), ki ga uporabljajo v skupini za ustvarjanje ozračja zaupanja in krepitev moči (moderator spremenljivke).

Slika 3: Predlogi podjetniške učinkovitosti ženskega vodstva



Vir: Povzeto in prirejeno po D. Moore, J. L. Moore & J. W. Moore, *How women entrepreneurs lead and why they manage that way*, 2011, str. 226, slika 2.

Posledični organizacijski rezultati vključujejo odprto komunikacijo, zadovoljstvo zaposlenih, inovativnost in večjo produktivnost, ki jo skupaj zagotavljajo večji finančni donos in možnosti za čvrsto rast (Moore et al., 2011).

2.4 Žensko podjetništvo danes

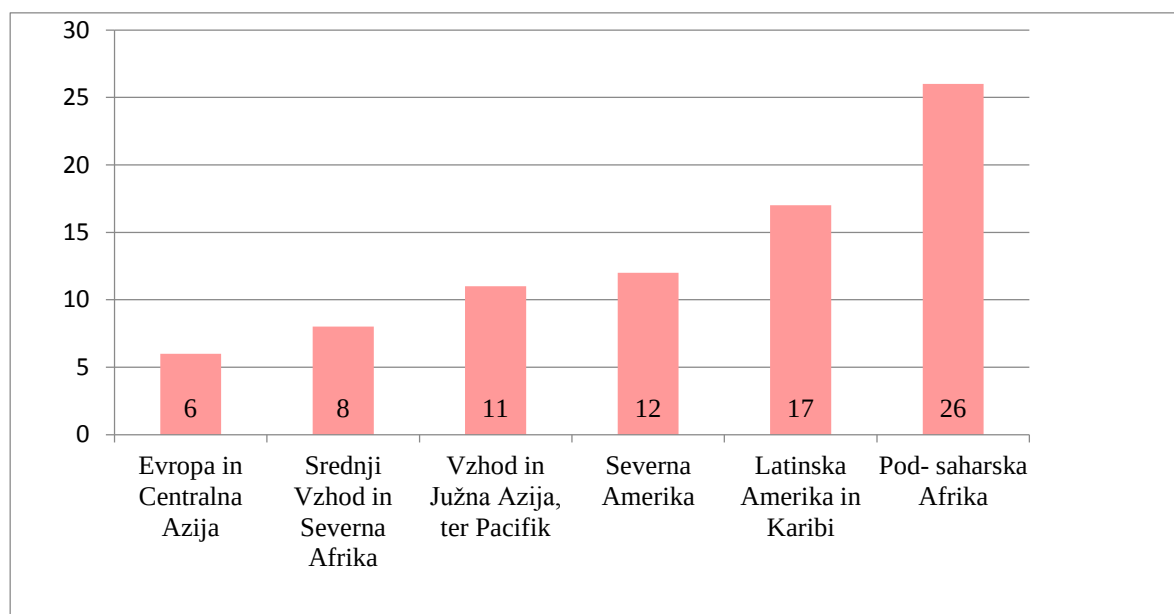
V sodobnem času se je vloga žensk v podjetništvu še dodatno okrepila. V letu 2016 je bilo ocenjeno, da je 163 milijonov žensk začelo ali vodilo novo podjetje v 74 gospodarstvih sveta. Poleg tega ocenjujejo, da ženske vodijo v globalnem oziru 111 milijonov uveljavljenih podjetij. Slednje dokazuje vpliv žensk podjetnic po vsem svetu in hkrati poudarja njihove prispevke k rasti in blaginji družbe. Ženske podjetnice zagotavljajo dohodke svojim družinam, zaposlovanje za svoje skupnosti ter izdelke in storitve, ki prinašajo novo vrednost svetu okoli njih (GEM Women's reports Entrepreneurship 2016/17 report, 2017).

Ženske postajajo ambiciozne in si ustvarjajo delovna okolja na doslej novih področjih, želijo si razvoja samostojne dejavnosti. Samozaposlitev žensk tako ni več pojmovana kot izraz nemoči ali prisile, temveč ravno nasprotno, postala je zaželena izbira mnogih žensk, ki želijo oblikovati in razviti svoje lastno podjetje. Spremenila se je tudi miselnost žensk, saj dojemajo samozaposlitev kot sestavni vidik svojega življenja; poklic pa poleg družine in doma kot enako pomemben ključni dejavnik v njihovem življenju. Čeprav ženske

sprejemajo tradicionalno miselnost starejše generacije, pa danes pričakujejo in zahtevajo razumevanje in podporo svojih mož in otrok, da imajo svojo poklicno izbiro in neodvisni poklic. Ženske podjetnice si predvsem želijo, da se njihov glas sliši, ker so sposobne prispevati k rasti in uspešnosti gospodarstva (Ramesh, 2013).

GEM v svojem poročilu za leto 2016/17 prikazuje viden napredek v zadnjih dveh letih pri zmanjševanju razlike med spoloma v gospodarstvih, ki sodelujejo v raziskavi. Indeks žensk TEA (indeks TEA je ena od temeljnih mer raziskave GEM in prikazuje delež odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo) se je povečal za 10 %, razlika v spolu pa se je zmanjšala za 5 %. Na Sliki 4 lahko vidimo podjetniško aktivnost žensk, starih od 18 do 64 let, v odstotku, za ves svet.

Slika 4: Povprečje ženske podjetniške dejavnosti (v %) po svetu v primerjavi s prebivalstvom od 18. do 64. leta



Vir: Povzeto in prirejeno po GEM Women's reports Entrepreneurship 2016/17 report, 2017, str. 18, slika 5.

Tudi zadnji dve raziskavi GEM-a potrjujeta, da se je v vseh sodelujočih gospodarstvih povečalo zaznavanje možnosti za podjetništvo, zmanjšale pa so se razlike med spoloma.

Druga področja napredka vključujejo še porast uveljavljenih žensk podjetnic in povečane podjetniške namere. Podjetja, ki so v lasti žensk, so za 5 % bolj inovativna v svojem poslovanju kot podjetja, ki so v lasti moških. Povečanje indeksa TEA je povezano tudi z večjim zaznavanjem možnosti in namere. Napoved kaže, da se bodo omenjeni trendi nadaljevali, zato je pričakovati zmanjševanje razlike v spolu pri zagonskih aktivnostih v prihodnosti (GEM Women's reports Entrepreneurship 2016/17 report, 2017).

2.5 Skriti potencial ženskega podjetništva

Podjetja, ki so v lasti žensk, pridobivajo gospodarski pomen po vsem svetu (Ekinsmyth, 2014). Tako znanstveniki kot vlade se trudijo osredotočiti in spodbujati proces podjetništva, saj simbolizira inovativno in dinamično okolje. Žensko podjetništvo je bilo prepoznano kot ključni sektor rasti za inovacije in delovna mesta (Orhan & Scott, 2001), ki je pridobil dodaten zagon v obdobju zadnje gospodarske krize (Ekinsmyth, 2014).

Čeprav je bil dosežen napredek na več področjih, nekateri izzivi za podjetnice ostajajo prisotni. Ti v primerjavi s podjetji, ki so v lasti moških, vključujejo: večjo stopnjo motivacije za vstop v podjetništvo iz nuje kot pa motivacije za vstop iz priložnosti, nižjo pričakovano rast in višjo stopnjo ukinitve poslovanja. Prikazuje se torej potreba po večji podpori ženskam podjetnicam, predvsem v obliki treniranja, dostopnosti do kapitala, izobraževanja in usposabljanja, ki bi podjetjem v lasti žensk omogočala daljši obstoj na trgu (GEM Women's reports Entrepreneurship 2016/17 report, 2017).

Podjetniški potenciali žensk so se postopoma spreminjali glede na naraščajočo občutljivost za vidnejšo vlogo in ekonomski položaj žensk v družbi. Spretnost, znanje in prilagodljivost v poslu so glavni atributi za ženske, ki se podajo v poslovne podvige. Ženska podjetnica je oseba, ki sprejema zahtevno vlogo za izpolnjevanje svoje osebne potrebe in postane ekonomsko neodvisna. Želja, ki je pri ženskah podjetnicah izrazito prisotna, je narediti nekaj pozitivnega in prispevati dodano vrednost tako v družini kot tudi širše v družbenem življenju (Ramesh, 2013).

GEM v svoji raziskavi o ženskem podjetništvu opozarja na nekaj paradoksov, ki jih je morda težje razložiti. Namreč, ko se stopnja gospodarskega razvoja dviguje, se stopnja podjetniške udeležbe žensk zmanjšuje. Enako velja za žensko dožemanje lastne sposobnosti na začetku poslovanja, ki je obratno povezano s stopnjo razvoja: nižja je v inovacijskih gospodarstvih in višja je v manj razvitih gospodarstvih. Podoben trend je opazen tudi pri izobraževanju. Razlagamo si lahko, da je splošno izobraževanje morda manj pomembno pri oblikovanju podjetniških kompetenc ali pri razvoju zaupanja v podjetniške dejavnosti (GEM Women's reports Entrepreneurship 2016/17 report, 2017).

V evropskih državah obstajajo različne ravni političnega sodelovanja na področju ženskega podjetništva. Kljub očitnim koristim, ki bi jih države imele od večje udeležbe žensk v podjetništvu, je odziv politike pogosto omejen na splošne izjave o pomenu enakih priložnosti za oba spola. Večina programov podpore se osredotoča na posameznike, ki želijo ustanoviti podjetje. Čeprav so ti programi sicer pomembni, je opaziti morda premalo pobud, ki zagotavljajo informacije, znanje in vire, ki so pomembni za poslovni razvoj in privlačijo podjetnike, zlasti ženske, da razvijejo svoja podjetja (Piacentini, 2013).

Zvezdana Bercko (2012) razlaga, da predstavljajo ženske podjetnice v Evropi najbolj neizkoriščen potencial na področju podjetništva. Z naraščanjem deleža žensk v podjetništvu bi na evropski ravni prispevali tudi k višanju deleža žensk na celotnem trgu dela. S tem bi se lahko približali uresničitvi cilja, da bo leta 2020 v Evropi 75 % stopnja zaposlenosti (Evropska komisija, b. l.).

2.6 Žensko podjetništvo v Sloveniji

2.6.1 Pregled zgodovine

V Sloveniji lahko o ženskem podjetništvu kot gibanju z aktivno vlogo govorimo šele v začetku 90. let prejšnjega stoletja. K odločitvi žensk, da postanejo podjetnice, sta prispevala predvsem dva dejavnika.

Prvi dejavnik je ekonomska kriza, ki je v času tranzicije povzročila veliko stopnjo brezposelnosti žensk (Glas & Drnovšek, 2000), predvsem v pretežno ženskih panogah, kot sta tekstilna in obutvena industrija (Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje, b. l.). Drugi dejavnik je skrita diskriminacija, ki je razočarala ženske, zaposlene v večjih podjetjih, ki so bila v družbeni lasti (Glas & Drnovšek, 2000). V tem obdobju so bile ženske v Sloveniji dobro izobražene, število študentk na univerzah je v 80. letih 20. stoletja preseglo število moških študentov. Zanimiv je podatek, da je ženskem tudi v času porodniškega dopusta bila priznana delovna doba, ki se je upoštevala pri upokojevanju. Dobro razvita mreža vrtcev po državi in pomoč družinskih članov sta omogočila in podpirali možnost žensk pri nadaljevanju njihove poklice in kariere poti. Delež delovno aktivnih žensk se je postopoma povečeval; in sicer je bil na začetku prejšnjega stoletja 20 %, leta 1952 je znašal 33,3 %, v letu 1996 pa je obsegal že 48,8 % (Glas & Petrin, 1998). Po zadnjih podatkih je stopnja delovne aktivnosti za ženske v 4. četrtletju 2017 znašala 50,8 % (Statistični urad Republike Slovenije, 2017).

2.6.2 Žensko podjetništvo v Sloveniji danes

Današnje stanje ženskega podjetništva smo zaradi pomanjkanja slovenske literature na tem področju poskušali razumeti in prikazati predvsem skozi izkušnje žensk podjetnic. Na podlagi pogovora v oddaji Prava ideja (2012) z gospo Marto Turk, ki si že vrsto let prizadeva za rast ženskega podjetništva v Sloveniji, povzemamo naslednje: Žensko podjetništvo ni pomembno le za ženske, temveč je velikega pomena za celotno družbo. Slednja se sicer strinja, da je treba poskrbeti za družine in imeti v vse bolj starajoči družbi podmladek, hkrati pa se soočamo z vedno večjim problemom zaposlovanja mladih žensk, tudi visoko izobraženih. Ženske so iznajdljive in delujejo intuitivno, kar je v poslu zelo dragocena kompetenca, prav tako so ekološko in socialno bolj usmerjene. Primerjalne analize ugotavljajo, da ženske podjetnice za razliko od moških podjetnikov lažje začnejo posle, ki morda niso tako profitni, imajo pa dolgoročno boljši vpliv na okolje. V raziskavah, ki jih je Turkova opravila na slovenskih podjetnicah, ugotavlja, da se najpogosteje odločajo začeti z

manjšimi posli v storitveni dejavnosti in v okviru teh čez nekaj let iščejo možnosti razširitve, morda tudi na bolj proizvodno naravnane priložnosti. Hkrati poudari, da slovenska podjetnica ves čas skrbi za svoje izobraževanje in izobraževanje svojih zaposlenih. Opravila je tudi raziskavo, kako je recesija vplivala na ženske v Sloveniji. Vzorec so oblikovali na podlagi vseh 12 statističnih regij v Sloveniji, na ženskah, starih od 18 do 57 let. Ugotovitve kažejo, da so ženske kljub nižjemu življenjskemu standardu ohranile pozitiven pogled v prihodnost. Zavedale so se, da je treba delati, reorganizirati svoje življenje in prilagoditi svoje cilje. Zaključuje s tem, da je potrebnih v Sloveniji več spodbud prav za žensko in družinsko podjetništvo.

Kot odgovor na te izsledke je v letu 2016 nastal program spodbujanja ženskega podjetništva »Podjetništvo je ženskega spola«, ki se je izvajal v sodelovanju Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, javne agencije SPIRIT Slovenija, Zavoda Republike Slovenije za zaposlovanje in Gospodarske zbornice Slovenije osrednjeslovenske regije (Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje, 2016). Program je obsegal uvajanje v podjetništvo, ki je trajalo več kot dva meseca. Prvi termin je obiskovalo 400 žensk, od katerih jih je kar 172 podjetnic odprlo svoja podjetja v prvih dveh mesecih po prejemu certifikata.

V Sloveniji smo v letu 2016 zabeležili ponovni porast podjetniške aktivnosti žensk. Natančneje, delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v primerjavi z vsemi podjetniki je od leta 2012 do 2016 variiral. Najnižji je bil leta 2012, ko je znašal 24,28 %, potem je rasel in dosegel višek v letu 2014, ko je znašal 33,90 %, leta 2015 je padel za 6 odstotnih točk, v letu 2016 pa je znašal 31,84 %. Celotno obdobje pa je bil slovenski delež bistveno nižji od povprečja držav, ki so zajete v raziskave GEM-a, v letu 2016 je bil nižji kar za dobrih 7 odstotnih točk. Tudi povprečje v Evropski uniji je za dobrih 5 odstotnih točk višje kot v Sloveniji in znaša 36,90 % zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v primerjavi z vsemi podjetniki. Delež ustaljenih podjetnic med vsemi podjetniki pa se je zvišal, in sicer s 26,76 % v letu 2015 na 27,15 % v letu 2016 (Rebernik et al., 2017).

Kljub porastu na tretjino novih in nastajajočih podjetnic pa ne moremo trditi, da se je vključevanje žensk v zgodnjo podjetniško aktivnost bistveno izboljšalo, saj ima Slovenija v primerjavi z ostali državami velik zaostanek. Uvrstila se je šele na 54. mesto med 65 državami, ki so zajete v raziskavo, po deležu žensk, vključenih v zgodnjo podjetniško aktivnost. Prav tako se je delež ustaljenih podjetnic v letu 2016 nekoliko povečal in znaša 27,15 %, a še ne dosega ravni iz leta 2014. Sklepamo lahko, da ostajajo ženske v slovenskem podjetništvu še neizkoriščen potencial v vseh fazah podjetniške aktivnosti (Rebernik et al., 2017).

Premiki v pravo smer se kažejo tudi z ustanovitvijo organizacije CEED ali, bolje rečeno, centra, v katerem se povezujejo podjetniki z vsega sveta v različnih projektih. Podjetnikom je omogočen dostop do svetovanja, učenja iz praktičnih znanj in izkušenj s strani izkušenih

podjetnikov in menedžerjev. Bolgarija je bila prva država, kjer je zaživel center CEED, v letu 2006 pa je bil kot ustanovljen tudi center CEED v Sloveniji (Ceed Slovenia, b.l.). CEED Slovenija je februarja 2018 zaključil z izborom 24 žensk podjetnic za program Women Entrepreneurs Inspire (v nadaljevanju WE Inspire), ki je namenjen podpori podjetnicam na začetku njihove podjetniške poti in tistim, ki že delujejo v svojih podjetniških projektih in prizadevanjih. Projekt je začel delovati v začetku leta 2017 v partnerstvu z ameriškim veleposlaništvom v Ljubljani s ciljem vzpostaviti podporno okolje v smislu izobraževanja in individualne podpore za izvajanje poslovnih idej. Ta program namerava podpreti mlade ženske, ženske, ki ostanejo brez zaposlitve na koncu porodniškega dopusta ali ob koncu svoje kariere, invalidne ženske, ženske, ki pripadajo različnim etničnim skupinam ali manjšinam, in priseljenke. Program WE Inspire financira Urad za globalna ženska vprašanja ameriškega državnega sekretarja kot del njihovega sklada. S tem programom je državno ministrstvo namenilo več kot 70 milijonov dolarjev lokalnim organizacijam v 85 državah po vsem svetu.

Na srečanju ob zaključku izbora je Barbara Bregar-Mrzlikar, direktorica CEED Slovenija, poudarila, da je podjetništvo najboljše orodje za ustvarjanje lastne poklicne strasti, kasneje pa so uspešne in navdihujoče slovenske podjetnice delile svoje izkušnje neposredno z udeleženci. Svetovno priznana kuharica in zvezda kuharske serije na Netflixu, Ana Roš, je delila svojo zgodbo o uspehu in poudarila, da je kljub ženskemu spolu bila deležna podpore svoje družine in širšega okolja (Ceed global, b. l.).

Povzamemo lahko, da v Sloveniji spol in starost v zgodnji podjetniški aktivnosti ne igrata pomembne vloge, s čimer se strinjajo Rebernik et al. (2017). Tako pri podjetnicah kot pri podjetnikih je najpogostejša starost med 18. in 34. letom. Hkrati vidimo, da je porazdelitev med spoloma po starostnih skupinah precej dobro usklajena. Poročilo gospodarskega foruma (angl. *The Global Gender Gap Report 2016*, v Rebernik et al., 2017), ki z indeksom enakosti med spoloma primerja 144 držav sveta, uvršča Slovenijo na visoko 8. mesto. Slovenija tudi po indeksu, ki zajema vključevanje na trg dela, zaseda 18. mesto in svoj rezultat izboljšuje že od leta 2006, ko se je pridružila raziskavi. Iz tega lahko sklepamo, da je Slovenija na pravi poti ženskega podjetništva.

3 VSTOP ŽENSK V PODJETNIŠTVO

3.1 Motivacija žensk za podjetništvo

Raziskovalci se pospešeno ukvarjajo z odkrivanjem razlogov in motivov, zakaj se ženske odločajo za podjetništvo. Prvič, dokazano je, da je prav tako kot pri moškem spolu tudi pri ženskem največji motiv za vstop v podjetništvo prav želja po neodvisnosti in samoizpopolnitvi.

Poleg tega je zelo pomembna tudi fleksibilnost v delovnem času, ki jo tovrstna zaposlitev omogoča vsaj v neki meri. Ta dejavnik obravnava tudi »push in pull« model, ki fleksibilnost delovnega časa v povezavi z vlogo ženske v družini uvršča med »push« dejavnike. Tradicionalno se od ženske pričakuje, da bo zaradi svoje materinske vloge zanemarila ali celo zaključila svojo kariero bolj verjetno od moškega (Orhan & Scott, 2001). O nezadovoljstvu ženskega spola s svojo kariero je leta 1987 pisal Cromie in dalje razlagal, da pripadnice ženskega spola ravno zato vidijo podjetniško pot kot možnost, ko lahko sočasno vzgajajo svoje otroke in gradijo samostojno kariero.

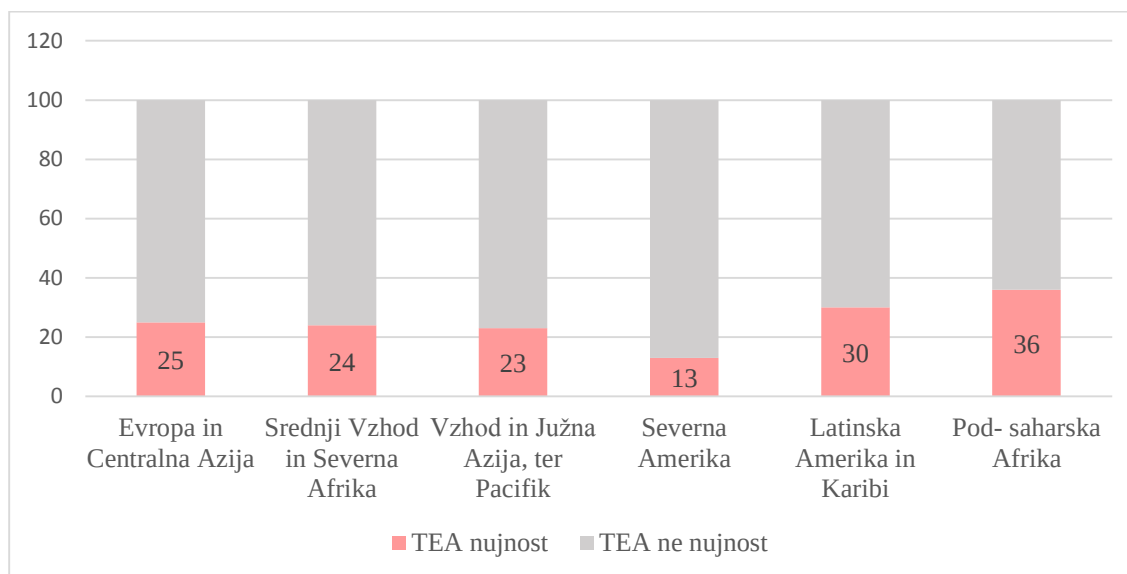
Naslednji dejavnik, ki vpliva na vstop žensk v podjetništvo, je nezadovoljstvo s plačo, ki jo prejema za opravljeno delo, predvsem v panogah, ki so praviloma moške, in tudi nelagodje, ki ga na takih delovnih mestih občutijo. »Stekleni strop«, ki je nevidna ovira, sestavljena iz predsodkov in stereotipov, blokira napredovanje žensk do višjih delovnih mest in doseganje najvišjih položajev v podjetju, prav tako motivira ženske, da se odločijo za podjetništvo (Orhan & Scott, 2001).

Eden od dejavnikov motivacije za vstop v podjetništvo je lahko tudi želja po drugačnosti. Still in Timms (v Orhan & Scott, 2001) opisujeta, da lahko ženske motivira ustvariti podjetje, ki bi bilo drugačno od »moških« podjetij v smislu drugačnega tipa vodenja podjetja, drugačnega odnosa do strank ter bolj etičnega in socialnega vidika pri poslovnih odločitvah.

Med pomembnejšimi prevladujočimi razlogi za vstop žensk v podjetništvo pa velja že prej omenjena »push in pull« teorija, ki je tudi sicer prevladujoča teorija pri moškem spolu. Kot že obrazloženo, naj bi dejavniki pritiska prisilili ženski spol, da vstopi v podjetništvo; dejavniki priložnosti pa ga spodbudili, da prepozna podjetnost kot priložnost.

V vseh gospodarstvih sveta so ženske po raziskavah GEM-a v povprečju 20 % pogostejše navedle razloge nujnosti za podjetništvo kot moški. Motiv nujnosti oziroma prisile se razlikuje glede na geografsko regijo oziroma z njo povezane ekonomske in socialne dejavnike. Razlike v motivih iz nujnosti po regijah so razvidne iz Slike 5. Na severu Amerike indeks TEA prikazuje, da se je iz nujnosti za vstop v podjetništvo odločilo 13 % podjetnic, v podsaharski Afriki in Latinski Ameriki s Karibi pa je indeks TEA precej večji in znaša več kot tretjino (36 % oziroma 30 %). Čeprav imata obe regiji (podsaharska Afrika in Latinska Amerika s Karibi) podobno stopnjo podjetništva med spoloma, so ženske v primerjavi z moškimi 40 % pogostejše navedle dejavnik nujnosti za vstop v podjetništvo. Zdi se, da nujnost podjetništva med ženskim spolom prispeva k zapiranju vrzeli podjetništva med spoloma.

Slika 5: Podjetništvo, ki so ga začele ženske po svetu (v %) iz nujnosti in priložnosti



Vir: Povzeto in prirejeno po GEM Women's reports Entrepreneurship 2016/17 report, 2017, str. 20, slika 6.

Izsledki za Evropo poleg že ugotovljene nizke stopnje TEA žensk (Slika 4) ter široke vrzeli v podjetništvu med spoloma kažejo, da imajo evropske podjetnice sorazmerno visoke potrebe po nujnosti (Slika 5), kar je zanimivo za regijo s številnimi razvitimi gospodarstvi. Ženske imajo relativno nizko stopnjo podjetniške dejavnosti in kar ena četrtna podjetnic to postane zaradi nujnosti, vendar je ta dejavnik nujnosti kar 30 % pogostejši vzrok za vstop v podjetništvo kot pri moškem spolu. Ti rezultati izstopajo predvsem na Hrvaškem, Slovaškem, v Gruziji in na Nizozemskem, kjer je več kot 40 % žensk podjetnic svojo podjetniško pot pričelo iz nujnosti, kar je petkrat več kot pri moških. Na drugi strani imamo nekaj evropskih držav, ki ne sledijo temu vzorcu, in sicer Švedsko, Finsko, Norveško in Italijo. Tam nujnost za vstop žensk v podjetništvo predstavlja manj kot 10 % (GEM Women's reports Entrepreneurship 2016/17 report, 2017).

Na tem mestu je treba poudariti, da je v teoriji »push in pull« bolj kot nujnost (torej »push« dejavnik) pri večini podjetnikov (in podjetnic) za vstop v podjetništvo pomemben priložnostni dejavnik (»pull« dejavnik). To se izrazito kaže v inovativnih gospodarstvih, kjer ženske 3-krat pogosteje navajajo razlog priložnosti kot pa nujnosti za podjetništvo.

3.2 Zgodnja podjetniška aktivnost žensk v Sloveniji

Ženske podjetnice v Sloveniji glede na ustaljenost podjetniške aktivnosti zaostajajo v primerjavi z drugimi inovacijskimi gospodarstvi. Poleg tega smo v prejšnjem poglavju ugotovili, da za evropski trg velja visoka stopnja indeksa nujnosti TEA in se torej sorazmerno veliko žensk odloči za podjetništvo iz nuje v primerjavi z ostalimi svetovnimi gospodarstvi.

Slovenija ima še bolj zaskrbljujoč podatek o tem, koliko podjetnic je začelo iz nuje. Po podatkih GEM-a je bil v letu 2015 odstotek takih podjetnic 24,91 %, vendar je leta 2016 narastel na 29,44 %. To pa pomeni, da je za skoraj 5 odstotnih točk višji od evropskega povprečja. Lahko bi rekli, da se je s povečanjem zgodnje podjetniške aktivnosti žensk sočasno povečal tudi delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk iz nuje, zmanjšal pa se je delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk iz zaznavanja priložnosti. Ta je leta 2015 znašal 75,09 %, v letu 2016 pa se je zmanjšal za 4,53 odstotne točke in znaša 70,56 %. Slovenija tako dosega 17. mesto med proučevanimi državami, med katerimi imajo najmanj novih in nastajajočih podjetnic zaradi nuje Švedska, Italija in Finska, največ pa Gruzija, Slovaška in Nizozemska (Rebernik et al., 2017).

4 MAME PODJETNICE

4.1 Vloga mame podjetnice

V zadnjem času se je oblikovala posebna oblika prakse ženskega podjetništva, kjer je v središču mati za razliko od ženske na splošno. V njihova podjetja je tako pomembno vključena tudi vloga matere, torej sta posel in materinstvo sestavni del drug drugega. Z razvojem IKT pa je to postalo mogoče, saj IKT omogoča prostorsko neodvisnost (Ekinsmyth, 2014).

Adkins in Jokinen (2008) v svojem delu ugotavljata, da prihaja do zameglitve meje med delom in domom v sodobnih odnosih. Zaskrbljujoče in hkrati kritično je, da ta zameglitev ne pomeni le opravljanja plačanega dela doma, ampak redefiniranje uporabne vrednosti dela, tako da je nematerialno, čustveno in afektivno delo postalo del kapitalističnega delovnega orožja. Zasebna (dom), osebna (družina) in čustvena področja postajajo nova sredstva za kapital in ženska domača delovna sila je v ospredju te pozornosti. Zamegljenost se pojavi, ko delavci ne uspejo prepoznati meja, kdaj je nekdo »na delu« in kdaj je nekdo »doma« oziroma kdaj ima prosti čas, ki ga lahko posveti sebi ali družini. To prinaša potrebo po ponovnem opredeljevanju dela in ženske reproduktivne narave ter argumente o nepoštenosti »ločenih področij«, kar je zgodnji materialistično-feministični argument, ki naj bi bil že spoštovan in uveljavljen. Ženske so se v nekem smislu prilagodile gospodarstvu in spoznale, kako izkoristiti takšno delo. Takšni premiki pa niso preprosti za novo vrednotenje feminizacije ženskega dela. Namesto tega vključujejo preoblikovanje pravil, a hkrati ponovno vzpostavljanje strukturnih in ideoloških ovir plačanemu delu žensk in odkrivanju novih načinov izkoriščanja tega dela (McDowell, 2008).

Kljub akademskim zaskrbljenostim glede vodilnega položaja »dobrega materinstva« v sodobnih zahodnih kulturah se te problematike ne umešča ali dovolj politizira v družbi. Kritiki so identificirali sodobni model »dobrega materinstva«, in sicer kot državno podprti model, ki podpira aktivno sodelovanje na trgu dela (McDowell, 2008; Adkins in Jokinen,

2008). To pa je v nasprotju s prevladujočimi kulturnimi in diskurzivnimi konstrukti dobre matere (Duberley & Carrigan, 2012), ki poudarjajo materinsko prisotnost.

4.2 Oprelitev mam podjetnic

Pojem mame podjetnice izvira iz angleškega izraza »*mumpreneurs*«. Izraz se je prvič definiral v angleškem slovarju Collins English Dictionary oktobra 2011 in označuje mame, ki usklajujejo vodenje podjetja z vzgojo svojih otrok. O velikosti pojava mam podjetnic v svetu pričajo naslednji podatki: v Kanadi naj bi bilo okrog milijon mam podjetnic s 7 % povečanjem vsako leto, v Združenih državah Amerike okrog 5 milijonov in prav tako v tudi v Evropi (Richomme-Huet, Vial & d'Andria, 2013).

Tradicionalna definicija kot podjetnika opredeljuje osebo, ki stalno ustvarja in razvija nove vrednosti okrog danih priložnosti; pojem mam podjetnic pa k temu dodaja popolnoma novo dimenzijo za podjetništvo. Ta nova dimenzija je materinstvo, pri čemer ženske podjetnice uspešno uravnavajo vlogo mame in vlogo podjetnice. Njihova primarna motivacija je nesebična želja, da bi ustvarile boljše okolje za svoje družine in celotne skupnosti (Nel et al., 2010).

Pojem mame podjetnice sta po več kot 25-letnem delu utemeljili dve podjetnici, Patricia Cobe in Ellen Parlapiano v poznih 90. letih 20. stoletja. O tej novi besedi sta napisali več knjig in izdelali spletno stran, namenjeno mamam podjetnicam (Momprenneursonline, b.l.).

Mame podjetnice so torej kombinacija materinstva in podjetništva z upoštevanjem poudarka tudi na drugih vidikih, kot je čas ustanavljanja ali stanje duha. Medijska podpora fenomena mam podjetnic je bila načrtovana. Pionirke so javno delile svoje lastne izkušnje in s tem želele spremeniti razumevanje dela, ki ga opravljajo matere, ter hkrati vplivati na dojemanje vodenja podjetja elektronsko od doma kot realno možnost za vse ženske po svetu. V pojmu mame podjetnice naj bi se tako skrival popolni odgovor na vprašanje, kako učinkovito uskladiti oziroma združiti družino in kariero. Zaradi razvoja tehnologije in spremembe v stališču družbe je danes podjetje, ki je voden od doma, enakovredno obravnavano z drugimi običajnimi podjetji (Richomme-Huet et al., 2013).

Nova informacijska tehnologija je omogočila, da se je pojav mame podjetnice v zadnjem desetletju hitro širil v različne dejavnosti. Pojav mame podjetnice naj bi se torej razvil iz potrebe po usklajevanju svojega poslovnega okolja z rutino svojih otrok in dela, povezanega z njimi (Ekinsmyth, 2014). Različni avtorji pa na različne načine identificirajo pojem mame podjetnice. V Tabeli 2 je nekaj primerov.

Tabela 2: Definicija mame podjetnice

Avtor	Definicija
Duberley & Carrigan, 2012	Mama podjetnica je oseba, ki ustanovi svoje podjetje z namenom, da si ustvari delo in lahko skrbi za majhne otroke. Izraža nov življenjski slog podjetništva in uvaja nov pristop razumevanja »imeti vse«.
Jean & Forbes, 2011	Mama podjetnica je oseba, ki je v času poslovnega začetka imela vsaj enega otroka in bila vsaj 50 % lastnica podjetja.
Ekinsmyth, 2011	Mama podjetnica je oseba, ki jo v podjetništvo vodi želja po doseganju ravnotežja med delom in družino in tako briše identiteto vloge matere in poslovne ženske. Dalje, je posameznik, ki odkriva in izkorišča nove poslovne možnosti v družbenem in geografskem smislu in jih aktivno vključi v svojo materinstvo in poslovno življenje.
Nel et al., 2010	Mama podjetnica je novo nastajajoči trend, ki se je uveljavil v konceptu družinskega podjetništva in je del ženskega podjetništva. Mama podjetnica je ženska, ki je začela nove projekte poleg svoje vloge »biti mama«.
Ho et al., 2010	Mama podjetnica je oseba, ki uravnava družino ter zagon in upravljanje podjetja. Je tudi način življenja, stalno iskanje ravnotežja med časom, namenjenim sebi kot ženski, časom, ki ga porabi za svoje otroke in partnerja, ter časom, ki ga porabi za svoje podjetje.
Harris et al., 2008	Mama podjetnica je oseba, ki se je odmaknila od tradicionalnih oblik zaposlovanja z namenom, da bi lahko imela v lasti delovanje novega podjetja. To se lahko zgodi bodisi zaradi boljše prilagoditve njihovi vlogi mam bodisi so zaradi izkušnje nosečnosti in rojstva otroka postale bolj motivirane za priložnosti iz okolja.

Vir: K. Richomme-Huet, V. Vial & A. d'Andria, Mumpreneurship: A new concept for an old phenomenon?, 2013, str. 225, tabela 1.

Ekinsmyth (2011, 2013) v svojih raziskavah ugotavlja in predlaga opredelitev mame podjetnice na podlagi poslovnega modela, identitete posameznice in kvalifikacije izdelka. Hkrati poudari, da lahko mame podjetnice sprejmejo katerokoli kombinacijo, ki jo potrebujejo, da svoje poslovanje uskladijo z materinstvom.

Če lastnica podjetja trdi, da je svoje poslovanje oziroma svoj poslovni model nastavila tako, da bolje usklajuje in upravlja med delom in družino, potem lahko trdimo, da je lastnica mama podjetnica. Ta opredelitev ne izključuje očetov, ki so svoja podjetja gradili na enak način. Težko je oceniti, kako velika je ta skupina; po nekaterih podatkih iz leta 2006 (Wiseman, Phillip, Roe & Elliot, v Ekinsmyth, 2013) je 21 % žensk in 2 % moških kot razlog za ustanovitev svojega podjetja navedlo družinske obveznosti. Ekinsmyth (2013) sicer opozarja, da je ta podatek verjetno podcenjen.

Poslovni modeli mam podjetnic pogosto rešujejo prostorski problem in vključujejo delo okoli družinskih obveznosti. Temelji teh poslovnih modelov so:

- pozicioniranje znotraj okolja, kjer živijo,

- omejen čas in prostor za materinstvo,
- nizki stroški,
- nizko tveganje ustanovitve podjetja/posla,
- uporaba lokalnih socialnih stikov za poslovno mreženje,
- uporaba družinskih prostorov (pogosto delo od doma),
- zanašanje na IKT,
- odpor do tradicionalne delitve dela.

Opredelitev mame podjetnice na podlagi opisanega poslovnega modela je večini podjetnic samoumevna in edina širše sprejeta (Ekinsmyth, 2014).

V nekaterih okoliščinah je odločitev mame, da postane podjetnica, edina rešitev, ki ji zagotavlja status v družbi ter ji omogoča ekonomsko varnost v verodostojni karieri. Druga alternativa, kariera s skrajšanim delovnim časom, bi ji namreč zaradi pričakovanja biti dobra mama do odraščajočih otrok vzbujala občutek nezadovoljstva s svojim družbenim statusom. Drugim odločitev, da postanejo mame podjetnice, omogoča, da potencialno spreminjajo dejavnost dela, cilj in smer, v katero želijo iti, vendar z omejenim, sorazmerno nizkim tveganjem, ki se ga lahko razširi, če si to želijo (Duberley & Carrigan, 2013).

4.3 Materinstvo in delo

Materinstvo lahko razumemo kot pojem, ki predstavlja družinski kontekst in za katerega verjamemo, da ima ta kontekst večji učinek na ženske kot na moške (Jennings & McDougald, 2007). Prav zato ima materinstvo za razliko od drugih podjetniških skupin večji vpliv na ženske, ki so hkrati mame podjetnice (tudi »mumpreneurs«), saj se slednje lahko soočajo z nekaj različnimi normami, vrednotami in družbenimi pričakovanji, ki bi lahko vplivala na njihov uspeh (Jean & Forbes, 2012). Moore (v Jean & Forbes, 2012) pravi, da je povečevanje trenda vstopanja mam v podjetja delno povezano z nerealnimi pričakovanji, kakšna naj bi bila delovna mati, in s tem povezano spremljajočo krivdo, da teh pričakovanj ni mogla izpolniti v celoti. Zaključuje, da je ta kombinacija povzročila, da mnoge ženske zapustijo svoja delovna okolja in se osredotočijo zgolj na skrb za svoje otroke v predšolskih letih.

Na tem mestu velja omeniti, da se je danes povečala delovna obremenitev staršev. Kan, Gershuny in Sullivan (2011) so v svoji raziskavi ugotovili, da so starši v Združenih državah Amerike v letu 2000 porabili trikrat več časa za varstvo svojih otrok, kot so ga v letu 1975, hkrati pa so porabili več časa tudi za gospodinjstva opravila. Moški sicer prispevajo več časa za gospodinjstva opravila in skrb za otroke, vendar se je povečal tudi čas, ki ga ženske namenijo otrokom, kljub dejstvu, da so slednje bolj vključene v plačano delovno silo kot pred 25 leti. Hays (v Ekinsmyth, 2014) podaja razlago, da je hegemonistična oblika materinstva srednjega razreda zgrajena okrog otroka, ki je postavljen v svoje središče. Ta oblika materinstva zahteva, da mame na eni strani strokovno vzgajajo otroke, so čustveno

stabilne in sprejemajo vse napore, ki jih prinašajo otroci; obenem pa so na drugi strani delovno intenzivne, saj je taka oblika materinstva finančno draga. McDowell (2005) pravi, da se ženska moralna zavezanost k skrbi za družino lahko obravnava kot kompromis med ljubeznijo in denarjem. Mame podjetnice se lahko soočajo z drugačnimi normami, vrednotami in družbenimi pričakovanji, ki lahko vplivajo na njihov uspeh, v primerjavi z drugimi podjetniškimi skupinami (Jean & Forbes, 2012).

Mama podjetnica je tako morda rešitev za zahtevna družbena pričakovanja in normative, s katerimi se ženske danes srečujejo v zvezi z vzgojo otrok, vodenjem gospodinjstva, skrbjo za svojega partnerja in tudi zase.

4.4 Izzivi mam podjetnic

Mame podjetnice so prostorski pojav. To pomeni, da je v večini primerov najpogostejši motiv za odločitev o lastnem podjetju njihov prostorski problem. Prostor se tukaj razume v kontekstu lokacije, kjer naj bi mame delale, ki pa je pogosto močno oddaljena od njihovega doma, torej ni v domačem okolju in do nje porabijo sorazmerno veliko časa. Upoštevajoč ta dejavnik, obvezne dejavnosti vsakdanjega življenja ter motivacijo v prostoru in času (tukaj in sedaj), je pot do zadovoljstva ravno v pojavu mame podjetnice (Ekinsmyth, 2013).

Pomembno je omeniti tudi vpliv geografskega okolja na materinstvo in delo. V letu 1970 je Hägerstrand predstavil koncept »čas in prostor«. Skupni učinek prostora in časa je nekaj, s čimer se morajo posamezniki soočiti v svojem vsakdanjem življenju. Upoštevati morajo možnosti in omejitve, ki jih imajo v danem času in okolju. To je dalo zagon strokovnjakom s področja geografije, ki so poskušali razumeti priložnosti, dane ljudem na lokalnih območjih, trgih dela in v regiji v smislu časa in potovanja ter razdalje.

Nekaj let kasneje je Jarvis (2005) opomnil, da je kljub nasičenosti z informacijami in telekomunikacijami, ki so vsem dostopne ne glede na prostor, še vedno močno prisoten vpliv lokalnih območij. Lokalna območja se med seboj razlikujejo in vplivajo na materialne, socialne in kulturne okoliščine našega življenja (Mok, Wellman & Carrasco, 2010).

Empirične študije (Duncan & Pfau-Effinger, 2000; Aboim, 2010) so dokazale, da znotraj družine moški in ženska drugače čutita vpliv, ki ga imata nanju prostor in čas. To pa vpliva na vrsto dela, trg dela in poklic, do katerega posameznik lahko dostopa. Prostorsko in časovno omejitev pri varstvu otrok najbolj občutijo ženske, za katere je varstvo otrok zelo pomembno. Matere zato pogosto poskrbijo, da so otroci vključeni v sosedstvo prek socialnih mrež, sosedskih prostorov, šol, parkov in skupnosti kot take. Prej zaposlene ženske z nastopom materinstva začnejo iskati prostor za svoje otroke in imajo tako večje zahteve v okolju. Zastavlja se jim vprašanje, kako ta novi prostor narediti bolj prijazen njim in njihovim otrokom. Na osnovi povedanega lahko zaključimo, da ima koncept prostor in čas

velik vpliv na matere, ki tako iščejo okolje z dobro transportno in infrastrukturno povezavo ter moralnimi in kulturami vrednotami (Ekinsmyth, 2011; Schwanen, Kwan & Ren, 2008).

Dalje so študije ugotovile, da različna okolja, prostori in kraji ponujajo različne priložnosti za zaposlene in da je tudi vloga kulture v okolju različno pomembna glede na spol. Hollowayeva (1998) je s študijo pokazala, da so različne lokalne kulture materinstva, zlasti socialni pritisk in pričakovanje ženske, da izvaja določene lokalno predpisane oblike materinstva, pomembno vplivale na odločitev žensk, ali združijo materinstvo s plačano zaposlitvijo ali ne.

Raziskave družbe kažejo, da skrb za otroke ostaja v večini bolj domena matere kot očeta (McDowell, Ward, Fagan, Perrons & Ray, 2006). To pojasnjuje skrb in motivacijo mame podjetnice, ki daje prednost družini tudi v svojem poslovno podjetniškem delu.

Obenem v zahodni kulturi prevladuje koncept »intenzivnega materinstva«, kot ga je poimenoval Hays (v Ekinsmyth, 2013), kar pomeni, da se od matere pričakuje, da je strokovnjakinja in primerno usposobljena na vseh področjih otrokovega življenja – od njegovega zdravja in čustvenih potreb do učenja in obšolskih dejavnosti. Trenutna pričakovanja družbe torej zahtevajo od ženske, da je na eni strani uspešna v »intenzivnem materinstvu« in popolna mama; po drugi strani pa, da je na delovnem mestu strokovna in kakovostna in svoje delo opravi v delovnem času, ki ga predvidi in razporedi delodajalec oziroma narava dela. Veliko mater zato prizna, da je nemogoče združevati popolno vlogo materinstva in popolno predanost svojemu delu ali, bolje rečeno, karieri (Scott, Crompton & Lyonette, 2010). Prav zato iščejo obvladljive načine, kako doseči oba cilja – torej biti popolna mama in biti intenzivno vpletena v svojo lastno kariero. Ena od rešitev je mama v vlogi mame podjetnice, ki jim omogoča, da zabrišejo meje med materinstvom, domom in delom. Ponuja jih relativno avtonomijo in samostojnost pri odločanju (Ekinsmyth, 2011).

Veliko mam podjetnic vodi svoje podjetje od doma. Kot smo že omenili, ima to svoje prednosti, ne smemo pa pozabiti tudi na slabosti oziroma pasti. Literatura (Mason, Carter & Tagg, 2011; Breen, 2010) na tem področju opozarja na napetosti v povezavi s podjetništvom doma. Tukaj govorimo o izolaciji oziroma odsotnosti, deloholizmu, prostorski omejitvi in tudi negativnem vplivu na dom kot prostor za družinsko življenje, kar je sicer eden od glavnih motivov, da se ženske sploh odločajo za obliko podjetništva »mame podjetnice«.

Če torej povzamemo, je za sodobne ženske glavni izziv dobro usklajevanje svoje vloge mame in podjetnice. Izkoristile so globalni trend v telekomunikacijah in svetovnem spletu, ki je omogočil nove oblike in možnosti usklajevanja poklicnega in zasebnega življenja (Ekinsmyth, 2013).

4.5 Mame podjetnice v Sloveniji

Pri pregledu strokovne literature v zadnjem času nisem zasledila raziskave, ki bi se ukvarjala s slovenskimi mamami podjetnicami. To ne pomeni, da v Sloveniji nimamo žensk, ki spretno krmarijo med vlogo mame in podjetnice. Veliko se o tem govori in piše v medijih.

Trend mame podjetnice je veliko bolj izrazito opaziti na socialnih omrežjih, kjer se ustanovljajo skupine, ki povezujejo ženske podjetnice, in sicer predvsem mame, ki so podjetnice in združujejo delo ter materinstvo. Primeri takih skupin na Facebooku so:

- Mame podjetnice,
- Visoke pete, visoki cilji,
- Druga ob drugi,
- Ženska podjetnica, sama svoja šefica.

Več o vplivu Facebooka na ciljno publiko je ponazorjeno s praktičnim primerom. Med sodobnimi mamami se uveljavlja trend oblačenja svojih otrok v unikatne izdelke, ki jih naročimo posebej zanje. Facebook ponuja platformo, ki omogoča številnim podjetjem cenovno ugoden način promocije svojih izdelkov, v tem primeru šivanja otroških oblačil po naročilu. Med bolj priljubljena tovrstna podjetja sodijo Nitka – unikatni otroški izdelki, My little star, Little kids boutique, Zvezdica, Mamim raj, Motiv, Ti design – kreativna otroška oblačila, Moj malček, Malčki.si in druga.

Leta 2017 je izšla knjiga, ki je nekakšen priročnik za mame, ki želijo začeti s podjetništvom. Štefanec želi v svoji knjigi »Mame in biznis z roko v roki: najdi harmonijo in reci: Adijo, slaba vest!« z nasveti omogočiti, da bi ženske v polnosti izpolnile svojo vlogo mame in podjetnice. Za mame, ki prvič stopajo na podjetniško pot, svetuje naslednje:

- najprej je treba imeti jasno idejo in jasni cilj; preden se lotimo podjetništva, se je treba vprašati, kaj in kako želimo početi in kaj želimo doseči,
- narediti je treba raziskavo trga; pogledati, katere panoge cvetijo, kaj ljudje želijo, kdo so potencialni kupci, treba je spraševati, raziskovati. Tu so lahko v pomoč strokovnjaki, trenerji in drugi,
- zavedati se je treba, da bodo same svoje šefice. To prinaša veliko prednosti, pa tudi odgovornosti. Prednost je delo, ki si ga same želijo, delovni čas razpolagajo po svoje, prihodki so navadno višji, kot bi bila plača. Imele pa bodo vso odgovornost za rast in napredovanje posla,
- raziskati je treba, ali obstaja kakšen vir financiranja. To so lahko državne institucije ali evropska sredstva. Danes obstaja več oblik financiranja, nepovratnih sredstev in sredstev za samozaposlitev. Hkrati pa poudarja, da je zelo pomembno, da imajo razdelam finančni načrt, tudi za čas, ko bo podjetje še v nastajanju in bo manj prometa,

- potrebno bo nekaj poguma, vztrajnosti in podpore najbližjih. Podjetništvo so vzponi in padci, najpomembnejše pa je, da si mamice postavijo vprašanje, kaj se lahko iz tega naučijo, in gredo dalje,
- organizacija in disciplina sta 50 % posla in zelo pomembna dejavnika pri usklajevanju vloge mame in podjetnice,
- zavedati se je treba, da svoj čas lahko sicer same razpolagajo, vendar to lahko pomeni (ni pa nujno), da bo zaradi tega mogoče skrajšan dopust ali konec tedna.

Največji izziv mam podjetnic je zagotovo usklajevati vloge mame in podjetnice. Da bi ti dve vlogi lahko v harmoniji uspevale, je treba imeti čas pod kontrolo. Pomanjkanje časa za opravila, ki morajo biti opravljena, vodi v nezadovoljstvo in povzroča stres, zato je načrtovanje časa ena od težje obvladljivih spretnosti. Avtorica predlaga naslednje metode:

- ustrezen družinski koledar, ki daje dober pregled čez vse leto in kjer so zapisana vsa pomembna obvestila in dejavnosti za vso družino,
- osredotočenost na vsako opravilo posebej, kar pomeni, da ne razmišljamo o drugih stvareh, ampak samo o tej, ki jo opravljamo,
- ločevanje delovne in starševske odgovornosti,
- postavljanje razumnih dnevnih ciljev, ki jih je lahko doseči, tako za delo kot za družino. Razlikovati je treba med pomembnimi opravili, ki ne morejo počakati, in tistimi, ki se jih lahko prestavi na drug dan ali na konec tedna,
- sprememba rutine, tako da se prilagaja trenutnemu stilu življenja,
- naučiti se reči ne brez slabe vesti, ker vsem in vsakomur ne moremo ugoditi,
- treba si je postaviti časovne okvire in se izogibati zapravljanju časa,
- prijetna in umirjena jutra so dobra popotnica za uspešen dan.

Turkova v intervjuju (Pihlar, 2016) pripoveduje, da čeprav so moški v današnjem času pripravljeni prevzeti več odgovornosti za svoje otroke, so še vedno mame tiste, ki skrbijo za glavne obveznosti na področju zdravstva, varnosti in preživljanja otroštva. V tem ni ničesar slabega, potrebno pa se je prilagoditi in poskusiti čim bolj usklajevati različne interese celotne družine. Samozaposlitev je oblika dela, kjer lahko ženske z majhnimi otroki lažje usklajujejo vse obveznosti. Ko otrok zboli, so običajno mame tiste, ki so odsotne z dela, in če je otrok večkrat bolan, je mama pogosto odsotna, česar pa delodajalci včasih ne razumejo. Zaključuje tako: »Ko si podjetnica, urejaš to drugače, po svoji meri in glede na potrebe družine.«

5 RAZISKAVA

Kljub temu da se slovenska javnost zaveda pomena podjetnic v sodobnem svetu, ni bilo na temo mame podjetnice v Sloveniji do sedaj narejene še nobene vidne raziskave. Število podjetnikov se v Sloveniji zopet povečuje in s tem raste tudi podjetniška klima. V svojem

magistrskem delu želim bolje spoznati in razumeti slovenske mame podjetnice, zato je empirični del namenjen boljšemu razumevanju odločitev mam, da vstopijo v podjetništvo, ter njihovo usklajevanje dela in materinstva.

Kvalitativna raziskava bo pripomogla k boljšemu razumevanju mam, ki so primorane v podjetništvo, in tistih, ki se lahko prostovoljno odločijo za to. Z analizo dejavnikov odločanja za vstop in obstanek v podjetništvu ter njihovega vpliva na rezultate podjetniškega udejstvovanja (na primer na zadovoljstvo z delom ter usklajevanje dela in družine) bodo mame, ki se odločajo za podjetniško pot, pridobile vpogled v ključne izzive in priložnosti tovrstnega podjetniškega udejstvovanja.

5.1 Namen, cilj in raziskovalna vprašanja

Namen magistrskega dela je ugotoviti razloge in dejavnike, zaradi katerih mame vstopajo na podjetniško pot. Natančneje, ali so to dejavniki potiska ali dejavniki nuje. Ali se mame podjetnice, ki so morale postati podjetnice in ostajajo v podjetništvu iz nuje, razlikujejo med seboj v zadovoljstvu z delom in usklajevanju dela in družine s tistimi mamami, ki so želele postati podjetnice in v podjetništvu ostajajo zaradi priložnosti?

Cilj magistrskega dela je s pomočjo kvalitativne raziskave med mamami podjetnicami proučiti dejavnike podjetništva iz nuje in priložnosti slovenskih mam za vstop in obstanek v podjetništvu.

Raziskovalna vprašanja, ki so bila zastavljena na podlagi pregledane literature, so:

- **Raziskovalno vprašanje 1:** Kateri so ključni izzivi podjetništva med mamami?
- **Raziskovalno vprašanje 2:** Katere so ključne prednosti in slabosti podjetništva med mamami?
- **Raziskovalno vprašanje 3:** Kako podjetništvo med mamami vpliva na njihovo usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?
- **Raziskovalno vprašanje 4:** Ali oziroma na kakšen način novodobna tehnologija in socialna omrežja vplivajo na odločitev/razvoj podjetništva med mamami?
- **Raziskovalno vprašanje 5:** Ali način vstopa v podjetništvo (nuja ali priložnost) vpliva na osebno zadovoljstvo mam podjetnic?

5.2 Metodologija raziskave

Kvalitativne raziskave pokrivajo širok razpon pristopov, ki so povezani z različnimi prepričanji o tem, kaj je treba vedeti o družbenem svetu in kako to izvedeti. Cilji kvalitativnih raziskav so na splošno usmerjeni v zagotavljanje poglobljenega razumevanja socialnega sveta, učenje o socialnih in materialnih okoliščinah ljudi, njihovih izkušnjah, perspektivah

in zgodovini. Lahko bi rekli, da odgovarjajo na vprašanje »zakaj« in tako razlagajo. Na razvoj kvalitativnega raziskovanja so močno vplivale ideje o pomenu razumevanja človekovega vedenja v njihovem družbenem in materialnem kontekstu s potrebo po razumevanju (Ritchie, Lewis, Nicholls & Ormston, 2013).

Empirični del magistrskega dela torej temelji na kvalitativni raziskovalni metodi, ki omogoča poglobljen vpogled v to, zakaj se slovenske mame odločajo za podjetništvo.

Intervjuji so lahko zelo formalizirani in strukturirani, z uporabo standardiziranih vprašanj za vse anketirance, ali pa so neformalni in nestrukturirani pogovori. Med tema dvema oblikama pa so lahko tudi vmesne oblike. Ena izmed tipologij (Saunders, Lewis & Thornhill, 2009), ki se pogosto uporablja, je torej povezana s stopnjo formalnosti in strukture, pri čemer se razgovori lahko razvrstijo med:

- strukturirane intervjuje,
- polstrukturirane intervjuje,
- nestrukturirane ali poglobljene intervjuje,

Intervjuji imajo sicer različne oblike, vendar je ključna značilnost njihove sposobnosti zagotoviti osredotočenost na posameznika in mu dovoliti, da izrazi svoje razloge. Zagotavljajo priložnost za podrobno proučevanje osebnih perspektiv ljudi, za poglobljeno razumevanje osebnega konteksta, v okviru raziskave katerega se pojavljajo, in za zelo podrobno razumevanje. Hkrati so zelo primerni za raziskave, ki zahtevajo razumevanje globoko zakoreninjenih ali občutljivih pojavov, za raziskave o odzivih na kompleksne sisteme, procese ali izkušnje; obenem pa zaradi globine osredotočenosti in priložnosti nudijo pojasnitev in podrobno razumevanje (Ritchie et al., 2013).

Izbrani instrument za zbiranje podatkov bo polstrukturiran intervju med mamami podjetnicami. Polstrukturiran intervju je najpogostejši instrument za zbiranje kvalitativnih podatkov. V tovrstnih intervjujih imamo vnaprej pripravljene teme in vprašanja, ki pa se lahko med razgovorom prilagajajo. To pomeni, da se lahko nekatera vprašanja izpustijo, dokler se še ohranja tematika, ki jo raziskujemo. Možno je tudi zamenjati vrstni red vprašanj ali spraševati dodatna vprašanja – odvisno od toka pogovora in potrebe po globljem spoznavanju raziskovalne tematike. Narava takega intervjuja pomeni, da se bodo podatki posneli z zvočnim snemanjem pogovora ali se morda delale opombe med intervjujem, da bomo lahko podatke obdelali (Saunders et al., 2009; Kordeš, Smrdu, Kajtna & Knap, 2015).

S pozornim poslušanjem in razumevanjem bom analizirala vzroke za podjetništvo, izzive, s katerimi se srečujejo, ter prednosti in slabosti takega načina dela. Analizo pridobljenih podatkov bom naredila s postopkom kodiranja. To je postopek kvalitativne analize z namenom odkriti strukture, oblike in zakonitosti. Pri kodiranju členimo in združujemo različne podatke. Postopek začnemo s konkretnimi povzetki zbranega gradiva, iščemo enake

pojme, enake pomene besed, fraz in stavkov. S kodiranjem povzamemo besedila, združimo te povzetke in s pomočjo pomensko enakih kod dobimo sorodne dele, te pa potem podrobno vsebinsko razložimo (Kordeš et al., 2015).

5.3 Izvedba intervjujev

Kvalitativne raziskave uporabljajo vzorce brez verjetnosti za izbiro populacije za študij. V vzorcu brez verjetnosti so enote namenoma izbrane, da odražajo posebne značilnosti skupine ali skupino znotraj vzorčene populacije. Vzorec ni namenjen za statistično reprezentativnost, torej možnost, da je element izbran v vzorec za raziskavo, ni znana, ampak se namesto tega lastnosti prebivalstva uporabljajo kot osnova za izbiro. Ta značilnost pride do izraza in je primerna za majhne, poglobljene študije (Ritchie et al., 2013).

V priložnostni vzorec sem zajela slovenske mame, ki so se odločile za podjetništvo po rojstvu otrok. To pomeni, da so bile najprej mame in šele nato podjetnice. Ker sem želela dobiti sliko celotne Slovenije, je tudi vzorec težil k temu, da podjetnice prihajajo iz vse Slovenije.

V svoj vzorec sem najprej zajela dve mami podjetnici, ki ju osebno poznam, ju prosila za intervju in ga z njima tudi opravila. Ko sem iskala še ostale mame podjetnice, ki bi bile pripravljene sodelovati, sem jih kontaktirala prek Facebook strani. Kontaktirala sem preko 20 mam podjetnic, 9 se jih je odzvalo in bilo pripravljeno sodelovati. Nekatero mame podjetnice pa sem kontaktirala neposredno prek elektronske pošte, ker sem o njih slišala iz medijev ali pa sem poznala njihove izdelke. V Tabeli 3 so prikazani podrobnejši podatki o intervjuvanih mamah podjetnicah.

Tabela 3: Podatki o intervjuvanih mamah podjetnicah

	Dejavnost podjetja	Število zaposlenih	Starost otrok v letih	Občina prebivališča
Mama podjetnica 1	Šiviljstvo	0	7, 10	Postojna
Mama podjetnica 2	Arhitektura	0	1, 6	Piran
Mama podjetnica 3	Grafično oblikovanje	1	1	Ivančna Gorica
Mama podjetnica 4	Poslovno svetovanje in kmetijska dejavnost	0	3, 5	Tržič
Mama podjetnica 5	Tiskarstvo in knjigoveštvo	30	16, 19, 23	Kranj
Mama podjetnica 6	Šiviljstvo	0	1, 3	Straža
Mama podjetnica 7	Poslovno svetovanje in upravljanje s človeškimi viri	0	7, 9	Novo mesto
Mama podjetnica 8	Vodenje spletne trgovine	1	1, 5	Ruše
Mama podjetnica 9	Projektiranje	0	2	Ajdovščina

se nadaljuje

Tabela 3: Podatki o intervjuvanih mamah podjetnicah (nad.)

Mama podjetnica 10	Organiziranje dogodkov	0	18	Nova Gorica
Mama podjetnica 11	Fotografiranje	2	6, 8	Nova Gorica
Mama podjetnica 12	Svetovanje in marketing	1	3	Litija
Mama podjetnica 13	Grafično oblikovanje in tisk	0	2, 5	Maribor
Mama podjetnica 14	Marketing	1	3, 8, 13	Grosuplje
Mama podjetnica 15	Gostinstvo	2	6,8	Trnovska vas

Večina intervjujev je bila opravljena prek videoklica, ker je bil to najlažji način intervjuja tako za mame podjetnice kot tudi zame. Tudi intervjuji so pri vseh trajali približno enako dolgo, okrog 20 minut. Štiri mame podjetnice pa so bile pripravljene na vprašanja odgovoriti po elektronski pošti.

5.4 Rezultati raziskave

5.4.1 Vstop slovenskih mam v podjetništvo

Na podlagi raziskave bom poskušala opredeliti dejavnike vstopa mam podjetnic, in sicer na tako imenovane »push in pull« dejavnike. Dejavniki, ki spodbudijo mame v podjetništvo, so kompleksni in večstranski, zato je to samo poskus opredelitve glavnega vzroka, ki jih je spodbudil za vstop v podjetništvo. Pomagala sem si z vprašanjem, ali bi brez tega vzroka tudi stopile na pot podjetništva.

Najpogostejši dejavnik potiska (»push« dejavniki) med intervjuvanimi mamami podjetnicami je povezan z brezposelnostjo. Želja po boljši finančni sliki celotne družine je mamice tako prisilila odpreti svoje podjetje in na ta način finančno prispevati v družinski proračun.

Mama podjetnica 4 pravi: *»Podjetje sem začela predvsem iz obupa, ker nisem dobila službe, sploh do razgovora nisem prišla. Tako sem bila primorana misliti v drugo smer, kako zaslužiti in kako izkoristiti svoje znanje.«*

Slovenske mame poročajo, da jih po končanem porodniškem dopustu niso želeli vsi delodajalci nazaj zaposliti. To predvsem velja za mame, ki so imele sklenjene pogodbe za določen čas, ki jih delodajalci po izteku porodniškega dopusta niso želeli podaljšati. Nekateri delodajalci so predlagali, da ustanovijo svojo samostojno dejavnost in prek nje delajo zanje.

Mama podjetnica 2 pravi: *»To je bila zloraba prekarnega dela s strani delodajalca. V naši stroki je še danes težko dobiti zaposlitev, če nisi samostojni podjetnik. Da bi torej dobila službo in sploh lahko delala v svoji stroki, je bil to edini način.«*

Brezposelnost ponuja posamezniku predvsem čas, da razmišlja o različnih možnostih v dani situaciji. Nekatere podjetnice so tako le začasno odprle svoje podjetje z namenom, da prebrodijo krizo, in bi nato poiskale drugo obliko zaposlitve.

Mama podjetnica 3 pravi: *»In tudi zato, da dokler ne najdem trajnejše zaposlitve, zagotovim svoji družini postranski vir zaslužka z nečim, kar rada počnem. Če povem po domače, da ne sedim doma in gledam v zrak.«*

Dejavnik potiska je prav gotovo tudi nezadovoljstvo na delovnem mestu. V času recesije se je veliko slovenskih podjetij ukvarjalo z reorganizacijo podjetja, krčenjem zaposlenih in preusmeritvijo zaposlenih na nižja delovna mesta.

Mama podjetnica 10 poroča: *»Potem so sledile reorganizacije v podjetju in pri eni takih so ukinili moje delovno mesto, saj se je organizacija sploščila. Ponudili so mi sicer druga delovna mesta, ki pa meni niso bila pri srcu, saj bi bila v bistvu degradirana, morala bi iti na nižje delovno mesto.«*

Izkušnjo z nezadovoljstvom na delovnem mestu ima tudi mama podjetnica 5: *»S prihodom direktorja v podjetje, kjer sem bila zaposlena, ki nikoli ni delal v grafični branži, se v podjetju nisem več dobro počutila, saj najina razmišljanja, vezana na podjetje in razvoj, niso bila enaka in sem dala odpoved, saj sem smatrala, da kljub vidnim rezultatom nisem bila vredna svoje plače, in ker je prišel v podjetje kot krizni direktor, je videl prihranke v naših plačah in začel rezati.«*

V nasprotju z dejavniki potiska pa imajo dejavniki priložnosti pozitivno konotacijo in so zelo zaželeni v vseh državah sveta, saj so nekakšen pokazatelj podjetniške klime v državi. Tudi v Sloveniji imamo mame, ki se za podjetništvo odločijo zaradi želje in izkoristijo podjetniško priložnost.

Dejavnik, kjer prostočasna dejavnost preraste v posel, je dober primer dejavnika iz priložnosti. Ko podjetnik zazna, da njegova dejavnost, ki jo opravlja v svojem prostem času, lahko prinaša tudi finančno samostojnost, ni težko slediti naravnemu razvoju te dejavnosti v podjetništvo. Veliko uspešnih podjetij se je razvilo iz prostočasnih dejavnosti ali t. i. hobijev.

Mama podjetnica 6 pripoveduje: *»Čez nekaj časa, ko so naročila začela naraščati, se je bilo potrebno odločiti, ali se povsem posvetim svojemu podjetju in pustim svojo službo za nedoločen čas ali pa se poslovim od Nitke in postavim službo na prvo mesto. Vse, kar sem*

do takrat že prestala, vsa odrekanja, vse neprespane noči, je premagala želja, strast in veselje do dela ter vsa ljubezen, ki jo dajem v svoje izdelke.»

Tudi želja po podjetništvu, ki je v nas, lahko vpliva, da zberemo pogum in se podamo na pot. Strokovnjaki se veliko pogovarjajo o tem, kakšen je podjetnik, kakšne so njegove osebne značilnosti, kako ga je zaznamovala družina, kakšen vpliv ima okolje nanj itd. Vendar je bilo iskanje ključne lastnosti, ki bi posameznika opredelila, ali je podjetnik ali ni, neuspešno. Tako kot za podjetništvo, ki je kompleksno področje, da ga lahko samo okvirno razložimo, velja za podjetnika. Gre torej za osebe, ki imajo v sebi željo po podjetništvu, vendar tudi same ne poznajo vzroka, zakaj pride do situacije, ko začutijo, da lahko stopijo na to pot.

Mama podjetnica 8 pravi: » [...] *ampak zaradi želje, ki je še vedno bila v meni, je morala priti lepega dne do realizacije. In to se je tudi zgodilo, ker se je vse tako poklopilo.*«

Okoliščine, ki pripeljejo do podjetništva, so navadno kompleksne in splet različnih dogodkov, ki se zgodijo v nekem obdobju posameznika. Pri nobeni mami podjetnici, ki je bila zajeta v raziskavo, odločitev za vstop v podjetništvo ni bila pretehtana in racionalna na osnovi raziskave trga. Pri vseh je šlo za spontano odločitev, do katere je vodil splet družinskih in osebnih okoliščin, želja ter priložnosti v okolju. Pri mamah podjetnicah s predšolskimi otroci je bila družina ključna pri odločitvi za podjetništvo. Opisujejo, da je bilo časa, ki so ga lahko v redni službi preživele s svojimi otroki, bistveno premalo. S prihodom otroka se življenjski slog spremeni in nima vsak delodajalec tudi posluha za potrebe zaposlene delavke, ki je postala mama. Mame podjetnice pripovedujejo:

- Mama podjetnica 1: »*Ostala sem doma z mislijo, da počakam leto, da tudi drugi otrok še malo zraste, in si potem nazaj poiščem službo.*«
- Mama podjetnica 4: »*Ostala sem doma, s partnerjem sva sklenila kompromis, da jaz prevzamem skrb za otroke.*«
- Mama podjetnica 7: »*Nisem želela 'žrtvovati' družine zaradi dela, ki je bilo več kot 1 uro oddaljeno od bivališča. Rada imam oboje, tako družino kot delo. Ne verjamem v »ali-ali«, ampak v in-in.*«

Poleg skrbi za svoje otroke pa so bile priložnosti v okolju tiste, ki so pomagale pri odločitvi. Nekaterim so se spremenile družinske okoliščine in so takrat začele razmišljati o podjetništvu.

Mama podjetnica 1 pripoveduje: »*Dokler je bila tašča še živa, je bilo veliko lažje, ker smo živeli skupaj in je velikokrat čuvala otroke. Potem pa je nenadoma zbolela in umrla. Takrat se je celoten sistem naše družine podrl.*«

Ko so se mame spopadale z mislijo o ustanovitvi podjetja, je bilo ključnega pomena, da so dobile vzpodbudo pri svojih bližnjih, pri svojem partnerju in prijateljih. Mame podjetnice pripovedujejo:

- Mama podjetnica 3 pravi: » *Dober glas se je razširil in spraševali so me že prijatelji od prijateljev.*«
- Mama podjetnica 4 pove: » *Predvsem podpora partnerja, da se lahko odločim in sledim svojim interesom.*«

Več mam je kot ključno spodbudo za podjetništvo navedlo željo po razporeditvi delovnega časa. To pomeni, da so si želele svoj urnik, da lahko delajo, kadar same želijo, in je prilagojen potrebam njihove družine.

Mama podjetnica 14 pripoveduje: » *Po desetih letih v korporacijah pa sem ugotovila, da imam dovolj praktičnega znanja s svojega področja in iz vodenja podjetja, zato sem se odločila, da grem na svoje. Zaradi želje po samostojni poti ter zaradi svobode obvladovanja časa sem začela svoje poslovanje. Ob treh otrocih sem bila pred odločitvijo, ali zanemariti njih in graditi kariero (nori delavniki) ali pa se posvetiti njim in graditi svojo pot, ki bo morda nekoč tudi njihova. Zmagali so otroci in vesela sem zaradi tega. Je naporno, ker velikokrat delam tudi zvečer in dele vikenda, vendar sem ob njih (pisarno imam doma) in si lahko svoje delo prilagodim.*«

Dodatna motivacija so bile tudi subvencije za samozaposlitev v času gospodarske krize, ki so bile razpisane na Zavodu za zaposlovanje. Praviloma je bilo treba obiskati nekaj srečanj, da si potem lahko zaprosil za subvencijo.

Mama podjetnica 9 se spominja: » *Takrat so na zavodu za zaposlovanje bile razpisane subvencije za odprtje s.p.-ja. Morala sem na par predavanj in potem sem lahko odprla svoj s.p. in zaprosila za subvencijo.*«

Zavod za zaposlovanje je ženskam ponujal tudi predavanja, ki so bila namenjena izključno njim, saj je žensko podjetništvo v Sloveniji prepoznano kot skriti potencial.

Mama podjetnica 4 pravi: » [...] *sem se vključila v projekt Žensko podjetništvo, ki je bilo organizirano prek zavoda za zaposlovanje. Tam sem se naučila vseh veščin in dobila nov pogled na podjetništvo.*«

V Tabeli 4 predstavljam povzetek vzrokov, ki so jih mame podjetnice v intervjujih omenile pri vstopu v podjetništvo. Jasno je videti, da vstop v podjetništvo ni samo posledica enega vzroka, ampak gre za skupek več vzrokov in življenjskih okoliščin. Mame, ki so bile zajete v raziskavo, so pri vzrokih za vstop v podjetništvo najpogosteje omenile željo in svobodo

pri razporejanju svojega časa, najmanj pa je bilo takih, ki so svoje podjetje začele iz hobija ali ker je zanje bilo prekarno delo edina možnost zaposlitve.

Tabela 4: Vzroki za vstop v podjetništvo glede na intervjuvane mame

Vzrok za vstop v podjetništvo	Mama podjetnica, ki je navedla ta vzrok
Svoboda pri obvladovanju časa	7, 10, 13, 14, 15
Želja	3, 8, 11, 14, 15
Ostala brez službe in sem želela delati	1, 2, 3, 8
Ostala brez službe in sem želela finančno pomagati	4, 12, 13
Skrb za otroke	1, 7, 13
Subvencije in projekti na Zavodu za zaposlovanje	4, 9, 12
Nezadovoljstvo na delovnem mestu	5, 10
Iz hobija v posel	6, 11
Prekarno delo	2, 9

Med »pull« dejavniki za vstop v podjetništvo so bili najpogostejše navedeni svoboda pri obvladovanju časa, iz hobija v posel, subvencije in želja. Čeprav Orhan in Scott (2001) med »pull« dejavniki izpostavita željo po bogastvu, socialnem statusu in moči, pa je želja v primeru vprašanih mam podjetnic bolj kompleksna in težko razložljiva. Mame podjetnice so sicer omenjale neko »skrito« željo, niso pa znale opredeliti, zakaj imajo tako željo in kaj je njihov vzrok.

Med najpogostejšimi »push« dejavniki, ki so vprašane mame podjetnice potisnili v posel, so nezaposlenost (ostala brez službe in želela delati ter ostala brez službe in sem želela finančno pomagati), skrb za otroke in prekarno delo.

5.4.2 Izzivi slovenskih mam podjetnic

Ekinsmyth (2013) v svojem članku opredeli, kako bistveno koncepta prostor in čas vplivata na mame podjetnice. Tudi pri slovenskih podjetnicah, ki so hkrati tudi mame, sta bistvenega pomena čas, ki s podjetništvom postane veliko bolj fleksibilen, in tudi prostor, ker se smatra, da lahko podjetnice delajo od doma. V povezavi s tem je največji izziv mam podjetnic definitivno usklajevanje svoje podjetniške aktivnosti in skrbi za družino. Mame podjetnice pripovedujejo, da je to usklajevanje naporno in zahteva veliko organizacije in iznajdljivosti. Poročajo tudi, da je najbolj naporno na začetku ustanovitve podjetja in da po tem, ko se vzpostavi neka rutina v podjetju, postane usklajevanje nekoliko lažje.

Mama podjetnica 10 razlaga: *»Ko sem začela s svojim podjetjem, je bila na začetku kar kriza. Delala sem po cele dneve in je bilo zelo težko usklajevati delo in družino. Sedaj sem se pa naučila, da si moram vzeti čas tudi za družino.«*

Mama podjetnica 12 se spominja: *»Po enem letu, ko sem skoraj pregorela, sem končno malce bolj začela usklajevati čas za delo in sprostitev.«*

Izzivi, s katerimi se srečujejo mame podjetnice, se med seboj razlikujejo tudi glede na starost in stopnjo samostojnosti otrok oziroma to, v kakšni meri lahko otroci skrbijo že sami zase. Mame predšolskih otrok pripovedujejo, da je njihov največji izziv usklajevanje dela in podjetništva s tako malimi otroki, posebej pa je težko, ko otroci zbolijo. Pripovedujejo:

- Mama podjetnica 3: *»Težko je tudi takrat, ko je otrok bolan, saj bolniške nimaš, delo pa čaka. Ali takrat, ko zaradi težav in izražanja zob otrok cele noči ne spi. Takrat je RES težko in nekaj časa po svetu hodiš kot zombi, ampak preživiš.«*
- Mama podjetnica 6: *»Podjetje sem ustanovila, ko je bila hčerka še dojenček, potem je sledila še ena nosečnost in še en dojenček. Lahko si predstavljate, kako težko je bilo z dvema malima otrokoma postavljati podjetje na noge.«*
- Mama podjetnica 13: *»Največji izziv mi predstavljajo vnaprej dogovorjeni sestanki, saj se je že večkrat zgodilo, da je otrok ravno takrat zbolel.«*

Urnik mam podjetnic se vsak dan razlikuje, saj ne obstaja običajni osemurni delavnik, ampak se delo opravlja takrat, ko je to mogoče. Veliko jih dela zvečer in ponoči, ko otroci spijo, da so lahko z njimi čez dan, ko jih malčki potrebujejo.

Mama podjetnica 6 se spominja: *»Večinoma sem delala ponoči, ko so otroci spali, kajti samo takrat sem imela mir, da sem lahko ustvarjala.«*

Mama podjetnica 2 dodaja: *»Vseeno skušam čim več časa preživet z otrokoma in možem ter preložiti delovne obveznosti na večer, ko spita.«*

Prav tako ni običajnega petdnevnega delovnega tedna, saj veliko mam podjetnic tudi čez vikend opravlja svoje podjetniško delo. Razlagajo:

- Mama podjetnica 14: *»Zato večkrat delam tudi ob večerih in čez vikende.«*
- Mama podjetnica 2: *»Otroka sta v vrtcu, sicer dela ne bi mogla opraviti.«*

Upravljanje podjetja je za mame veliko enostavneje med tem, ko imajo otroke v vrtcu, zlasti za tiste, ki svoje delo opravljajo iz domače pisarne ali delavnice.

Mama podjetnica 4 pripoveduje: *»Definitivno mi zelo veliko pomeni, da sta otroka v vrtcu. Večino dela opravi dopoldan, tudi ko delam v sirarni, začnem z delom ob 6. ali 7. uri in vedno delam do 15. ure ali manj, da jih grem lahko pravočasno iskati.«*

V Sloveniji so družine med seboj povezane tudi medgeneracijsko. Čeprav se viša spodnja meje za upokožitev in veliko starih staršev še vedno hodi v službo, pa so v veliko pomoč pri varstvu otrok v popoldanskem času, če to zmorejo. Mame se strinjajo, da so jim njihovi ali partnerjevi straši v veliko pomoč pri vzgoji in skrbi za otroke, sploh če so upokojenci.

Mama podjetnica 13 govori: » [...] ali vskoči ena od babic, saj ima partner tako službo, da on težko dobi prosto.«

Mama podjetnica 9 se strinja: » [...] tako da takrat stari starši malo več pomagajo, ko gre mož po otroka v vrtec, ga potem pelje še za kakšno uro v varstvo. Če moram sama podaljšati, otrok počaka pri starih starših in ga grem potem sama iskat.«

Mame podjetnice, ki so začele s podjetjem, ko so otroci že bili šoloobvezni, poročajo o drugačnih izzivih.

Mama podjetnica 5 razlaga: »Ko so otroci napolnili 15 let, pa sem jih začela takoj vključevati v počitniško delo v proizvodnji in so vedno radi prišli, saj so s tem dobili delovne navade in pa seveda občutek, kaj pomeni zaslužiti denar in kaj mama pravzaprav dela. [...] Malo težje je bilo slediti vse domače naloge in učenje, vendar pa sem pristaš, da ne zahtevam odličnih ocen, ki jih marsikateri otrok dobi, ko starši ves čas sedijo z njim, ampak mi veliko pomeni, da sami s svojim trdom pridejo do pozitivnih ocen.«

Obstaja pa izziv, ki je skupen vsem mamamicam ne glede na starost in stopnjo samostojnosti njihovih otrok, in sicer problem osredotočenosti oziroma čuječnosti. Ko smo osredotočeni, je naša pozornost usmerjena samo na to, kar trenutno počnemo. Svojih misli, čustev in občutkov se popolnoma zavedamo, kot tudi zunanjega dogajanja in se mu ne poskušamo izogniti, ga zadržati ali spremeniti (Čuječnost, b.l.). Mame pripovedujejo, da se težko osredotočajo samo na otroke ali samo na delo.

Mama podjetnica 3: »Izziv je predvsem odklopiti svoje podjetje v popoldanskem času, ko je čas za družino, in takrat ne neprestano gledati v telefon in odpisovati sporočila na socialnih omrežjih (FB in Instagram).«

Prav tako meni mama podjetnica 7: »Ko sem bila z njima, sem podzvestno razmišljala, kaj vse moram še opraviti v sklopu mojega podjetja, ko sem delala, pa sem razmišljala, kako preživeti več kvalitetnega časa z njima. In to se je vleklo, dokler nisem sama s sabo razčistila in si postavila jasne prioritete ter meje.«

Dalje pripovedujejo, da je bilo to dilemo treba rešiti, saj je bil tak način delovanja destruktiven. Poročajo, da je bilo njihovo počutje tako na fizičnem kot na duševnem področju zelo slabo.

Mama podjetnica 7 nadaljuje: »Podjetništvo je zelo tesno povezano z osebno rastjo. Ali se razvijaš ali pa propadeš tako čustveno in finančno ter duhovno. V glavi je treba vse »poštimiti« in razdeliti, pa gre.«

Tudi mama podjetnica 10 odgovarja, da je bil največji izziv dovoliti si reči »ne«, in pravi: *»Glavni izziv je bil, da sem si dovolila reči ne nekaterim projektom in sem posledično imela več časa za družino in zase. To sem se morala naučiti, saj sem v prvih letih dobesedno izgorela (psihično in fizično), ker sem delala ves čas.«*

V raziskavi me je zanimalo tudi, kako je z usklajevanjem dela in zasebnega življenja mojih sogovornic. Usklajevanje svojega dela in osebnega življenja se je lotila vsaka po svoje. Vse mame pa so se morale naučiti ravnati s časom, da so lahko dobile tudi dragocene trenutke zase in za svojega partnerja.

Mama podjetnica 10 sporoča: *»Z leti se res naučiš kontrolirati čas, da nisi 24 ur na dan v službi. Sedaj, ko vidim, da sem utrujena, si vzamem čas in grem na sprehod, prej si tega nisem privoščila, res je bilo samo delo. Sedaj vem, da je to veliko bolj pomembno, kot da odgovorim na maile, ker če sama nisem OK, potem tudi podjetje in vse ostalo ne bo OK.«*

Vsaka mama podjetnica si tudi želi med vikendi preživeti čim več časa za druženje in tako izkoristijo trenutke zase in svoje najbližje.

Mama podjetnica 9 razlaga: *»Odločila sem se, da so vikendi za nas. Za mojo družino in moža. Dela je preveč in bi lahko delala tudi cele vikende, ampak sem se odločila, da ne. Kar naredim, naredim čez cel teden, lahko delam tudi v noč, ampak sobota in nedelja je rezervirana za nas.«*

Niso pa vse mame podjetnice zadovoljne s tovrstnim načinom življenja, saj je nenehno usklajevanje poklicne in zasebne poti nekaj neizbežnega.

Mama podjetnica 12 pove: *»Usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja je zame osebno zelo naporno. Verjetno se ne bi še enkrat odločila za vstop v podjetništvo, saj je to resnično težka pot do finančnih sredstev.«*

V glavnini pa so mame podjetnice zadovoljne s svojim usklajevanjem, saj poročajo:

- Mama podjetnica 1: *»Name usklajevanje vpliva blagodejno, da sem na dobro poti do uspeha. Z možem dobro koordinirava med njegovo službo in mojim podjetjem.«*
- Mama podjetnica 5: *»Izkoristimo pa trenutke, ko smo lahko skupaj. Včasih trpi pospravljanje in domača opravila, ki morajo tako ali tako biti opravljena, vendar ne za ceno lepega vremena in odhoda v naravo. Planine me umirjajo. Tam se čas ustavi.«*
- Mama podjetnica 11: *»Poskušam vse usklajevati tako, da imamo še vedno veliko prostega skupnega časa. Zaenkrat nam to lepo uspeva.«*

V Tabeli 5 so zbrani glavni izzivi intervjuvanih mam podjetnic, s katerimi se srečujejo, oziroma tisti izzivi, ki so jih izpostavile pri usklajevanju podjetništva z materinstvom.

Tabela 5: Izzivi mam podjetnic glede na intervjuvane mame

Lastnosti podjetja, ki ga vodi mama podjetnica	Mama podjetnica, ki je navedla ta izziv
Delo zvečer, ponoči, čez vikend	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 14,
Usklajevanje dela s vrtcem	4, 3, 12, 15
Pomoč starih staršev	1, 4, 5, 9, 10, 11, 13
Problem osredotočenosti	3, 7
Pomoč starejših otrok pri podjetju	5, 8
Pomoč moža	2, 6
Finančni pritisk	14
(Ne)sledenje otrokovim šolskim dejavnostim	5

Če povzamem; mama podjetnica torej nima običajnega delovnika, ampak poskuša delo uskladiti s časom, ko so otroci v varstvu. Obenem gre za osebo, ki ima pomoč bližnjih, poskuša reševati finančni pritisk, slediti vsem otrokovim dejavnostim in hkrati ostati osredotočena.

5.4.3 Prednosti in slabosti, ki jih imajo mame podjetnice

Najpogosteje omenjena prednost s strani mam podjetnic je fleksibilnost delovnega časa. Fleksibilni delovni čas pomeni, da lahko delavci (v našem primeru mame podjetnice) sami določajo, kdaj bodo prišli na delovno mesto, in tudi, kdaj bodo odšli. Pozitivne strani fleksibilnega delovnega časa so: občutek kontrole nad urnikom in večje ravnovesje med delom in prostim časom. Za mame podjetnice je pri fleksibilnem delovnem času pomembno, da si lahko razporedijo čas glede na rutino njihovih otrok in tako preživijo več časa z njimi, kot bi ga sicer, če bi bile zaposlene drugje.

Mama podjetnica 4 pravi: » [...] definitivno pa, da preživim več kakovostnega časa z njimi, kot če bi imela nekje redno službo.«

Mama podjetnica 7 dodaja: »Največjo prednost mi predstavlja, da lahko sama kreiram svoj način življenja, svoj urnik in ga prilagodim na otroka ter naše potrebe in želje«.

Mame podjetnice združujejo službo in skrb za družino. Pri njih sta ti dve dejavnosti močno prepleteni in povezani.

Mama podjetnica 10: »Kot sem že povedla, moje delo in zasebno življenje sta zelo prepletena.«

S fleksibilnostjo delovnega časa je močno povezano delo od doma, ki ga mame podjetnice vidijo kot veliko prednost.

Mama podjetnica 1 pravi: *»Prednost je definitivno tudi v tem, da delam doma. Tako se mi ni potrebno vsak dan voziti na delo, ampak grem lahko delati vsako prosti minuto.«*

Naslednja prednost, ki jo vidi večina mam podjetnic, je, da lahko delajo tisto, česar si želijo. V svojem delu so suverene, saj počno tisto, kar jim je všeč in to rade delajo.

Mama podjetnica 3 razlaga: *»Prednost je tudi, da počnem, kar si želim in kar obožujem in posledično nisem obremenjena z negativnim delovnim stresom iz neke standardne službe. Sem bolj sproščena, boljša mama zaradi tega.«*

Mama podjetnica 11 pripomni: *»Največja prednost je, da resnično delam to, kar obožujem, in se pri tem zelo dobro počutim.«*

Prednost, ki sem jo verjetno na podlagi prebrane literature najmanj pričakovala, pa je za mame podjetnice zelo pomembna, je hitrost udejanjanja idej. Ko so mame »same svoj šef«, lahko idejo uresničijo takoj. Ne potrebujejo dodatnih dovoljenj nadrejenih in nekih postopkov, ki so značilni za večja podjetja, ampak lahko idejo začnejo uresničevati takoj. Mama podjetnica 10 pravi: *»Podjetništvo mi omogoča, da ko imam idejo, inspiracijo, to takoj uresničim. Ni mi potrebo pisati načrta projekta, ga dati v presojo svojim nadrejenim, ampak lahko svojo kreativnost takoj udejanjim. Nihče mi tudi ne »striže perutničk.«*

Večkrat omenjena prednost pri poslovanju mamic podjetnic pa je lahko obenem tudi slabost. Gre za fleksibilnost delovnega časa, ki naj bi ponujala več časa, a hkrati lahko povzroča tudi pomanjkanje časa na drugi strani. Dejstvo, da si lahko sama organizira čas, je lahko prednost in tudi slabost: Poglejmo si bolj podrobno primer mame podjetnice 3. Kot prednost je navedla, da si lahko sama organizira čas, na drugi strani pa je kot slabost navedla: *»Slabost je, da sem večinoma doma. Doma se vedno najdejo opravila, ki jih načeloma opravi ženska. Vedno me čakajo kupi perila, umazana kuhinja, nepomita posoda, ki je v »delovnem času« težko ne vidim, in včasih tudi vmes postorim kakšno domače opravilo, česar se sicer načeloma izogibam.«*

Mame podjetnice so pomanjkanje časa za službo navedle kot ključno slabost takega načina podjetja. Ker so namreč čez dan obremenjene s skrbjo za otroke, morajo manjkajoče delo nadoknaditi zvečer ali čez vikend.

Mama podjetnica 2 pravi: *»Največja težava je pomanjkanje časa. Pomagata mi dobra organizacija in pomoč moža ter bližnjih.«*

Mama podjetnica 1 dodaja: *»Če je naročil veliko, je delo čez vikend neizogibno, saj je to edini čas, ko je lahko mož z otrokoma in se v miru posvetim svojemu delu.«*

Naslednji problem, ki ga mame navajajo, je bolniška odsotnost. Po slovenski zakonodaji so samostojni podjetniki upravičeni do bolniške odsotnosti in nadomestila plače (dohodka) za začasno zadržanost od dela zaradi bolezni. Vendar so do tega upravičeni le v primeru, ko bolezen traja več kot 30 delovnih dni ali če zboli njihov otrok. Torej si mora samostojni podjetnik prvih 30 delovnih dni bolniškega staža sam plačevati prispevke; po preteku tega časa mu prispevke krije Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije, upravičen pa je tudi do prejema nadomestila za začasno zadržanost od dela (Setnikar, 2015). Odsotnost od dela zaradi nege otrok ali bolezni otežuje delo, saj ni nikogar, ki bi v tem času prevzel delo in jih nadomestil.

Mama podjetnica 9 opisuje: *»Največja težava so bolniške. Če sem sama bolna, me vseeno vse delo počaka, nihče ne naredi namesto mene. [...] Če pa otrok zboli, je še huje, ker moram biti z njim, nimam kritja izgube stroškov.«*

Bolniška odsotnost pa obenem predstavlja tudi finančno breme za mamo podjetnico. Mama podjetnica 7 povzame: *»Največjo težavo pa seveda predstavlja uravnotežen in stalni dotok financ ter miselnost, da moraš vse sam.«*

Finančna nestabilnost se kot slabost kaže tudi pri mamah podjetnicah, ki poslujejo s fizičnimi osebami in so odvisne od števila naročil.

Mama podjetnica 1 odgovarja: *»Slabost tega pa je, da vsak mesec ni dober mesec naročil unikatnih oblačil. Pride kakšen mesec, ko samo pokrijem stroške in mojega zaslužka praktično ni.«*

Mama podjetnica 14 dodaja: *»Slabost je zagotovo to, da ne morem preveč vnaprej planirati svojega dela, ker je to soodvisno od strank, naročil in sprememb na trgu.«*

V Tabeli 6 je prikaz prednosti in slabosti podjetništva, ki usklajuje delo in materinstvo. Gre za dejavnike, ki so jih mame podjetnice omenile, kar pa ne pomeni, da so samo ti dejavniki prisotni pri takem načinu podjetništva. Fleksibilnost delovnega časa je najpogostejše omenjena prednost sodelujočih mam podjetnic. Poleg tega bi kot prednost izpostavila še možnost, da lahko mame uresničijo svoje ideje takoj, brez odobritev svojih nadrejenih.

Tabela 6: Prednosti podjetništva glede na intervjuvane mame

Prednosti podjetništva	Mama podjetnica, ki je izpostavila to prednost
Fleksibilen delovni čas	3, 2, 4, 6, 7, 9, 12, 13, 14, 15
Veselite se dela	1, 3, 6, 7, 11
Delo od doma	1, 3, 8, 10
Sam svoj šef	2, 7, 9, 14
Krepitev delovnih navad otrok	1, 5, 7
Takojšnja realizacija idej	11

V Tabeli 7 so predstavljene ključne slabosti podjetništva med mamami podjetnicami, ki so jih sodelujoče mame izpostavile. Najpogostejše se kot slabost pojavlja pomanjkanje časa, kar je nekako logična posledica tega, da ima večina mam podjetnic svoje podjetje doma in združujejo podjetje in materinstvo ter tudi gospodinjstvo čez ves dan.

Tabela 7: Slabosti podjetništva glede na intervjuvane mame

Slabost podjetništva	Mama podjetnica, ki je izpostavila to slabost
Pomanjkanje časa	1, 2, 5, 6, 15
Finančna odvisnost	1, 4, 7
Odvisnost od samega sebe	7, 9, 10
Delo zvečer, čez vikend	2, 3
Bolniške	2, 9
Preobremenjenost	8, 12
Odvisnost od naročil	1, 14

Vprašanje, ki se ob tem poraja, je, kako je lahko fleksibilni delovni čas obenem najpogostejše izpostavljen kot prednost, hkrati pa je pomanjkanje časa tista slabost, ki muči največ mam podjetnic. Zdi se, kot da mame podjetnice na eni strani z veseljem razpolagajo s časom, na drugi strani pa premalo časa namenijo za podjetništvo.

5.4.4 Zadovoljstvo mam podjetnic

Zadovoljstvo je definirano kot stanje posameznika, ki občuti izrazito pozitivna čustva (Wikipedija, 2018). Čustvo zadovoljstva je povezano s čustvom želje. Če si posameznik nekaj želi, občuti zadovoljstvo takrat, ko doseže svoj cilj (Milivojević, 2010). Danes se o zadovoljstvu veliko govori. Veliko knjig, člankov in diskusij je na temo osebnega zadovoljstva, kako priti do njega, ga negovati in ga ne izgubiti. Ravno zaradi tega sem poskušala prek raziskave mame podjetnice vprašati tudi o njihovem osebnem zadovoljstvu. Mame podjetnice v Sloveniji so v glavnini zadovoljne s svojim delom, pridejo pa dnevi, ko imajo vsega dovolj. Poročajo tako:

- Mama podjetnica 11: *»Jaz sem s svojim delom kar zadovoljna. Velikokrat si rečem, da tega ne bom več počela, še posebej ob dnevih, ko se nabere vsega preveč, ko te otroci malo več zahtevajo zase, ko imaš obveznosti še v šolah in obšolskih dejavnostih. Ampak, to delo zares obožujem in zato grem naprej. Nekje me mame črpamo moč in energijo, da nadaljujemo.«*
- Mama podjetnica 2: *»Zadovoljna sem, da lahko delam, kar delam, ker to počnem z veseljem. To je velikokrat tisto, kar me spodbudi, da lažje prenesem dolg delovnik in občasno odrekanje nekaterim ugodnostim, ki sem se jih pred leti rada posluževala. V resnici je podobno kot biti mama. Ko imaš enkrat otroke, se ogromno stvari spremeni. Kakšna stvar tudi na slabše. Ampak je vse vredno, ko vidiš nasmeh svojega otroka.«*

- Mama podjetnica 7: *Da, zelo sem zadovoljna. Seveda so področja, na katerih še delujem, jih izboljšujem, da dosežem še boljši rezultat. To me žene. Dokler me bo ta način podpiral v mojih osebnih in kariernih ciljih, bom s tem nadaljevala. Če bom začutila drugače, bom iskala druge rešitve.*
- Mama podjetnica 10: *»S svojim delom sem zelo zadovoljna. [...] Lahko bi rekla, da združujem svoje delo s svojim hobijem. Tistemu, kar mi ni v užitek že na začetku, rečem ne. Naučila sem se poslušati svoji intuicijo in projektov, ki mi že od začetka ne sedijo, se sploh ne lotim.«*
- Mama podjetnica 14: *»S svojim delom sem zadovoljna. Včasih izčrpana, vendar ko potegnem črto, sem zadovoljna. Moja lastna pot me izpolnjuje skoraj v tako veliki meri kot družina.«*

So pa nekatere mame podjetnice pri zadovoljstvu izpostavile, da so sicer s svojim delom zadovoljne, ampak s finančne perspektive ne povsem. Motijo jih predvsem po njihovem mnenju preveliki stroški prispevkov in dajatev. Pravijo:

- Mama podjetnica 1: *»S svojim delom sem osebno zadovoljna. Zadovoljna predvsem, ko vidim svoje srečne kupce, ki so navdušeni, ko prejmejo svoje izdelke. Malo manj sem zadovoljna s prihodki, ki jih ustvarim, saj niso prav veliki. Definitivno pa sem mnjenja, da je osebno zadovoljstvo podjetnic velik doprinos k sreči celotne družine.«*
- Mama podjetnica 12: *»Po enem letu brez prihodkov se stanje počasi normalizira. Z delom sem zadovoljna, nisem pa zadovoljna z višino prispevkov in ostalih stroškov.«*
- Mama podjetnica 15: *»Sem zadovoljna z delom. Nisem pa zadovoljna z državnimi dajatvami, ker so prispevki definitivno previsoki in se boriš iz mesca v mesec.«*

Tudi po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije so ženske v Sloveniji kljub različnim težavam na splošno zadovoljne, še več, v povprečju so bolj zadovoljne kot moški. Leta 2013 so ženske v Sloveniji, stare vsaj 16 let, ocenjevale svoje zadovoljstvo z življenjem z ocenami od 0 do 10. Povprečna ocena je takrat bila 7,0, kar nas je med članicami EU-28 uvrstilo na 14. mesto. Moški v Sloveniji so zadovoljstvo s svojim življenjem ocenili v povprečju z nekoliko nižjo oceno (6,9), s čimer smo se med državami članicami Evropske unije uvrstili na 16. mesto (Svetlin, Kastelic & Žnidaršič, 2018).

Zanimivo razmišljanje o zadovoljstvu je podala mama podjetnica 5, ki pravi: *»S svojim delom sem zadovoljna. Še vedno imam občutek, da nas moški marsikdaj smatrajo, da smo mame in da nismo za izvajanje velikih projektov. Tukaj lahko dokažemo, da imamo marsikdaj več poguma in moči kot marsikateri moški. In vedno težimo k zastavljenim ciljem in če ne drugega, nas trma usmerja, da nam to uspe.«*

5.4.4.1 Dejavniki vstopa in zadovoljstvo

V okviru raziskave sem poskušala ugotoviti, ali dejavniki vstopa v podjetništvo vplivajo na osebno zadovoljstvo mam podjetnic. Moja predpostavka je bila, da so dejavniki vstopa povezani z zadovoljstvom mam podjetnic. Torej, če je vstop v podjetništvo priložnost in ne nuja oziroma prisila, potem je logična posledica, da bodo mame podjetnice zadovoljne, v nasprotnem primeru pa pričakujem, da zadovoljstva ne bo. Pokazalo pa se je, da nobena od vprašanih mam podjetnic ni eksplicitno izrazila, da je trenutno nezadovoljna.

5.4.5 Družbena omrežja in novodobna tehnologija

V Sloveniji je Facebook množično uporabljen medij, prek katerega lahko s pravilnim ciljanjem dosežemo večino ciljnih publik. Podjetje Valicon je z raziskavo Media + dobilo podatke, koliko Slovencev uporablja družbene medije. V raziskavi je navedeno, da ima Facebook profil 830.000 Slovencev, starih med 15 in 75 let, od tega jih družbene medije 70 % uporablja dnevno, kar je skoraj 600.000 ljudi (Valicon, 2016).

Tudi mame podjetnice se strinjajo, da so družbena omrežja postala nepogrešljiva pri njihovih podjetjih. Strinjajo se, da so najbolj uporabna pri oglaševanju in promociji. Na ta način lahko dosežeš širšo množico, ki jo bi drugače težko nagovoril. Vse mame podjetnice, zajete v raziskavo, imajo svoj Facebook profil, so aktivne na Instagramu, nekatere pa pišejo celo svoje bloge.

Takole razmišlja mama podjetnica 10: *»Sigurno so novodobna tehnologija in socialna omrežja velik plus. Preko socialnih omrežij lahko dostopaš do širše množice ljudi, sploh če si aktiven in te vsi spremljajo. Občasno pišem blog, Facebook uporabljam v poslovne namene, prav tako tudi Instagram. Prek Instagrama sem se povezala z različnimi ljudmi, s katerimi smo potem tudi poslovno sodelovali. Ta tehnologija mi je super, mi je dobro orodje in pomoč pri moji promociji, pa tudi, da vidim, kaj drugi delajo.«*

Novodobna tehnologija oziroma IKT prinaša v življenje mam podjetnic možnost, da sploh lahko delajo od doma, v domačih pisarnah in z otrokom v naročju. Zato ni nič čudnega, da se mame podjetnice strinjajo, da je delo na daljavo zanje zelo pomembno.

Mama podjetnica 13 dodaja: *»Novodobna tehnologija ima pri mojem načinu vodenja posla zelo velik pomen, saj lahko stranki odgovorim takoj, ko imam čas. Posledično je veliko manj sestankov, kot bi jih bilo, če tehnologija ne bi obstajala. Stranka je lahko iz drugega konca Slovenije in ni potrebno, da bi se vozila tja na sestanke, ampak se lahko vse dogovorim po mailih ali prek videokonferenc.«*

Socialna omrežja so dober vir navdiha tudi za mame podjetnice in podjetništvo samo. Tako pravi mama podjetnica 7, ki povzame, kako pomembno vlogo imajo socialna omrežja: *»Kot vidim jaz, novodobna tehnologija zelo podpira razvoj podjetništva in način poslovanja je zato hitrejši. Lahko sodeluješ z ljudmi z vsega sveta. Tudi izmenjava mnenj, dobrih praks*

deluje hitreje. Vse je dostopno. Tudi mame podjetnice imajo na voljo vse to. Lahko imaš spletno podjetje, medtem ko si doma z otrokom. Kako super je to, a ne?»

Enako meni tudi mama podjetnica 14: *»Predvsem so informacije dostopne vsem. Zgodbe navdiha na socialnih omrežjih po mojem mnenju prispevajo k temu, da posamezniki upajo stopiti na pot podjetništva. Sploh pa se pogled družbe počasi spreminja v podpiranje te oblike zaposlitve.«*

Opozoriti pa je treba, da je tudi pri socialnih omrežjih treba biti previden, saj lahko hitro izgubimo osredotočenost na trenutno delo. Mama podjetnica 2 opozarja: *»[...] v primeru novodobne tehnologije in socialnih omrežij je ta predvsem, da te zmoti in preusmeri pozornost.«*

Problem, ki ga opažajo mame podjetnice, je tudi kopiranje izdelkov, ki jih pokažejo na svojem profilu. Mama podjetnica 1 pravi: *»[...] hkrati pa je tudi nevarnost, saj vsi to vidijo in se kdaj zgodi, da mi idejo tudi ukradejo.«*

Še bolj negativno izkušnjo ima mama podjetnica 6, ki se spominja: *»Najhuje pa mi je bilo, ko so mi ukradli idejo. Ko je bila hčerka stara pol leta, ji je v lupinici premetavalo glavico levo in desno. Nastala je ideja za Sleep heart blazinice, ki nudijo oporo dojenčkove glave. Blazinico sem naredila najprej za hčerko, potem ko so jo videli še ostali, je postala pravi hit. Več kot 50 smo jih naredili vsak teden. Na žalost pa je konkurenca čez dva meseca skopirala mojo idejo za izdelek, mi v naslednjem mesecu prevzela vsa naročila in mi vzela voljo do izdelave blazinice. Teh blazinic od takrat ne prodajam več, čeprav je bila to moja ideja.«*

V Tabeli 8 so predstavljeni najpogostejši odgovori, kako novodobna tehnologija vpliva na mame podjetnice. Najpogostejše socialna omrežja uporabljajo kot orodje marketinga, vendar nekatere mame opozarjajo na odvrčanje pozornosti na delo, ki ga delajo, in vidik, kako je na socialnih omrežjih vedno videti vse lepo in čudovito, realnost pa je lahko zelo drugačna.

Tabela 8: Vpliv novodobne tehnologije glede na intervjuvane mame

Vpliv novodobne tehnologije	Mama podjetnica, ki je to izpostavila
Omogočajo marketing	1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11,
Omogočajo delo od doma	2, 3, 7, 9, 11, 12, 13
So vir navdiha	4, 7, 8, 10, 14
Omogočajo kopiranje idej	1, 4, 6
Odvračanje pozornosti	2
Zavist	15

Facebook je zelo učinkovito orodje, ki z minimalnimi stroški omogoča uspešno promocijo in prodajo izdelkov ali storitev. Obenem pa predstavlja okolje, kjer se podjetnice med seboj spodbujajo, delijo nasvete, tvorijo poslovne vezi ali si kako drugače pomagajo. Število podjetnic, ki prodajajo svoje izdelke prek Facebooka, skokovito narašča in prav tako njihov

doseg sledilcev oziroma tistih, ki so »všečkali« njihovo stran in aktivno sledijo njihovim objavam.

5.5 Omejitve in priporočila za nadaljnje raziskave

Prek opravljenih intervjujev sem dobila vpogled v delo slovenskih mam podjetnic. Izvedba raziskave mi je omogočila поблиžje razumeti, zakaj se odločajo za podjetništvo, kaj jih motivira in kaj ovira. Raziskava tudi pokaže, kako naporno je usklajevanje med podjetništvom in materinstvom. Rada pa bi opozorila na določene omejitve pri interpretaciji rezultatov. V priložnostni vzorec sem namreč vključila tiste mame podjetnice, ki so bile pripravljene na sodelovanje. Raziskava geografsko ne pokriva celotne Slovenije in tako majhen vzorec ne more biti reprezentativen, zato ne moremo trditi, da izsledki raziskave veljajo za celotno populacijo mam podjetnic v Sloveniji.

V vzorec sem zajela samo mame podjetnice, ki so aktivne na socialnih omrežjih oziroma jih vsaj dobro poznajo. Zato bi rada poudarila, da obstaja možnost, da so nekateri rezultati pristranski. Prav tako večina sodelujočih mam podjetnic nima več kot dveh zaposlenih, tako da so njihova podjetja mikro podjetja.

Med omejitve raziskave sodi tudi pomanjkanje literature na področju mam podjetnic v Sloveniji in s tem povezano manjše število empiričnih študij, saj nisem imela smernic, kaj sploh lahko pričakujem.

V raziskavi so mame podjetnice navedle željo kot dejavnik vstopa v podjetništvo, vendar je bila ta želja pri vsaki mami podjetnici utemeljena nekoliko drugače. Sama nisem prišla do nekega skupnega imenovalca, tako da predlagam, da se te želje поблиžje pogleda, predvsem s psihološkega vidika. Zanimivo bi bilo vedeti, kateri dejavniki pripeljejo do te želje po podjetništvu, saj še same mame podjetnice niso znale opredeliti, kdaj se je želja pojavila. Razlagajo tako:

- Mama podjetnica 3: *»Moja skrita želja dolga leta (predvsem po moji lastni poroki) je bila zagnati lasten kreativni atelje ...«*
- Mama podjetnica 8: *»Od nekdaj sem si želela imeti svojo spletno trgovino z otroškimi izdelki. O tem sem sanjala več let.«*
- Mama podjetnica 15: *»Moja želja po samostojnosti se je porajala v mislih že zelo dolgo ...«*

Opravljen raziskava nudi poglobljen vpogled v vsakdanje življenje mame podjetnice, ki lahko mami, ki se odloča za podjetniško pot, prikaže realno sliko, kaj lahko pričakuje. Predstavila sem torej izzive, s katerimi se bo vsakodnevno srečevala, prednosti in slabosti, ter tudi skrite nevarnosti, ki jo mogoče čakajo. Hkrati pa ji daje nek zagon, saj vidi, da zadovoljstvo z delom in življenjem ni povezano z načinom vstopa v podjetništvo. Za boljše

razumevanje mam podjetnic predlagam kvantitativno raziskavo na dovolj velikem vzorcu, ki bi bil statistično značilen. Tako bi lahko izsledke raziskave vzorčili na celotno populacijo in dali smernice vsem mamam podjetnicam. Zanimivo bi bilo tudi ugotoviti, ali se značilnosti mam podjetnic spreminjajo glede na geografsko lego. Ali imajo na primer mame podjetnice v Prekmurju drugačne izzive kot tiste iz osrednje Slovenije.

Predlagam tudi, da se v prihodnje raziskuje predvsem tista področja, ki so v Sloveniji še neraziskana: koliko mam podjetnic je svoje podjetje odprlo v času recesije z namenom finančne podpore družini; koliko mam podjetnic je bilo prisiljenih v prekarno delo, saj je bil to edini način, da so lahko delale, koliko mam podjetnic se je podalo na samostojno podjetniško pot samo zaradi subvencij Zavoda za zaposlovanje itd. Vprašati se moramo, zakaj toliko mam podjetnic poroča o pomanjkanju časa, o izčrpanosti in o izgorelosti. Mislim, da se tu obravnava družbeni problem, ki idealizira vlogo mame v današnjem času. To so resnično pomembne teme za celotno družbo, saj samo ženska lahko postane mama, ki prinese novo življenje na svet.

5.6 Ugotovitve raziskave

Glavni namen magistrskega dela je bil proučiti dejavnike, ki vplivajo na odločitev mam, da postanejo podjetnice. Rezultati empiričnega dela se v splošnem ujemajo s teorijo. Temeljne raziskave, na katerih sloni teorija, so bila narejene v drugih državah, tako da je pričakovati določena odstopanja, ki so značilna za vsako kulturo posebej.

S prvim raziskovalnim vprašanjem (RV1) sem želela ugotoviti, kateri so ključni izzivi mam podjetnic. Mame podjetnice se vsakodnevne srečujejo z različnimi izzivi, ki so vezani tako na družinsko kot tudi na poslovno življenje. Usklajevanje družine in podjetja je definitivno eden večjih izzivov, ki je bil tudi največkrat izpostavljen. Dan ima 24 ur in je potrebna resnično dobra organizacija, da so opravljene vse obveznosti, ki jih mame podjetnice imajo v svoji družini in v svojem podjetju. Mame podjetnice so bile na začetku svoje podjetniške poti še bolj obremenjene z delom, tako da lahko v nekaj primerih govorimo celo o izgorelosti. Same se strinjajo, da so morale priti do točke, ko so se morale odločili, kako naprej, saj je bil tempo dela resnično pretiran.

Študije so pokazale, da je skrb za otroke v večji meri na strani mame, in tako pojasnjujejo prednost, ki jo mame namenijo za svoje otroke pred njihovim poslovnim svetom (McDowell et al, 2006). V skladu s teorijo tudi slovenskim mamam podjetnicam veliko izzivov prinesejo otroci. V vsakem starostnem obdobju otroka so različni izzivi, s katerimi se srečujejo mame. Tiste mame podjetnice, ki so kljub porodniškem dopustu skrbele za svojo podjetja, pripovedujejo, da so lahko delale, ko so dojenčki spali, večkrat pa so z dojenčkom v naročju urejale poslovne obveznosti. Tu bi rada poudarila, da se Slovenija uvršča precej visoko po dolžini porodniškega dopusta, ki pripada mami po rojstvu otroka. V Sloveniji povprečni

porodniški dopust traja 52 tednov in delež nadomestila prihodkov, ki ga za celotno obdobje prejmejo mame, je v povprečju 92,9 % (Košir, 2018).

Ko so otroci malo večji in lahko gredo v vrtec, se dinamika malo spremeni. Mame morajo tako uskladiti svoj čas, da lahko otroke zjutraj peljejo v vrtec in jih potem gredo iskat nekje do treh ali štirih. Po naši zakonodaji je najdaljši dnevni program do devet ur. Če je otrok več kot devet ur v vrtcu, morajo starši vrtec doplačevati (Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, 2015). Ob vstopu otrok v vrtec pa se navadno pojavijo bolezni, ki jih prej ni bilo zaznati. Mame postanejo napete in pod stresom, so razpete med službo in skrbjo za bolnega otroka. Rešitev, ki so jo mame zaznale, je podjetništvo, saj lahko na tak način lažje združijo skrb za otroke in svoje delo, ki prinaša finančne koristi. Literatura govori o tem, kako želijo mame podjetnice (angl. *mumpreneurs*) svojo materinsko vlogo usklajevati s podjetništvom (Ekinsmyth, 2014; Nel et al., 2010), nisem pa zasledila literature, ki bi opredeljevala, kako bolezen mlajših predšolskih otrok vpliva na usklajevanje materinstva in podjetništva in v kolikšni meri se mame odločajo za podjetništvo izključno zaradi bolezni svojih otrok. Prav tako literatura opredeljuje, da imajo stari starši veliko vlogo v vzgoji svojih vnukov (Gauthier, 2002; Hank & Buber, 2009), nisem pa zasledila, koliko časa preživijo z bolnimi otroki namesto njihovih staršev. Po mojem mnenju je Slovenija na podlagi prebrane literature v tem pogledu fenomen, in sicer v medgeneracijski povezanosti. Tudi v svoji raziskavi je velika večina vprašanih mam podjetnic izpostavila pomoč, ki so je deležne od starih staršev.

Vprašane mame podjetnice, katerih otroci obiskujejo vsaj osnovno šolo, pa so poudarile, da jih že vključujejo v svoj posel z namenom, da jim privzgojijo boljše delovne navade, večjo odgovornost in razumevanje, da ni nič samoumevno. Pri pisanju teorije smo se osredotočili predvsem na mame podjetnice, ki imajo mlajše otroke, tako da je ta vidik resnično zanimiv in nepričakovan.

Drugo raziskovalno vprašanje (RV2) govori o prednostih in slabostih, ki jih prinaša podjetništvo, ki se dopolnjuje z materinstvom. Ho et al. (v Richomme-Huet et al., 2013) so v svoji definiciji mame podjetnice govorili o uravnavanju časa, ki ga mame podjetnice namenijo svojim otrokom, partnerju in sebi, s časom, ki ga porabijo za svoje podjetje, zato ne preseneča, da je bil v raziskavi kot najpogostejša prednost omenjen fleksibilni delovni čas. Fleksibilnost je izražena v tem, da so precej svobodne pri upravljanju s svojim časom. Same lahko odločajo, kdaj bodo delale in kdaj bo njihova pozornost usmerjena v družino.

Teorija govori o tem, da mame podjetnice svoje delo opravljajo z veseljem, ker delajo to, kar jih veseli. Temu pritrjujejo tudi vprašane mame podjetnice, ki vidijo veselje do dela kot prednost. Čeprav nisem v prebrani literaturi nikjer specifično zasledila, da bi mame podjetnice kot prednost izpostavile svojo svobodo pri uresničevanju idej, kjer niso odvisne od razumevanja svojih nadrejenih, pa se je to pokazalo v raziskavi.

Opređeljene slabosti so bile v raziskave pričakovane, saj se skladajo s teorijo. Mame podjetnice so finančno odvisne od dela, ki ga opravijo, in od s tem povezanih prihodkov, ki jih ustvarijo. V primerjavi s zaposlitvijo, kjer je plača vsak mesec praviloma na isti dan in v enaki višini, pa je pri podjetništvu zgodba povsem drugačna. V opravljeni raziskavi je pomanjkanje časa najpogostejša slabost, o kateri poročajo mame podjetnice, zato ne čudi, da prihaja do izgorelosti med njimi.

Tretje raziskovalno vprašanje (RV3) poskuša ugotoviti, kako podjetništvo vpliva na usklajevanje dela in družine. Po podatkih Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti je v Sloveniji, kljub temu da se povečuje čas, ki ga moški namenijo skrbi za družino, ta še vedno v veliki meri naloga žensk. Statistika pravi, da ženske gospodinjskim opravilom ter skrbi za družino namenijo skoraj dvakrat toliko časa kot moški (Republika Slovenija ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, b.l.). Mame podjetnice se strinjajo, da usklajevanje zahteva veliko napora in iznajdljivosti. Govorijo o delu zvečer in ponoči ter čez vikend, ko imajo na voljo pomoč partnerja. Hkrati pa priznavajo, da so se morale vrednote spremeniti in če so to zmogle, so sedaj pri usklajevanju uspešne. Pripovedujejo, kako so se morale naučiti kontrolirati svoj čas, si dovoliti imeti tudi čas zase. Poklicno in zasebno življenje je veliko bolj prepleteno kot pri »tradicionalni« zaposlitvi, saj je delo vkomponirano v vsakodnevno dogajanje.

Pri četrtem raziskovalnem vprašanju (RV4) pa sem poskušala pridobiti informacije, kako socialna omrežja in novodobna tehnologija vplivajo na podjetništvo. Mame podjetnice so v ospredju pri izkoriščanju novih priložnosti IKT. Tehnologija, ki podpira delo od doma, je sestavni in ključni del podjetništva mam podjetnic (Ekinsmyth, 2014). Omogoča jim posel iz domače pisarne, konferenčni videoklici omogočajo sestanke brez geografske ovire, tak način poslovanja je tudi bistveno cenejši, saj nimamo dodatnih stroškov z najemnino, prevozom, prehrano itd. Opravljena raziskava govori, da so tudi slovenske mame podjetnice odvisne od novodobne tehnologije. Tudi njihove dejavnosti večinoma spadajo v storitveni sektor, kjer je IKT zelo pomemben.

Raziskava je pokazala, da je tudi vpliv socialnih omrežij večinoma zelo pozitiven. Vse vprašane mame podjetnice imajo svoje profile na družabnih omrežjih. Omenjale so Facebook, Instagram in bloge, ki jih nekatere pišejo. Mame podjetnice prek socialnih omrežij oglašujejo, si izmenjujejo izkušnje, dobre prakse, se spodbujajo in si pomagajo. Opozarjajo pa na možnost kopiranja idej, ker je ideja oziroma izdelek viden vsem in kopiranje zelo dostopno. Med raziskavo je izpostavljen tudi problem osredotočenosti. Potrebna je velika koncentracija za delo na družabnih omrežjih, da se pozornost ne preusmeri v brskanje po socialnih omrežjih, namesto da bi opravljali svoje delo, z brskanjem zapravljamo čas.

Zadnje raziskovalno vprašanje (RV5) je želelo preveriti, ali obstaja razlika v zadovoljstvu mam podjetnic, če so v podjetništvo vstopile zaradi nuje ali zaradi priložnosti. Vzroki, ki

sem jih med raziskavo skušala razbrati, so bili večinoma dejavniki iz nuje (ostala brez službe in želela delati, zavod za zaposlovanje je omogočal subvencije za samostojne podjetnike, nezadovoljstvo na delovnem mestu itd.). Tu bi rada opozorila na slovensko problematiko, ki se je v času krize zelo razširila. Gre namreč za t. i. prekarno delo. To pomeni, da ima delo lastnosti delovnega razmerja (dela za točno znanega naročnika, na njegov način in pod njegovimi pogoji), hkrati pa mora imeti odprto svojo samostojno dejavnost in delodajalcu prek nje izstavlja račun. Torej si mora prispevke in dajatve plačevati sam. Tudi pri vprašanih mamam podjetnicah je bilo izpostavljeno prekarno delo.

Vzroki, ki so prispevali k temu, da so se mame odločile za podjetništvo, pa so tudi bolj pozitivno naravnani, lahko bi jim rekli dejavniki priložnosti. Raziskava je pokazala, da so hobiji prerastli v podjetja, da je bila neka želja, ki je mogoče že dalj časa tlela in je sedaj prišel pravi čas. Svoboda, ki jo podjetništvo prinaša, je bila tudi velik dejavnik motivacije za vstop v podjetništvo.

SKLEP

Raziskave, ki jih opravlja GEM, so pokazale, da v Evropski uniji samo ena tretjina žensk meni, da imajo potrebno znanje in sposobnosti za ustanovitev svojega podjetja, medtem ko je takega mnenja kar 49 % moških. Če pogledamo drugače; kar dve tretjini žensk v inovacijskih gospodarstvih verjame, da nimajo ustreznega znanja ali veščin za začetek poslovanja. To je podatek, ki jasno izpostavi področje, na katero se lahko vključi politika z ustreznimi programi in projekti (Rebernik et al., 2017; GEM Women's reports Entrepreneurship 2016/17 report, 2017). Finančne spodbude za vstop žensk v podjetništvo in z njimi povezana izobraževanja so ukrep, ki ga Slovenija že uporablja, koristno pa bi bilo ženskam in še posebej mamam podjetnicam pomagati tudi po začetku posla, saj se jih velika večina takrat prvič sreča s podjetništvom in načinom dela v manjših podjetjih.

Poleg tega se v družbi še vedno pojavljajo dvomi, da mame podjetnice niso »prave« podjetnice, saj je njihov glavni poudarek, po mnenju skeptikov, na dobrobiti družine in ne na razvoju posla in dobičkonosnosti. S tem se sama ne strinjam tudi zaradi že opravljenih raziskav. Bolton in Thompsonova (v Duberley & Carrigan, 2013) opredeljujeta podjetnika kot osebo, ki navadno ustvarja in uvaja inovacije, da bi dodala novo priznano vrednost okoli zaznanih priložnosti. Iz tega je jasno razvidno, da tudi mama podjetnica sodi v to skupino in torej ustreza definiciji podjetnika.

Na drugi strani pa se strinjam s trditvijo, da so te mame v danem trenutku posebna vrsta podjetnikov (Maniero & Sullivan, 2005; Pringle in McCullough, 2003). Zanje je podjetništvo rešitev, da ohranijo določen življenjski slog in identiteto ter imajo obenem možnost, da istočasno uresničujejo željo po poslovni in željo, da bi čim bolj izpolnile svojo vlogo biti čim boljša mama.

Sledeči primer jasno kaže, da imamo tudi v Sloveniji mame podjetnice, ki so se prostovoljno odločile za podjetniško pot, na poti vztrajajo in so že deležne uspeha. V oddaji Svet je bila 8. junija 2018 pod rubriko Uspešne zgodbe predstavljena Urša Petelin, ki se je po končanem porodniškem dopustu odločala, ali si bo poiskala službo ali se bo podala na samostojno pot peke slaščic. Odločila se je za lastno podjetje Uršine sanje, kjer ustvarja tortice po receptih babice, kar jo po njenih besedah zelo izpopolnjuje.

Mame podjetnice se vsakodnevno srečujejo z izzivi, ki jih prinašajo njihovi otroci, pogosto jim zmanjkuje časa za podjetje, posledično delajo tudi ponoči in čez vikend, vendar svoje delo rade opravljajo in zato tudi vztrajajo. S svojo raziskavo, kako dejavniki vstopa vplivajo na zadovoljstvo mam podjetnic, sem ugotovila, da na mojem vzorcu dejavniki niso vplivali na zadovoljstvo. Kljub temu da je bilo veliko dejavnikov, ki so potisnili mame v podjetništvo, iz nje, so se strinjale, da jim podjetništvo nudi nek občutek ugodja in zadovoljstva.

LITERATURA IN VIRI

1. Adkins, L., & Jokinen, E. (2008). Introduction: Gender, living and labour in the fourth shift. *NORA—Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 16(3), 138–149.
2. Ahmad, N., & Seymour, R. G. (2008). *Defining entrepreneurial activity: Definitions supporting frameworks for data collection*. Najdeno 10. junija 2018 na spletnem naslovu https://www.pairault.fr/ehess/doc/ocde_entreprise_08.pdf
3. Aldrich, H., Reese, P. R., & Dubini, P. (1989). Women on the verge of a breakthrough: Networking among entrepreneurs in the United States and Italy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1(4), 339–356.
4. Alstete, J. W. (2002). On becoming an entrepreneur: an evolving typology. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 8(4), 222–234.
5. Antončič, B., Hisrich, R. D., Petrin, T., & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV založba.
6. Bercko, Z. (2012). Žensko podjetništvo: realnost, izzivi in priložnosti. Najdeno 1. junija 2018 na spletnem naslovu http://journal.doba.si/letnik_4-2012-st-1/zensko-podjetnis-tvo-realnost-izzivi-in-priloznosti
7. Breen, J. (2010). Gender differences in home-based business ownership. *Small Enterprise Research*, 17(2), 124–136.
8. Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), 256–268.
9. Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of business venturing*, 11(3), 151–166.
10. Carton, R. B., Hofer, C. W., & Meeks, M. D. (1998). The entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society. Najdeno 15. decembra 2017 na spletnem naslovu https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32161444/32.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1533652192&Signature=N5ZJMdJkaDufkfqTteBCACkfi%2BI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D%20THE_ENTREPRENEUR_AND_ENTREPRENEURSHIP_OP.pdf
11. Ceed global. (b. l.). *Supporting Women Entrepreneurs in Slovenia*. Najdeno 25. aprila 2018 na spletnem naslovu <http://ceed-global.org/blog/2017/03/16/supporting-women-entrepreneurs-in-slovenia/>
12. Ceed slovenia. (b. l.). *O nas*. Najdeno 25. aprila 2018 na spletnem naslovu <http://ceed-slovenia.org/who-we-are/>
13. Clain, S. H. (2000). Gender differences in full-time self-employment. *Journal of Economics and Business*, 52(6), 499–513.
14. Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, 8(3), 251–261.

15. Cujecnost. (b.l.) *Kaj je čuječnost?* Najdeno 20. maja 2018 na spletnem naslovu <http://www.cujecnost.org/cujecnost/>
16. DeMartino, R., & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of business venturing*, 18(6), 815–832.
17. Dobrev, S. D., & Barnett, W. P. (2005). Organizational roles and transition to entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 48(3), 433–449.
18. Duncan, S., & Pfau-Effinger, B. (2000). *Gender, economy and culture in the European Union*. Oxfordshire: Routledge.
19. Ekinsmyth, C. (2011). Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK 'Mumpreneurs'. *Geoforum*, 42(1), 104–114.
20. Ekinsmyth, C. (2013). Managing the business of everyday life: the roles of space and place in "mumpreneurship". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(5), 525–546.
21. Ekinsmyth, C. (2014). Mothers' business, work/life and the politics of 'mumpreneurship'. *Gender, Place & Culture*, 21(10), 1230–1248.
22. Ekonomsko – poslovna fakulteta. (2016). Sporočilo za javnost. *V svetu več podjetniških priložnosti*. Najdeno 15. junija 2018 na spletnem naslovu http://www.epf.um.si/fileadmin/user_upload/Sporocilo_za_javnost_GEM_global_2017_2018.pdf
23. Evropska komisija. (b. l.). *Strategija Evropa 2020*. Najdeno 1. junija 2018 na spletnem naslovu https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_sl
24. Fox, M. A. (1998). *Motivations and aspirations of self-employed Maori in New Zealand*. Lincoln: Lincoln University.
25. Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696–706.
26. Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11–32.
27. Gartner, W. B., Bird, B. J., & Starr, J. A. (1992). Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organizational behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(3), 13–32.
28. Gauthier, A. (2002). The role of grandparents. *Current Sociology*, 50(2), 295–307.
29. GEM Women's Entrepreneurship 2016/ 2017 Report. (2017). Najdeno 15. decembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202016-2017%20Womens%20Report.pdf>
30. Gilad, B., & Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of small business management*, 24, 45.
31. Glas, M., & Drnovšek, M. (2000). *Slovenian women as emerging entrepreneurs: Slovenke kot porajajoče se podjetnice*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

32. Had. (2016). *Valicon / število uporabnikov Facebooka, Twitterja, Snapchata v Sloveniji / doseg in uporaba družbenih omrežij*. Najdeno 15. maja 2018 na spletnem naslovu <https://www.had.si/blog/2016/06/23/valicon-stevilo-uporabnikov-facebook-a-twitterja-snapchata-v-sloveniji-doseg-in-uporaba-druzbenih-omrezij/>
33. Hägerstraand, T. (1970). What about people in regional science?. *Papers in regional science*, 24(1), 7-24.
34. Hank, K., & Buber, I. (2009). Grandparents caring for their grandchildren: Findings from the 2004 Survey of Health, Ageing, and Retirement in Europe. *Journal of Family Issues*, 30(1), 53–73.
35. Hébert, R. F., & Link, A. N. (2009). *A history of entrepreneurship*. London: Routledge.
36. Holloway, S. L. (1998). Local childcare cultures: moral geographies of mothering and the social organisation of pre-school education. *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography*, 5(1), 29–53.
37. Jarvis, H. (2005). Moving to London time: household co-ordination and the infrastructure of everyday life. *Time & Society*, 14(1), 133–154.
38. Jean, M., & Forbes, C. S. (2012). An exploration of the motivations and expectation gaps of mompreneurs. *The Journal of Business Diversity*, 12(2), 112.
39. Jennings, J. E., & Cash, M. P. (2006). Women's entrepreneurship in Canada: progress, puzzles and priorities. *Growth oriented women entrepreneurs and their businesses: A global research perspective*, 53–87.
40. Jennings, J. E., & McDougald, M. S. (2007). Work-family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice. *Academy of management review*, 32(3), 747–760.
41. Jeremy Bentham. (b.l.) V *Wikipedija*. Najdeno 12. januarja 2018 na spletni strani https://sl.wikipedia.org/wiki/Jeremy_Bentham
42. Kan, M. Y., Sullivan, O., & Gershuny, J. (2011). Gender convergence in domestic work: Discerning the effects of interactional and institutional barriers from large-scale data. *Sociology*, 45(2), 234–251.
43. Keeble, D., Bryson, J., & Wood, P. (1992). The rise and role of small service firms in the United Kingdom. *International Small Business Journal*, 11(1), 11–22.
44. Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5), 346–364.
45. Kordeš, U., Smrdu, M., Kajtna, T., & Knap, Ž. (2015). *Osnove kvalitativnega raziskovanja*. Založba Univerze na Primorskem.
46. Košir, K. (2018, 20. marec). Kako radodarne so države s porodniškimi dopusti. *Svet kapitala*. Najdeno 1. junija 2018 na spletnem naslovu <https://svetkapitala.delo.si/trendi/kako-radodarne-so-drzave-s-porodniskimi-dopusti-5205>
47. Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of management*, 14(2), 139–161.
48. Mainiero, L. A., & Sullivan, S. E. (2005). Kaleidoscope careers: An alternate explanation for the “opt-out” revolution. *The Academy of Management Executive*, 19(1), 106-123.

49. Malnar Cetinski, E. (urednica). (2012, 25. januar). Prava ideja [televizijska oddaja]. Ljubljana: RTV Slovenija.
50. Mason, C. M., Carter, S., & Tagg, S. (2011). Invisible businesses: The characteristics of home-based businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(5), 625–639.
51. McDowell, L. (2005). Love, money, and gender divisions of labour: some critical reflections on welfare-to-work policies in the UK. *Journal of Economic Geography*, 5(3), 365–379.
52. McDowell, L., Ward, K., Fagan, C., Perrons, D., & Ray, K. (2006). Connecting time and space: The significance of transformations in women's work in the city. *International Journal of Urban and Regional Research*, 30(1), 141–158.
53. McDowell, L. (2008). The new economy, class condescension and caring labour: Changing formations of class and gender. *NORA – Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 16(3), 150–165.
54. Milivojević, Z. (2010, 4. junij). Čustveno opismenjevanje: sreča in zadovoljstvo. Viva. Najdeno 29. maja 2018 na spletnem naslovu <http://www.viva.si/Psihologija-in-odnosi/2221/%C4%8Custveno-opismenjevanje-sre%C4%8Da-in-zadovoljstvo>
55. Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport. (b. l.). *Usklajevanje družinskega in poklicnega življenja*. Najdeno 1. junija 2018 na spletnem naslovu http://www.mddsz.gov.si/si/delovna_podrocja/enake_moznosti/delovna_podrocja/usklajevanje_druzinske_ga_in_poklicnega_zivljenja/
56. Mobley, W. H. (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover. *Journal of applied psychology*, 62(2), 237.
57. Mok, D., Wellman, B., & Carrasco, J. (2010). Does distance matter in the age of the internet?. *Urban Studies*, 47(13), 2747–2783.
58. Mompreneurs online. (b. l.). *About*. Najdeno 29. marca 2018 na spletnem naslovu <http://www.mompreneursonline.com/about/>
59. Nel, P., Maritz, A., & Thongprovati, O. (2010). Motherhood and entrepreneurship: the mumpreneur phenomenon. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 3(1), 6.
60. Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. *Women in management review*, 16(5), 232–247.
61. Perrin Moore, D., Moore, J. L., & Moore, J. W. (2011). How women entrepreneurs lead and why they manage that way. *Gender in Management: An International Journal*, 26(3), 220–233.
62. Piacentini, M. (2013). Women Entrepreneurs in the OECD. Key Evidence and Policy Challenges”, OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 147, OECD Publishing, Paris.
63. Pihlar, T. (2016, 11. november). Marta Turk: Podjetnica ima veliko energije, več kot drugi! *Govori.se*. Najdeno 2. junija 2018 na spletnem naslovu <https://govori.se/zanimivosti/marta-turk-podjetnica-ima-veliko-energije-vec-kot-drugi/>
64. Pringle, J. K., & McCulloch Dixon, K. (2003). Re-incarnating life in the careers of women. *Career Development International*, 8(6), 291–300.

65. Pšeničny, V., (2000). *Podjetništvo: od podjetja do rasti*. Visoka strokovna šola za podjetništvo.
66. Ramesh, V. S. (2013). Women entrepreneurship: Turning challenges into opportunities. *International Journal of Trade & Global Business Perspectives*, 2(1), 117.
67. Rebernik, M., Crnogaj, K., Širec, K., Hojnik, B. B., Rus, M., & Tominc, P. (2017). Dinamika podjetniškega potenciala: GEM Slovenija 2016. Maribor: Univerzitetna založba Univerze.
68. Republika Slovenija ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport. (2015, 30. oktober). *Predšolska vzgoja*. Najdeno 30. maja 2018 na spletnem naslovu http://www.mizs.gov.si/si/medijsko_sredisce/pogosta_vprasanja_in_odgovori/predsolska_vzgoja/
69. Richomme-Huet, K., Vial, V., & d'Andria, A. (2013). Mumpreneurship: A new concept for an old phenomenon?. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 25, 19(2), 251–275.
70. Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (Eds.). (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. London: Sage.
71. Rosener, J. B. (1990). Ways women lead. *Harvard business review*, 68(6), 119–125.
72. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. Najdeno 10. junija 2018 na spletnem naslovu <https://eclass.teicrete.gr/modules/document/file.php/DLH105/Research%20Methods%20for%20Business%20Students%20C%205th%20Edition.pdf>
73. Schjoedt, L., & Shaver, K. G. (2007). Deciding on an entrepreneurial career: A test of the pull and push hypotheses using the panel study of entrepreneurial dynamics data. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(5), 733–752.
74. Schwanen, T., Kwan, M. P., & Ren, F. (2008). How fixed is fixed? Gendered rigidity of space–time constraints and geographies of everyday activities. *Geoforum*, 39(6), 2109–2121.
75. Scott, J. L., Crompton, R., & Lyonette, C. (Eds.). (2010). *Gender inequalities in the 21st century: new barriers and continuing constraints*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
76. Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International journal of Entrepreneurial Behavior & research*, 11(1), 42–57.
77. Setnikar, N. (2015, 12. oktober). Odgovor strokovnjaka: Bolniška odsotnost s.p. *Mladi podjetnik*. Najdeno 15. junija na spletni strani <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/kaj-pa-ce-podjetnik-zboli>
78. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217–226.
79. Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1992). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 23–46.

80. Statistični urad Republike Slovenije. (2017). *Anketno brezposelnih za 26,5 % manj kot pred enim letom*. Najdeno 12. februarja 2018 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7226>
81. Svetlin Kastelic, N. & Žnidaršič, M. (2018, 8. marec). 8. marec – mednarodni dan žensk. *Republika Slovenija Statistični Urad*. Najdeno 30. maja 2018 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7279>
82. Trebušak, G. (urednik). (2018, 8. junij). Svet. Uspešne zgodbe. [televizijska oddaja]. Ljubljana: Pro plus.
83. Trevelyan, R. (2011). Self-regulation and effort in entrepreneurial tasks. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(1), 39–63.
84. Valicon. (2016). Sporočilo za medije. *Uporaba družbenih omrežij v Sloveniji v številkah*. Najdeno 15. maja 2018 na spletnem naslovu [http://www.valicon.net/files/Sporocilo%20za%20javnost%202016-06-23%20\(1\).pdf](http://www.valicon.net/files/Sporocilo%20za%20javnost%202016-06-23%20(1).pdf)
85. Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, 3(1), 119–138.
86. Zadovoljstvo zaposlenih. (b.l.) V *Wikipedija*. Najdeno 15. junija 2018 na spletni strani https://sl.wikipedia.org/wiki/Zadovoljstvo_zaposlenih
87. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje. (2016). *Več kot 200 slovenskih podjetnic stopilo na samostojno pot*. Najdeno 22. marca 2018 na spletnem naslovu <https://www.ess.gov.si/obvestila/obvestilo/vec-kot-200-slovenskih-podjetnic-stopilo-na-samostojno-pot>
88. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje. (b.l.). *Od osamosvajanja Slovenije dalje*. Najdeno 15. marca 2018 na spletnem naslovu https://www.ess.gov.si/o_zrsz/predstavitev/zgodovina/1990_do_danes

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Opomnik poglobljenega intervjuja	1
Priloga 2: Podatki o intervjuvanih mamam podjetnicah	2
Priloga 3: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 1	3
Priloga 4: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 2	5
Priloga 5: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 3	7
Priloga 6: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 4	9
Priloga 7: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 5	11
Priloga 8: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 6	14
Priloga 9: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 7	17
Priloga 10: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 8	19
Priloga 11: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 9	21
Priloga 12: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 10	24
Priloga 13: Intervju prek elektronske pošte z mamo podjetnico 11	27
Priloga 14: Intervju preko elektronske pošte z mamo podjetnico 12	29
Priloga 15: Intervju preko elektronske pošte z mamo podjetnico 13	30
Priloga 16: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 14	32
Priloga 17: Intervju prek elektronske pošte z mamo podjetnico 15	34

PRILOGA 1: Opomnik poglobljenega intervjuja

Lepo pozdravljeni,

sem Janja Ferjančič Vrčon in na Ekonomski fakulteti zaključujem študij podjetništva. V svojem magistrskem delu analiziram, zakaj se mame odločijo za podjetništvo.

Datum in ura intervjuja:

Demografski podatki intervjuvanca;

Občina:

Število otrok:

Starost otrok:

Dejavnost:

Število zaposlenih:

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva? Zakaj ste se v določenem obdobju tako odločili (družinsko okolje, izobrazba, osebne vrednote, prejšnje zaposlitve)?
2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje? Bi rekli, da ste bili v to nekako prisiljeni ali je bila to vaša želja?
3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja; materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive? Zakaj? Kako se z njimi soočate, kako jih rešujete?
4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo? Zakaj? Katere so ključne prednosti in slabosti takega podjetništva?
5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?
6. Ali oz. na kakšen način novodobna tehnologija in socialna omrežja vplivajo na odločitev/razvoj podjetništva med mamami? Zakaj?
7. Ali ste s svojim delom zadovoljni? Kako bi ocenili svoje osebno notranje zadovoljstvo?

PRILOGA 2: Podatki o intervjuvanih mamam podjetnicah

	Podatki o intervjuju
Mama podjetnica 1	Intervju je bil opravljen v lokalu v Postojni 30. 4. 2018, trajal je 25 minut. Bil je sneman v živo in nato prepisan.
Mama podjetnica 2	Intervju je bil opravljen 30. 4. 2018 prek videoklica (Skype), trajal je 20 minut. Bil je sneman in nato prepisan.
Mama podjetnica 3	Intervju je bil opravljen 3. 5. 2018 prek videoklica (Skype), trajal je 25 minut. Bil je sneman in nato prepisan.
Mama podjetnica 4	Intervju je bil opravljen 4. 5. 2018 prek videoklica (Skype), trajal je 25 minut. Bil je sneman in nato prepisan.
Mama podjetnica 5	Intervju je bil opravljen 4. 5. 2018 prek videoklica (Skype), trajal je 30 minut. Bil je sneman in nato prepisan.
Mama podjetnica 6	Intervju je bil opravljen prek telefona 4. 5. 2018. Trajal je 20 minut. Bil je sneman v živo in nato prepisan.
Mama podjetnica 7	Intervju je bil opravljen 7. 5. 2018 prek videoklica (Skype), trajal je 20 minut. Bil je sneman in nato prepisan.
Mama podjetnica 8	Intervju je bil opravljen 7.5.2018, preko videoklica (Skype), trajal je 25 minut. Bil je sneman in nato prepisan.
Mama podjetnica 9	Intervju je bil opravljen v lokalu v Ajdovščini 7. 5. 2018, trajal je 30 minut. Bil je sneman v živo in nato prepisan.
Mama podjetnica 10	Intervju je bil opravljen prek telefona 10. 5. 2018. Trajal je 20 minut. Bil je sneman v živo in nato prepisan.
Mama podjetnica 11	Intervju je bil opravljen prek elektronske pošte 10. 5. 2018. Mama podjetnica je pisno odgovorila na vprašanja.
Mama podjetnica 12	Intervju je bil opravljen prek elektronske pošte 10. 5. 2018. Mama podjetnica je pisno odgovorila na vprašanja.
Mama podjetnica 13	Intervju je bil opravljen prek elektronske pošte 11. 5. 2018. Mama podjetnica je pisno odgovorila na vprašanja.
Mama podjetnica 14	Intervju je bil opravljen 12. 5. 2018 prek videoklica (Skype), trajal je 15 minut. Bil je sneman in nato prepisan.
Mama podjetnica 15	Intervju je bil opravljen prek elektronske pošte 12. 5. 2018. Mama podjetnica je pisno odgovorila na vprašanja.

PRILOGA 3: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 1

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Že od malega je v meni tlela želja po šivanju, ampak ko sem končala srednjo šolo, sem se odločila za študij računalništva. Dobila sem službo in je ostalo tako. Potem sem rodila svoja dva otroka in takrat je bilo zelo naporno usklajevati službo, ker sem se vozila v Ljubljano in skrbela za dva otroke. Dokler je bila tašča še živa, je bilo veliko lažje, ker smo živeli skupaj in je velikokrat čuvala otroke. Potem pa je nenadoma zbolela in umrla. Takrat se je celoten sistem naše družine podrl. Pustila sem službo in ostala doma z mislijo, da počakam leto, da drugi otrok še malo zraste, in si potem nazaj poiščem službo v Ljubljani, ker v domačem kraju takrat niso iskali mojega kadra. Prvih par mesecev je bilo super, potem sem se pa začela dolgočasiti in sem dobila idejo, da bi za svojega otroka kaj sešila. Delo mi je šlo in pri tem sem se res dobro počutila. Nato sem si kupila prvi šivalni stroj in začela sem kreirati oblačila za otroke, kasneje še za odrasle. Šla sem na par tečajev šivanja, saj prej nisem znala, naučila sem se delati z aplikacijami. Hotela sem nekaj unikatnega, nekaj drznega, drugačnega. Ko sem začela s tem svojim hobijem, si nisem želela več kot to, da ostane to moj hobi. Naročila pa so kar rastla in na določeni točki sem se morala odločiti, ali ostane to samo hobi ali ustanovim podjetje za polni delovni čas. Odločila sem se, da moj hobi postane moja služba. V tem uživam, se sprostim in imam lepo, tudi manj stresa mi povzroča kot prejšnja služba, pa čeprav ni vedno lahko.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

To, da bi pri svojem delu uživala, bila umirjena in mi ne bi bilo treba delati pod pritiskom. Predvsem je bila to moja tiha želja, ki se je uresničila. Za v prihodnje pa je moja vizija, upam, da bom lahko še kako zaposlila in si povečala obseg naročil ter tako še veliko bolj ustvarjala in kreirala.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Zelo naporno je usklajevati poslovno in družinsko življenje. Rešujem časovno zagato tako, da dopoldan, ko so otroci v šoli, šivam, nato sem z njimi, zvečer in ponoči pa spet šivam. Vsega tega ne bi zmogla brez svojega čudovitega moža in očeta. Ko so bili otroci mlajši, je bilo velikokrat zelo težko, sploh če so bili bolni, takrat so na pomoč priskočili stari starši. Veliko noči sem šivala, ker enostavno podnevi ni bilo časa oziroma je bilo nemogoče, ker so otroci potrebovali mojo pozornost. Sedaj ko sta oba že v šoli in imata tudi popoldan obveznosti, je lažje. Ko sta bila še mala, je bila tudi marsikatera noč neprespana in je bil tako dan že sam po sebi zelo težak. Podjetje sem odprla, ko sta bila otroka stara 2 in 3 leta, zato je bilo prvih nekaj let res zelo pestrih.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Največja težava je trenutno čas. Zjutraj pospremim otroka v šole in potem od 8. do 16. ure šivam, izbiram blago, odgovarjam na naročila. Potem so tukaj šoloobvezni otroci, ki jim je treba še pomagati pri šolskih obveznostih, pri raznih krožkih in obšolskih dejavnostih. Tu mi je v veliko pomoč tudi mož, ki je navadno taksi. Nato mi preostane še nekaj ur za šivanje v večernih urah. Če je naročil veliko, je delo čez vikend neizogibno, saj je to edini čas, ko je lahko mož z otrokoma in se v miru posvetim svojemu delu.

Prednosti lastnega podjetja so, da res uživam in sem zaljubljena v šivanje, nove kreacije, idej mi nikakor ne zmanjka. Prednost je definitivno tudi v tem, da delam doma. Tako se mi ni treba vsak dan voziti na delo, ampak grem lahko delati vsako prosti minuto. Tudi v popoldanskem času, ko so otroci doma in opravljajo šolske obveznosti, jim lahko pomagam oziroma pomagajo oni meni v šiviljski delavnici. S tem si krepijo delovne navede, ki jim bodo gotovo prišle prav v njihovem življenju. Slabost tega pa je, da vsak mesec ni dober mesec naročil unikatnih oblačil. Pride kakšen mesec, ko samo pokrijem stroške in mojega zaslužka praktično ni.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Name usklajevanje vpliva blagodejno, da sem na dobri poti do uspeha. Z možem dobro koordinirava med njegovo službo in mojih podjetjem. Vsak večer se pogovoriva, kako je z obveznostmi za naslednji dan, tako vsak ve, kaj mora storiti, sploh v zvezi z razvozom otrok.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Socialna omrežja zelo omogočajo prepoznavnost moje znamke, brez tega danes ne bi tako uspela, kot sem. Oglašujem se prek Facebooka, kar je res velika prednost, hkrati pa je tudi nevarnost, saj vsi to vidijo in se kdaj zgodi, da mi idejo tudi ukradejo.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

S svojim delom sem osebno zadovoljna. Zadovoljna predvsem, ko vidim svoje srečne kupce, ki so navdušeni, ko prejmejo svoje izdelke. Malo manj sem zadovoljna s prihodki, ki jih ustvarim, saj niso prav veliki. Definitivno pa sem mnenja, da je osebno zadovoljstvo podjetnic velik doprinos k sreči celotne družine.

PRILOGA 4: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 2

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Preden sem delala v stroki, sem diplomirala in imela otroka. Ko sem iskala službo, je bila edina možnost zaposlitve prek svojega s.p. in vseeno običajen delavnik v pisarni. V resnici je bila to zloraba prekarne delo s strani delodajalca. V naši stroki je še danes težko dobiti zaposlitev, če nisi samostojni podjetnik. Da bi torej dobila službo in bi sploh lahko delala v svoji stroki, je bil to edini način.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje? Bi rekli, da ste bili nekako prisiljeni ali je bila to vaša želja?

Želja po delu je bila tista, ki me je vzpodbudila, da sem odprla svoje podjetje. V to sem bila prisiljena, ker se v moji stroki v tistem obdobju ni zaposlovalo zaradi krize (kar večina izkorišča še danes). Tako je bilo takrat odprtje s.p.-ja moja edina možnost za zaposlitev. Sčasoma so se sicer zadeve razvile, tako da sem sedaj v resnici »na svojem« in delam za svoje naročnike.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Ker delavnik noben dan ni zgolj 8-urni in ker je velikokrat tudi med konci tedna treba delat, se moram odpovedati marsikateremu družinskemu druženju. Otroka sta v vrtcu, sicer dela ne bi mogla opraviti. Vseeno skušam čim več časa preživeti z otrokoma in mojem ter preložiti delovne obveznosti na večer, ko spita. Mož mi je v veliko pomoč. Bolniške so verjetno največji izziv in problem pri takem načinu podjetništva in v tem primeru skoraj nerešljiva težava. Bolne otroke imam čez dan jaz, ko pozno popoldne pride mož domov, jih prevzame in jaz delam, dokler je treba. V tem primeru delo ob koncu tedna ne uide.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Največja težava je pomanjkanje časa in kot sem že omenila, bolniške. Pomagata mi dobra organizacija in pomoč moža ter bližnjih. Prednost je, da si sam določaš pravila in pišeš urnik, slabost pa ta, da se na ta način veliko več dela in skrbi nosi domov. Trenutno delam od doma, vendar sem v fazi iskanja pisarne.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Odkar imam svoje podjetje oz. odkar dejansko delam za svoje podjetje, sta poklicno in zasebno življenje veliko bolj prepletena, kot sta bila prej. Usklajevanje bo pa lažje, ko bom malo dlje na svoji podjetniški poti in bodo stvari malo bolj ustaljene in jasne (vsaj upam).

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Več se lahko naredi od doma – predvsem na področju promocije. Lažje pa je tudi usklajevanje s sodelavci, strankami ali izvajalci na daljavo. Tako si lahko bolj efektiven, čeprav ima večinoma vsaka prednost tudi nasprotni pol, v primeru novodobne tehnologije in socialnih omrežij je ta predvsem, da te zmoti in preusmeri pozornost.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

Zadovoljna sem, da lahko delam, kar delam, ker to počnem z veseljem. To je velikokrat tisto, kar me spodbudi, da lažje prenesem dolg delovnik in občasno odrekanje nekaterim ugodnostim, ki sem se jih pred leti rada posluževala. V resnici je podobno kot biti mama. Ko imaš enkrat otroke, se ogromno stvari spremeni. Kakšna stvar tudi na slabše. Ampak je vse vredno, ko vidiš nasmeh svojega otroka. Notranje zadovoljstvo pa je težko opisati. Sem tip človeka, ki mu vedno še kaj manjka in se hitro oklene ravno tiste malenkosti, ki je v tistem trenutku ni.

PRILOGA 5: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 3

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Od nekdaj sem se rada ukvarjala s cvetjem in njegovim aranžiranjem ter imela veselje do risanja in oblikovanja. Moja poklicna pot me je popeljala na študij arhitekture, kjer sem pridobila znanja s področja oblikovanja in uporabe računalniških programov. Moja skrita želja dolga leta (predvsem po moji lastni poroki) je bila zagnati lasten kreativni atelje za celotne vizualne podobe porok (od tiskovin do cvetja, vse v zaokroženi celoti), kar sem lansko leto julija, 4 mesece po rojstvu sina, tudi naredila.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Tisto, kar me je spodbudilo, je mogoče dejstvo, da sem ostala doma brez službe, z otrokom in mi kreativna žilica ni dala miru. In mogoče zato, ker sem dobila čedalje več naročil. Dober glas se je razširil in spraševali so me že prijatelji od prijateljev. Ker sem želela svojo dejavnost tudi uradno prijaviti, sem odprla svoj s.p. In tudi zato, da dokler ne najdem trajnejše zaposlitve, zagotovim svoji družini postranski vir zaslužka z nečim, kar rada počnem. Če povem po domače, da ne sedim doma in gledam v zrak.

Je bila moja želja, dolga leta, nikoli pa si nisem drznila storiti tega koraka. Z rojstvom otroka se ti tudi življenjske prioritete malo spremenijo in ugotovila sem, da ne bom nikoli uresničila svojih sanj, če ne poskusim tukaj in sedaj. Predvsem pa bi bila rada dober zgled svojemu otroku, kako se v življenju vse da, če se hoče, in ne, kako si v življenju nisem ničesar upala narediti.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Usklajevanje ni lahko, sploh na začetku, ko še polno dojiš in je otrok 100 % odvisen od tebe. Takrat sem vsako prosto uro izkoristila za oblikovanje. Rože sem dekorirala s sinom v vozičku, ko je bil lačen, sem ga podojila, dala nazaj in delala naprej. Vedno sem imela ob sebi sestro-varuško, ki mi je pazila otroka, vsekakor pa je bil vedno z menoj. Sedaj, ko je v rednem varstvu, je delo mnogo lažje, saj sem praktično »v službi« vsak dan, dokler ga ne grem iskat. Izziv je predvsem odklopiti svoje podjetje v popoldanskem času, ko je čas za družino, in takrat ne neprestano gledati v telefon in odpisovati na sporočila na socialnih omrežjih (FB in Instagram). Težko je iti na popoldanske sestanke, saj je treba ponovno iskati varstvo (če moža ni doma). Težko je delovno usklajevanje med mano in možem (on dela v turnusu, vikende, jaz vodim najino podjetje). Težko je tudi takrat, ko je otrok bolan, saj bolniške nimaš, delo pa čaka. Ali takrat, ko zaradi težav in izraščanja zob otrok cele noči ne spi. Takrat je RES težko in nekaj časa po svetu hodiš kot zombi, ampak preživiš.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Prednost je, da delam od doma, da je otrok blizu v varstvu (če je karkoli narobe, lahko hitro urgiram). Prednost je tudi, da počnem, kar si želim in kar obožujem, in posledično nisem obremenjena z negativnim delovnim stresom iz neke standardne službe. Sem bolj sproščena, boljša mama zaradi tega. Prednost je tudi, da si sama organiziram svoj čas. Kdaj bom delala, kdaj bom s sinom, kdaj bom opravljala gospodinjska opravila.

Slabost je, da sem večinoma doma. Doma se vedno najdejo opravila, ki jih načeloma opravi ženska. Vedno me čakajo kupi perila, umazana kuhinja, nepomita posoda itd., ki je med »delovnim časom« težko ne vidim, in včasih tudi vmes postorim kakšno domače opravilo, česar se sicer načeloma izogibam. Vsekakor domače podjetje zahteva veliko dela in veliko samodiscipline v smislu načrtovanja in organiziranja časa (kdaj delam, kdaj sem z družino itd.). Slabost je tudi, da nimaš fiksnega delovnega časa, ampak si vedno razpet med družino in podjetjem, kaj pa opravljaš tudi še zvečer, ko otrok zaspi.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Zelo vpliva. Praktično ne moreš odmisлити svojega posla tudi takrat, ko bi ga moral. Težko je postaviti mejo, sploh če delaš doma, saj je podjetje praktično »vkomponirano« v tvoj vsakdanjik.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Ja, vsekakor vplivajo. Slediš svojim sotrpinkam na raznih omrežjih in si misliš »tudi jaz bi lahko tako«. Danes lahko zaradi socialnih omrežij in tehnologije praktično vse podjetniške posle postoriš od doma. Veliko več je možnosti za oglaševanje, samopromocijo prek interneta in socialnih omrežij. Ne rabiš imeti poslovnega prostora, pisarne, lahko imaš samo dober profil na socialnem omrežju in imaš takoj posel.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

Večinoma sem zadovoljna, razen takrat, ko imam kakšne nepredvidene zaplete in težave, takrat pa sem precej živčna in včasih tudi dvomim, da bom zmogla. Generalno gledano, pa sem vesela, da sem si drznila na to pot. Ker sem po naravi precej perfekcionistka, vedno vidim, kaj bi lahko naredila še boljše/drugače. Vsekakor način vstopa v podjetništvo vpliva na to, če si zadovoljen. Če si želiš početi tisto, kar počneš, je zadovoljstvo vedno večje, kot če si prisiljen.

PRILOGA 6: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 4

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Ko sem se preselila iz Ljubljane nazaj v Tržič in zanosila s prvim otrokom, so mi v podjetju dali jasno vedeti, da zame ni več prostora. Prej sem imela pogodbo za določen čas, potem odšla na porodniško, kot že rečeno, vrniti pa se nisem smela. Po porodniški sem iskala in iskala, vendar zaposlitve nisem našla. V tem času nam je umrl tast, ki je imel v lasti večjo kmetijo. S partnerjem sva prevzela kmetijo in tako se je vse skupaj začelo. Ostala sem doma, s partnerjem sva sklenila kompromis, da jaz prevzamem skrb za otroke in poskusim skrbeti za kmetijstvo. Obdržali smo nekaj kokoši, takrat jih je bilo samo 14. Ker je bilo vedno več povpraševanja, smo počasi jato večali. V 4 letih smo jato povečali na 230 kokoši nesnic. Sama nisem prav veliko vedela o podjetništvu, zato je bila želja se dodatno izobraziti. Po 2. porodniški, sem se vključila v projekt Žensko podjetništvo, ki je bilo organizirano prek zavoda za zaposlovanje. Tam sem se naučila vseh veščin in dobila nov pogled na podjetništvo. Tako sem sklenila, da bom poleg kmetijstva svoje znanje nadgradila še s certifikatom HACCP (sistemi/projekti za varno hrano). Odprla sem svoj s.p. s poslovnim svetovanjem, kjer izdelujem sisteme HACCP, ter poleg tega prihodke dobivam od prodaje jajc ter po potrebi delam še na drugi kmetiji kot pomočnica v sirarni 4–5-krat na mesec.

Podjetje sem začela predvsem iz obupa, ker nisem dobila službe, sploh do razgovora nisem prišla. Tako sem bila primorana misliti v drugo smer, kako zaslužiti in kako izkoristiti svoje znanje.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Predvsem podpora partnerja, da se lahko odločim in sledim svojim interesom, ter definitivno priložnost, ki sem jo dobila na zavodu za zaposlovanje. Ne bi rekla, da sem bila prisiljena v podjetništvo, po drugi strani pa tudi želja ni bila. Rekla bi, da sem izkoristila ponujeno priložnost, kar mi je zelo všeč.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja; materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Definitivno mi zelo veliko pomeni, da sta otroka v vrtcu. Večino dela opravi dopoldan, tudi ko delam v sirarni, začnem z delom ob 6. ali 7. uri in vedno delam do 15. ure ali manj, da jih grem lahko pravočasno iskati. Če pa ne uspem narediti v dopoldanskem času, delam, ko otroka odideta spat (kar se tiče izdelave sistemov HACCP). Včasih mi pri varstvu pomaga mama, ki živi z nami, da lahko živali nakrmim, če sem dopoldan odsotna, včasih gredo otroci z menoj.

Večji problem je, ko ostaneta otroka doma zaradi bolezni. Takrat si delo prilagodim, le na razvoz/dostavo morata z menoj ali planiram dostavo naslednji dan ali si priskrbim varstvo. Največjo težavo mi predstavlja bolniška za otroke, ker so babice še v službi in dopoldan

nimam varstva, posebno ob dnevih za dostave. Stranke so navajene določenega dne v tednu in ure in ponovno usklajevanje mi vzame veliko časa in energije in razlaganja kako in kaj ...

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Definitivno večja fleksibilnost, ko me otroci potrebujejo, ko so bolni, prehlajeni, definitivno pa, da preživim več kakovostnega časa z njimi, kot če bi imela nekje redno službo. Slabost tega je zaslužek, sem odvisna, kolikokrat grem na delo v sirarno, koliko naročil imam. Trenutno je moj fiksni del samo prihodek od prodaje jajc, vse ostalo je odvisno od mojega vloženega truda.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Imam podporo partnerja, kar mi največ pomeni. Usklajevanje mi trenutno ne predstavlja težav.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Vpliv je minimalen, mogoče samo vzpodbuda ali potrditev želje po nečem, nekem izdelku ali dejavnosti, nekaj v smislu, če ona zmore, zmorem tudi jaz, čeprav je še vedno odločitev posameznika. Kar opažam, pa je veliko »kopiranja« in premalo iznajdljivosti.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

Da, sem. Trenutno sem s svojim statusom zadovoljna, izpolnjujem cilje, ki sem si jih zastavila, in to me žene naprej. Sem tudi brez slabe vesti, da ne zapostavljam svojih otrok. Definitivno ponujena priložnost vpliva na osebno zadovoljstvo, če jo izkoristimo sebi v prid.

PRILOGA 7: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 5

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Glede na to, da izhajam iz povprečne delavske družine, si nisem nikoli kovala v oblake, da bom kdaj podjetnica. Želela sem samo doštudirati in priti do neke plače, da si lahko privoščim normalno življenje in nek povprečen dopust na morju in pozimi na snegu. Nisem želela iti na fakulteto nekam, kamor je šla večina mojih sošolcev in sošolk, in se odločila za študij na Grafični fakulteti v Zagrebu. Študij zaradi vojne ni bil čisto enostaven, predvsem sem pa vedela, da ga moram končati v roku, saj stroški študija v tujini niso tako nizki. Prav tako pa sem to želela dokazati sebi in podjetju, ki je verjelo vame in me v času šolanja tudi štipendiralo.

Po končanem študiju sem začela pripravništvo in pod srcem že nosila malo bitje. Ko sem prišla v podjetje, sem jih najprej slišala od svojega direktno nadrejenega bodočega šefa, da nima nič proti, da sem ženska, ampak prej ali slej bom šla na porodniško. Seveda, zelo blizu sem bila temu, ampak zame otroci niso bili nikoli ovira in že v osnovni šoli sem si želela, da bi imela tri. Želela sem dokazati, da otroci in porodniška obdobja niso ovira, in skozi moje zanimanje za stroko začela hitro napredovati. Tako sem iz tehnologa napredovala v vodjo tehnološke skupine, vodjo tehnologije, direktorico priprave proizvodnje do tehničnega direktorja v podjetju s skoraj 130 zaposlenimi.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

S prihodom direktorja v podjetje, kjer sem bila zaposlena, ki nikoli ni delal v grafični branži, se v podjetju nisem več dobro počutila, saj najina razmišljanja, vezano na podjetje in razvoj, niso bila enaka in sem dala odpoved, saj sem smatrala, da kljub vidnim rezultatom nisem bila vredna svoje plače, in ker je prišel v podjetje kot krizni direktor, je videl prihranke v naših plačah in začel rezati. V enem tednu sem dobila polno ponudb za službe in takrat sem dojela, koliko znanja imam. Zato sem se odločila iti svojo pot in jo začela projektno. Takrat sem odprla samo s.p., da sem svojo storitev lahko zaračunala.

Na nek način je bil vstop v podjetništvo splet okoliščin. Če z direktorjem ne bi bila, kar se grafike tiče, tako različnih mnenj, bi verjetno še danes delala v tem podjetju. Začela sem svojo projektno pot kot svetovalec, in sicer najprej na Hrvaškem, potem v Sloveniji. V bistvu sem takrat ugotovila, koliko znanja imam, in da se lahko tržim skozi stroko. Kot svetovalko so me prosili, naj pridem narediti posnetek stanja tudi v družinskem podjetju, ki je po 49 letih bilo obsojeno na stečaj. Pravzaprav tri podjetja. Milijonske zadolžitve se ni dalo rešiti in banka je spustila podjetja v stečaj. Preko 30 zaposlenih je bilo obsojenih, da gredo na cesto. Ker sem videla priložnosti, kaj se da narediti na organizaciji, in da je možno dobiti dovolj posla, sem se odločila najeti opremo in prostor od stečajnih upraviteljev in banke, odprla svoje podjetje in prezaposlila ljudi v svoje podjetje. Ker so stečajni upravitelji najprej prodali prostor, smo ostali tudi najemniki v prodanem prostoru in smo podjetje s preko

2.000 m² preselili na drugo lokacijo, odkupili stroje v lasti banke, sedaj se nam pa odvija naša zgodba naprej. Je zelo napeto, ampak zaenkrat se uspešno prebijamo v projektu, za katerega je še leto nazaj marsikdo mislil, da smo nori, da si upamo v to. Zaposleni delajo s srcem in so kljub vsemu, skozi kar smo šli, zelo pozitivno naravnani.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Predvsem želim svojim trem otrokom biti glede na vso situacijo v enem delu mama, v drugem delu pa prijateljica. Priznam, da je včasih težko usklajevati vse skupaj, otroke, službo, moža, pa če se malo pohecam, še kuža to občuti. V začetku, ko sem gradila kariero še v prvi službi, sem imela tudi pomoč od mame in od tašče. Ko so otroci napolnili 15 let, pa sem jih začela takoj vključevati v počitniško delo v proizvodnji in so vedno radi prišli, saj so s tem dobili delovne navade in pa seveda občutek, kaj pomeni zaslužiti denar in kaj mama pravzaprav dela. Tako mlajša dva še vedno vključujem, starejši pa je že dve leti zaposlen. Malo težje je bilo slediti vse domače naloge in učenje, vendar pa sem pristaš, da ne zahtevam odličnih ocen, ki jih marsikateri otrok dobi, ko starši ves čas sedijo z njim, ampak mi veliko pomeni, da sami s svojim trdom pridejo do pozitivnih ocen. Sem si pa vedno vzela čas ob koncu tedna, da sem izkoristila vse proste ure in jih preživela z otroki (no, to počnem še sedaj, vendar že gredo tudi s svojo družino). Najlažje pa sem težave reševala na nevtralnem terenu, ko se v naravi lahko pogovoriš o marsičem, kar jih teži. Ko vidijo podjetje, znajo oceniti, da ni enostavno. Obenem pa vedo, kaj pomeni izobrazba ali delati za nizko plačo v proizvodnji.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Prednost je ta, da se pogovarjamo in se mi zdi včasih, da so zaradi tega precej bolj odrasli, kot bi jim prisodili po letih. Največja težava je čas, ki beži. Ko jih gledam vse večje od mene, se vprašam, kdaj so zrasli, kam so šla leta. Takrat včasih stopijo solze v oči. Prednosti in slabosti podjetništva so, da na poklice gledajo drugače in se znajo zavedati, kaj jih v zelenih poklicih čaka. Nikoli jih nisem silila, da bi bili v moji branži, vendar pa brez truda ne gre nikjer. S trdom bodo dosegli marsikaj in nič ne bo samo priletelo.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Iskreno povedano, je včasih težko. Izkoristimo pa trenutke, ko smo lahko skupaj. Včasih trpijo pospravljanje in domača opravila, ki morajo tako ali tako biti opravljena, vendar ne za ceno lepega vremena in odhoda v naravo. Planine me umirjajo. Tam se čas ustavi.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Odvisno, koliko sami to dopuščamo. Predvsem jih uporabljamo za prepoznavnost samega podjetja in za spremljanje, kam naj nas vodi v našem poslovnem okolju.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

S svojim delom sem zadovoljna. Še vedno imam občutek, da nas moški marsikdaj smatrajo, da smo mame in da nismo za izvajanje velikih projektov. Tukaj lahko dokažemo, da imamo marsikdaj več poguma in moči kot marsikateri moški. In vedno težimo k zastavljenim ciljem in če ne drugega, nas trma usmerja, da nam to uspe. Najtežje je, ko postaneš vodja med samimi moškimi in še po letih najmlajša. Takrat je uspeh, ko te ne tretirajo kot manjvredno. In ko postaneš nadrejen osebi, ki je bila včasih tvoja nadrejena. To so uspehi, ki jih prepoznajo drugi. In ti uspehi so v samostojnem podjetništvu zaradi izkušenj, znanja in trdega dela pripeljali k ciljem, ki nas delajo zadovoljne.

PRILOGA 8: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 6

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Začelo se je, ko sem začutila željo po ustvarjanju, še posebej po šivanju. Šivala sem za svoj hobi, to me je sproščalo, bilo mi je všeč, da sem se lahko malo odklopila. Ko sem bila noseča, sem obiskovala delavnice šivanja in sem svoje pridobljeno znanje uporabila za šivanje slinčkov in drugih oblačil in izdelkov za dojenčke. Sploh si nisem predstavljala, da bo nekoč to moja služba. Kar sem sešila, sem nekajkrat objavila na svojem Facebook profilu. Odziv je bil zelo dober. Veliko prijateljev je »všečkalo« in prosilo, če bi lahko tudi njim naredila kaj podobnega. Čez nekaj časa, ko so tudi ostali videli moje izdelke, sem imela veliko ponudb, če bi tudi njim kaj sešila. Spoznala sem, da bi lahko svoje izdelke tudi prodala, in tako sem ustanovila podjetje.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Prav ta želja, da bi lahko svoje izdelke pokazala in jih prodala. Z možem, ki mi je ves čas stal ob strani, sva ustanovila Facebook stran, ki jo je poimenoval Nitka. Čez nekaj časa, ko so naročila začela naraščati, se je bilo treba odločiti, ali se povsem posvetim svojemu podjetju in pustim svojo službo za nedoločen čas ali pa se poslovim od Nitke in postavim službo na prvo mesto. Vse, kar sem do takrat že prestala, vsa odrekovanja, vse neprespalne noči, so premagali želja, strast in veselje do dela ter vsa ljubezen, ki jo dajem v svoje izdelke.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Če razmišljam o začetkih podjetja, se spomnim, kako težko je bilo. Rekla bi, da so bili to zelo naporni dnevi. Podjetje sem ustanovila, ko je bila hčerka še dojenček, potem je sledila še ena nosečnost in še en dojenček. Lahko si predstavljate, kako težko je bilo z dvema malima otrokoma postavljati podjetje na noge. Največji izziv oziroma težavo mi je predstavljalo pomanjkanje časa. Idej in želja sem imela vedno polno glavo, nisem pa jih imela časa uresničiti. Večinoma sem delala ponoči, ko so otroci spali, kajti samo takrat sem imela mir, da sem lahko ustvarjala. Družina in delo sta bila pri meni prepletena in popolnoma združena. Družino sem postavila na prvo mesto, ampak sem se vseeno zavedala, da če želim obdržati svoje podjetje, moram izpolniti vsa naročila. Kdaj pa kdaj je bilo tako hudo, da sem se popolnoma sesula in razmišljala, zakaj sem se podala na to pot. Danes se lahko temu nasmejim, ampak v tistem trenutku nisem videla izhoda. Če ne bi bilo moža, ki me je vsakič, ko sem padla na tla in obupala, dvignil in mi stal ob strani, ne vem, če bi danes bila podjetnica. V enem trenutku sem se celo odločila, da ne bom več šivala, zdržala pa sem točno en dan. Takrat sem spoznala, da je to del mene in da če se temu odpovem, ne bom več ista.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Usklajevati delo in materinstvo je na splošno zelo težko, jaz pa si stvari še malo otežim. Največja težava je zagotovo to, da si želim preživeti čas z otroki in takrat odmisli delo, hkrati pa vem, da me vedno preganjajo roki. Z možem živiva sama z otroki, za pomoč pri varstvu imava le mojo mamo, ki je polno zasedena ženska in ji zato vedno primanjkuje časa. Poleg tega sem še sama ena izmed tistih mam, ki rade kompliciramo in si otežujemo življenje. Moje prepričanje je namreč, da gredo otroci v varstvo takrat, ko je to res nujno in se ne da drugače. Na splošno pa želim, da so moji otroci večino časa z mano, z nama, in se tega kar se da držim. Odkar sta otroka v vrtcu, je vse skupaj malo lažje, saj svoje dopoldanske ure v celoti posvetim delu, popoldne pa smo skupaj. Včasih se sprašujem, zakaj mi je sploh tega treba? Zakaj sem se podala na takšno pot v najtežjem možnem času – ob dveh majhnih otrocih. Ampak se nikoli ne sprašujem predolgo, ker odgovor poznam. V svoje delo sem zaljubljena. Kako naj se odrečem temu?

Odločitev, ali svoj hobi spremenim v podjetje in tako dam odpoved v službi, je bila zelo težka. To ni bila odločitev, to je bil pravzaprav proces odločanja. Vendar se je tehtnica prevesila na stran samostojnega podjetništva predvsem zaradi otrok. Vedela sem, da bo težko, da bo naporno, vendar velike prednosti sem videla in vidim v tem, da je moj delovnik lahko fleksibilen. Rada imam dejstvo, da sem tako veliko bolj svobodna in da lahko več časa preživim s svojo družino, kot če bi hodila v službo. Všeč mi je, da lahko rečem: jutri ne gresta v vrtec in bomo šli v živalski vrt. In gremo, pa čeprav to pomeni, da bo treba delati pozno v noč ali zopet vstati ob štirih zjutraj, vendar veselje otrok je vedno na prvem mestu. Mogoče sama vidim ključno v svojem možu, ki je najboljši na svetu. Da mi pomaga pri delu, da lahko vse usklajujem, da me tolaži in vzpodbuja. Vsak dan se zavedam, da brez njega ne bi bilo Nitke.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Odkar sem v službi doma, se pravzaprav moje poklicno in zasebno življenje močno prepletata. Pravzaprav je oboje tako prepleteno, da je včasih že težko postaviti mejo med enim in drugim, kar me pravzaprav ne moti več. Dejstvo je, da je Nitka del družine in družina je del Nitke. Vsi mi smo Nitka in vesela sem, da je tako.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Facebook je bilo orodje, prek katerega se je moja znamka širila in prodajala. Zdi se mi, da nas je bilo na začetku moje poti samo par ustvarjalcev unikatnih otroških oblačil. Potem se je zgodil nekakšen bum, modni trend, da mame svoje otroke oblačijo v unikatna oblačila. Resnično me je skrbelo, Facebook strani, kjer so prodajali unikatna otroška oblačila, je bilo vsak dan več. Kar naenkrat sem postala negotova v svoje delo in strah me je bilo, če bo podjetje preživelo. Najhuje pa mi je bilo, ko so mi ukradli idejo. Ko je bila hčerka stara pol

leta, ji je v lupinici premetavalo glavico levo in desno. Nastala je ideja za Sleep heart blazinice, ki nudijo oporo dojenčkove glave. Blazinico sem naredila najprej za hčerko, potem ko so jo videli še ostali, je postala pravi hit. Več kot 50 smo jih naredili vsak teden. Na žalost pa je konkurenca čez dva meseca skopirala mojo idejo za izdelek, mi v naslednjem mesecu prevzela vsa naročila in mi vzela voljo do izdelave blazinice. Teh blazinic od takrat ne prodajam več, čeprav je bila to moja ideja.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

S svojim delom in življenjem sem zelo zadovoljna. Delam to, kar mi je všeč. Kljub vsem težavam, ki so me spremljale na poti, ostajam optimistična in ne obžalujem svoje odločitve. Pri odločitvi za lastno podjetje sem imela v mislih tudi svoja otroka, saj sem vedela, da bom tako lažje skrbela zanju in jima več dala. Če bi bila še vedno učiteljica, se jima ne bi mogla toliko posvečati, kot se jima sedaj. To mi omogoča fleksibilnost, ki mi jo ponuja lastno podjetje. Sama razpolagam s svojim časom, kdaj bom z otrokoma in kdaj v svoji delavnici.

PRILOGA 9: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 7

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Zaradi lažjega usklajevanja dela in družine. Nisem želela »žrtvovati« družine zaradi dela, ki je bilo več kot 1 uro oddaljeno od bivališča. Rada imam oboje, tako družino kot delo. Ne verjamem v »ali-ali« ampak v »in-in«. In ker takega delovnega mesta ni bilo takrat na voljo v mojem okolju, sem ga ustvarila.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Nikoli nisem razmišljala o svojem podjetju, ampak na določeni točki življenja (druga nosečnost) pa nisem želela vsega podrediti delu. Pred otrokoma sem cele dneve delala, ker v tem delu zelo uživam, po njiju pa so se moje prioritete spremenile. Moj življenjski slog se je zaradi njiju tudi spremenil. Iskala sem način, kako to dvoje združiti, in v tistem trenutku mi je podjetništvo predstavljalo rešitev zaradi svobode razpolaganja s svojim časom. Druge mi te svobode niso omogočili.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Glavni izziv mi predstavlja časovnica. V podjetništvu ni urnika, kot ko si zaposlen. Delovnik se ne zaključi do 16. ure. Velikokrat imam delo tudi popoldan, zvečer. Se nikoli ne konča, sploh na začetku, ko vse svoje sile usmeriš v to. Velikokrat sem se počutila krivo, da nisem vsega opravila, kot bi morala. Ko sem bila z njima, sem podzavestno razmišljala, kaj vse moram še opraviti v sklopu mojega podjetja, ko sem delala, pa sem razmišljala, kako preživeti več kvalitetnega časa z njima. In to se je vleкло, dokler nisem sama s sabo razčistila in si postavila jasnih prioritet ter mej. Postavila sem si urnike, kdaj in kje kaj delam. Podjetništvo je zelo tesno povezano z osebno rastjo. Ali se razvijaš ali pa propadeš tako čustveno in finančno ter duhovno. V glavi je treba vse »poštimiti« in razdeliti, pa gre. Otroka pa sem, kolikor se le da, kar vključila v svoje delo. Naučila sem in se še učim delovati bolje, pametneje, učinkovitejše namesto več.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Največjo prednost mi predstavljala, da lahko sama kreiram svoj način življenja, svoj urnik in ga prilagodim na otroka ter naše potrebe/želje. Svoboda pri delu s strankami in izbira letih. Sem gospodarica svojega časa in svojega uma. Kot sem že omenila, je podjetništvo tesno povezano z osebno rastjo in tega, kar sem se naučila o sebi na tej poti, ne bi nikoli zamenjala. Način razmišljanja in poti, ki se tu odpirajo, so neverjetne. Nisi ujetnik tujega časa, dela, razmišljanja, sistema. Lahko si kreator, če si tega seveda želiš. Otroka učim pozitivnih navad, da bosta znala poskrbeti zase, za svoje delo, da bosta imela možnost biti zaposlena ali imeti svoj posel, da bosta delovala iz poguma, ljubezni in ne strahu pred ohranjanjem

varnosti in mindseta, saj se itak nič ne da. Ta pot je zelo zanimiva in nagrajajoča, ni pa najmanj enostavna in ni za vsakogar.

Največjo težavo pa predstavljata uravnotežen in stalni dotok financ ter miselnost, da moraš vse sam. In da ni časa za vse. Ker vedno nekoga puščaš na cedilu, vsaj tak občutek imaš. Najprej je treba vse stvari urediti v glavi in čustvih, potem pa še izboljšati delovanje ter rezultate. Če ne, je pot lahko zelo težavna.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

V mojem primeru zelo dobro, ker mi omogoča svobodo kreiranja zelenega življenjskega sloga.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Kot vidim jaz, novodobna tehnologija zelo podpira razvoj podjetništva in način poslovanja je zato hitrejši. Lahko sodeluješ z ljudmi z vsega sveta. Tudi izmenjava mnenj, dobrih praks deluje hitreje. Vse je dostopno. Tudi mame podjetnice imajo na voljo vse to. Lahko imaš online podjetje, medtem ko si doma z otrokom. Kako super je to, a ne?

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

Da, zelo sem zadovoljna. Seveda so področja, na katerih še delujem, jih izboljšujem, da dosežem še boljši rezultat. To me žene. Dokler me bo ta način podpiral v mojih osebnih in kariernih ciljih, bom s tem nadaljevala. V kolikor bom začutila drugače, bom iskala druge rešitve.

PRILOGA 10: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 8

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Od nekdanj sem si želela imeti svojo spletno trgovino z otroškimi izdelki. O tem sem sanjala več let. Do realizacije pa je prišlo, ko v dveh letih intenzivnega iskanja nisem dobila zaposlitve v svoji stroki in nisem želela samo čakati.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Moja želja je bila že iz srednje šole, da se bom vpisala na Ekonomsko fakulteto in si kasneje ustvarila svoje mini podjetje – spletno trgovino. Na koncu sem se podala v drugo smer – pravo, ki me je tudi veselilo, ampak zaradi želje, ki je še vedno bila v meni, je moralo priti lepega dne do realizacije. In to se je tudi zgodilo, ker se je vse tako poklopilo.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Je težko, a se da. Doma imam oba otroka, čez imam vso gospodinjstvo in zraven vodim podjetje. Na srečo imamo v njem večinoma izdelke, ki se šivajo po naročilu, in tako si lahko porazdelim delo. Ko pa pride pošiljka, je tisti dan, dva težko, a se znajdem in me otroka pri tem opazujeta. Starejši pa mi tudi že kaj pomaga in se pri tem zelo zabava. Najbolj težko je, ker moraš biti ves čas aktiven in oglaševati spletno stran, ampak sem zvečer dlje pokonci in si pripravim gradivo za naslednji dan. Vse to mi predstavlja izziv, da zmorem vse uskladiti.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Prednost je, da si doma in imaš fleksibilni delovni čas. Si ob otrocih, jim kuhaš, skrbiš za njih in imajo red. Tako otroci kot mož. Vse imaš pod nadzorom. Hkrati ju lahko jaz vozim okoli, k zdravniku in si mož ne rabi jemati bolniške ali dopusta. Slabost pa je, ker si preobremenjen, sebe daješ včasih na stranski tir in še tisti čas, ko bi drugače imela prosti čas zase, delaš za podjetje.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Zaenkrat lahko oboje usklajujem. Včasih mogoče malo bolj trpi podjetništvo zaradi dojenčice, ki me zaradi dojenja potrebuje ves čas. Tako je kak teden malo slabša prodaja, a potem hitro nadomestim s promocijami in oglasi ter se spet vrne vse na stare tire. Oglaševanje je zares pomembno.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Bolj bi rekla, da ima velik vpliv brezposelnost, in to, da sploh, ko si mama, še težje dobiš zaposlitev. In tako tiste mamice, ki ne bi rade doma samo skrbele za družino in otroke, ampak bi rade tudi z dohodkom prispevale k boljšemu družinskemu življenju, zakorakajo v podjetniške vode. Nekatere začnejo pisati blog, druge odprejo spletno trgovino, rabiš nekaj zase.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

Ker delam to, kar sem si vedno želela, sem zelo zadovoljna. Včasih so seveda padci in bi najraje vse pustila ter šla v službo, kjer bi bil prihodek reden, a potem, ko se spet vse uredi, začnem ponovno uživati. Nisem obremenjena in pod stresom, kar mi veliko pomeni. Podjetje je bilo ustanovljeno, ko sem že imela enega otroka. Ampak če se poglobim v to, da ga na primer ne bi imela, bi mogoče imela ves čas za promocijo in razvoj podjetja. Zagotovo bi se rezultati prej poznali, kot pa se sedaj.

PRILOGA 11: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 9

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Prej sem kot študentka delala v enem podjetju, potem sem zanosila, bila na porodniškem s statusom študentke in se nato vrnila v podjetje. Ko sem se vrnila na delo še vedno s statusom študentke, mi razporeditev delovnega časa ni bila več všeč. Kar naenkrat nisem več imela časa za svojo družino, kaj šele zase in svojega moža. Ker mi je kmalu po tem potekel status in mi je bilo lepo povedano, da me ne morejo zaposliti, je bilo odprtje s.p. neka možnost, da bi lahko delala za njih. Takrat so na zavodu za zaposlovanje bile razpisane subvencije za odprtje s.p.-ja. Morala sem na par predavanj in potem sem lahko odprla svoj s.p. in zaprosila za subvencijo. Dobila sem prostor, ki sem ga vzela v najem, da je delovno okolje bolj prijazno in da lahko imam sestanke z naročniki. O tem, da bi imela pisarno kar doma, nisem niti razmišljala.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Mislim, da se za to ne bi odločila, če bi bilo na trgu dela dovolj delovnih mest, ker pa je bilo to v času recesije, nisem imela prav veliko izbire. Rekla sem si, da poskusim za eno leto in bomo potem videli, kaj bo. Kmalu po odprtju s.p. pa sem dobila še en projekt, tako da sem takoj v začetku delala za bivšo delodajalko in novega naročnika. Začela sem brez izkušenj, brez poguma, lahko rečem, da je bil to bolj izhod v sili. Če bi mi kdo ponudil službo na občini ali v nekem biroju, bi jo vsekakor vzela in o podjetništvu ne bi niti razmišljala.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Se da, ampak z veliko energije in volje. Največji problem je usklajevanje dela z družino, če imamo malo večjo gnečo v službi, poleg tega je tudi moj mož s.p. in dela v popoldanskem času, tako da takrat stari starši malo več pomagajo, ko gre mož po otroka v vrtec, ga potem pelje še za kakšno uro v varstvo. Če moram sama podaljšati, otrok počaka pri starih starših in ga grem potem sama iskat. Problem je, da če si s.p., ne delaš samo dela, za katero si tam, ampak še vse naloge, od telefoniranja, pisanja mailov, si sam za vse, tako da je treba podaljševati in pridejo stari starši v pomoč. Delam v pisarni, ločeni od doma.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Največja težava so bolniške. Če sem sama bolna, me vseeno vse delo počaka, nihče ga ne naredi namesto mene. Načeloma so naročniki razumevajoči, ampak vseeno vedno lovimo roke in datume, ki so pri našem poslu zelo pomembni, tako da si nekega počitka ne morem privoščiti. Če pa otrok zboli, je še huje, ker moram biti z njim, nimam kritja izgube stroškov. Torej nisem odvisna samo od sebe, koliko bom naredila, ampak tudi od tega, koliko je otrok bolan. Stari starši so tukaj ključni, ker res veliko pomagajo. Ko je z otrokom najhuje mimo, ga peljem v varstvo, tako da grem lahko sama na delo. Letos pozimi se mi je zgodilo, da sem

neko bolezen prebolevala cel mesec. Tri dni sem lahko počivala doma, potem ko sem bila malo bolje, sem že delala in naslednji teden se je zgodba ponovila. Spet sem ležala par dni, nato delala in ker se nisem dobro odpočila, ja vse skupaj trajalo skoraj 2 meseca. Vsi projekti stojijo in ne moreš kar nekoga dobiti, ki bo delo opravil namesto tebe, hkrati pa tudi s finančnega vidika to ni tako enostavno.

Sama koristim 20-urni delovnik, ampak ni mogoče, da bi sama delala samo 20 ur. Moj delovnik navadno traja od 8. zjutraj do 5. popoldan. Ko pa je potrebno, delam cele dneve in noči, če je potrebno nekaj v roku oddati, ne morem pa podaljšati, ker moram po otroka, zato so potem noči, ko zaspi, velikokrat delavne.

Dobra stran podjetništva je definitivno, da lahko sama razpolagam z delovnim časom. Sama raje zjutraj malo pospim in zato mi je všeč, da nimam tega pritiska, kdaj moram priti v službo, paziti, da ne zamudim, biti pod pritiskom s strani nadrejenega. Po mojem mnenju bi morali biti vsi nekaj časa na s.p.-ju. Res delaš in plača ni samoumevna, ampak si jo moraš resnično zaslužiti, torej mora biti delo opravljeno, in to korektno in pravilno.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Čez teden je akcija, tako z možem kot z otrokom. Mož zjutraj pelje otroka v vrtec in ga gre potem iskati, tako da sta tudi onadva malo več časa skupaj, ker potem popoldneve mož dela. Odločila sem se, da so vikendi za nas. Za mojo družino in moža. Dela je preveč in bi lahko delala tudi cele vikende, ampak sem se odločila, da ne. Kar naredim, naredim čez cel teden, lahko delam tudi v noč, ampak sobota in nedelja sta rezervirani za nas. So redke izjeme, ko lovimo roke in zaključujemo projekte, takrat moramo delo podaljšati tudi v vikend.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Rekal bi, da kar vplivajo. Sploh socialna omrežja so super za reklamo. Čeprav živim v manjšem kraju in gre reklama še vedno največ od ust do ust, če so naročniki zadovoljni, je pa Facebook super za oglaševati, prav tako Instagram. Seveda je velika prednost tudi ta, da se od doma lahko povežem na službeni računalnik in lahko delo naredim tudi od doma. Ni potrebno, da grem fizično v pisarno, ampak lahko delam od doma, sploh če delam ponoči.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

Na začetku mi je bilo težko. Zavedala sem se, da uspeh ne bo prišel čez noč, ampak sem vztrajala. Sedaj sem s svojim delom zelo zadovoljna. Sedaj sem že prepoznana, moj biro je spoštovan in naročniki me že sami iščejo in ni treba meni hoditi do njih. Za osebno zadovoljstvo mi veliko pomeni tudi priznanje, ki sem ga dobila od stroke, in mi je nekako v ponos, da hodim po pravi poti. Edino, kar si želim, malo več miru, da lahko kakršno stvar v

miru preštudiram. Sama sem karakter, ko razmišljam o izdelku ves dan. Ne nosim pa skrbi o družini v službo. Takrat odmislim in delam svoje delo.

PRILOGA 12: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 10

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Podjetnica sem postala po naključju, čeprav jaz ne verjamem v naključja. Mislim, da se vsaka stvar zgodi z razlogom. Sama sem bila 17 let v eni veliki korporaciji, kjer sem delala na različnih področjih, na koncu sem pristala na delovnem mestu vodje izobraževanja, imela sem super ekipo, zelo dobro smo sodelovali in delo mi je bilo v užitek. Potem so sledile reorganizacije v podjetju in pri eni takih so ukinili moje delovno mesto, saj se je organizacija sploščila. Ponudili so mi sicer druga delovna mesta, ki pa meni niso bila pri srcu, saj bi bila v bistvu degradirana, morala bi iti na nižje delovno mesto. Odločila sem se, da je mogoče čas, da začnem nekje drugje. Imela sem veliko znanja iz organizacije dogodkov, ki sem ga hotela prenesti v prakso. Potem sem bila nekaj časa na zavodu za zaposlovanje, nakar se je pojavila priložnost, da sem prek s.p. šla nadomeščat porodniški dopust v podjetje, kjer sem bila vodja izobraževanja, hkrati pa sem v popoldanskem času organizirala še svoje dogodke. V tem podjetju sem se v enem letu naučila še prodaje, marketinga in računovodstva, znanja iz katerega prej nisem imela.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

O podjetništvu nisem nikoli resno razmišljala, ko pa sem zapustila prejšnje delovno mesto, sem okusila, kaj pomeni svoboda, in sem si to začela želeči. Podjetje sem ustanovila zato, da sem lahko šla delati v drugo podjetje kot vodja izobraževanja, in hkrati tudi zato, da sem lahko začela z organizacijo dogodkov.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja; materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Ko sem začela s svojim podjetjem, je bila na začetku kar kriza. Delala sem po cele dneve in je bilo zelo težko usklajevati delo in družino. Sedaj sem se pa naučila, da si moram vzeti čas tudi za družino. Sama imam delo in družino zelo prepleteno, nimam ločeno. Moj sin je že dijak, tako da zjutraj gre v šolo, jaz skuham kosilo, tako da vedno pojeva skupaj, sem na razpolago, če me potrebuje, zvečer sva skupaj, kaj pogledava, se pogovoriva itd. Prej je bilo pa vedno samo delo. Moj sin je bil star 10 let, ko sem začela, tako da porodniški dopust in vse bolniške, ki spremljajo mlade mamice, sem v miru obdelala, ko sem bila še zaposlena, in mi sedaj, ko sem odprla svoje podjetje, niso predstavljale nobene težave. Če sem imela kaj nujnega, ga je prišla moja mama čuvati. Tudi za njegove popoldanske dejavnosti je bilo dobro posrbljeno, saj smo živeli prav blizu njegove šole in je lahko potem dejavnosti obiskoval kar peš, kar je pomenilo, da mi ga ni bilo treba prevažati in sem lahko tudi v popoldanskem času delala. Pisarno imam doma, tako da sem bila vedno fizično prisotna, pa čeprav me je videl samo v hrbet, je pa vedel, da sem tam, in če je karkoli potreboval, sem mu pomagala. Ko sem imela dogodke, mi je prišla mama pomagat in ga čuvala, sedaj pa je že toliko star, da je lahko sam doma.

Glavni izziv je bil, da sem si dovolila reči ne nekaterim projektom in sem posledično imela več časa za družino in zase. To sem se morala naučiti, saj sem v prvih letih dobesedno izgorela (psihično in fizično), ker sem delala ves čas.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Ključna prednost je, da delam od doma, hkrati pa tudi to, da imam tako delo, da mi ni treba biti točno ob uri nekje. Kot sem že povedla, moje delo in zasebno življenje sta zelo prepletena. Sem bolj nočni tip, tako da veliko stvari naredim ponoči, od 11. do pa 2. zjutraj, kar je tudi prednost, saj si lahko sama razporejam, kdaj bom delala. Z leti sem se naučila tudi tega, da si lahko vzamem čas, da stvari počakajo, da niso tako nujne, kot so se mi zdele, ko sem začela s podjetništvom. Podjetništvo mi omogoča, da ko imam idejo, inspiracijo, to takoj uresničim. Ni mi treba pisati načrta projekta, ga dati v presojo svojim nadrejenim, ampak lahko svojo kreativnost takoj udejanjim. Nihče mi tudi ne »striže perutničk«.

Kot slabost bi izpostavila mnenje okolice, da če si doma, je samoumevno, da boš vse naredil, skuhal, pospravil, če si v službi, te fizično ni in takrat nihče ne pričakuje, da boš nekaj naredil, če si doma, si pa itak doma. Ljudje ne razumejo, da čeprav sem doma, delam in nimam veliko prostega časa. Nimam urnika, da bi rekla, da delam od 8. do 16., ampak imam delo razporejeno čez cel dan, delam predvsem takrat, ko imam navdih, oziroma takrat, ko moram.

Odvisna sem tudi sama ob sebe, toliko, kolikor naredim, je narejeno, nihče ne dela zame. Če je treba, sem v službi cel dan, lahko so tudi vikendi ali celo dopusti. Ni delovnega časa.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Z leti sem se res naučila, da si vzamem čas tudi zase. Prej je bilo samo poklicno življenje, sedaj, ko sem dobila partnerja, ki živi v Švici, ni druge možnosti, kot da se usedem na letalo in grem k njemu. Sem tudi po en teden na mesec v Švici, tako da si moram organizirati čas, da sem lahko z njim, in hkrati, da je delo opravljeno. Z leti se res naučiš kontrolirati čas, da nisi 24 ur na dan v službi. Sedaj, ko vidim, da sem utrujena, si vzamem čas in grem na sprehod, prej si tega nisem privoščila, res je bilo samo delo. Sedaj vem, da je to veliko bolj pomembno, kot da odgovorim na maile, ker če sama nisem OK, potem tudi podjetje in vse ostalo ne bo OK.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Sigurno so novodobna tehnologija in socialna omrežja velik plus. Prek socialnih omrežij lahko dostopaš do širše množice ljudi, sploh če si aktiven in te vsi spremljajo. Občasno pišem blog, Facebook uporabljam v poslovne namene, prav tako tudi Instagram. Prek Instagrama

sem se povezala z različnimi ljudi, s katerimi smo potem tudi poslovno sodelovali. Ta tehnologija mi je super, mi je dobro orodje in pomoč pri moji promociji, pa tudi, da vidim, kaj drugi delajo.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

S svojim delom sem zelo zadovoljna. Sedaj so se mi stvari skristalizirale, delam na treh področjih, to je organizacija dogodkov, predavanja in mentorstvo oziroma poslovno svetovanje. Na vseh področjih imam veliko dela in mi je delo v užitek. Lahko bi rekla, da združujem svoje delo s svojim hobijem. Tistemu, kar mi ni v užitek, že na začetku rečem ne. Naučila sem se poslušati svoji intuicijo in projektov, ki mi že od začetka ne sedejo, se sploh ne lotim.

PRILOGA 13: Intervju prek elektronske pošte z mamo podjetnico 11

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Poročila sem se z moškim, ki je bil zaljubljen v fotografijo. To je bil njegov hobi. Kasneje sem se v ta hobi zaljubila tudi jaz in se po nekaj letih odločila, da poskusiva ta hobi spremeniti v »biznis«. Zaenkrat nama nekako lepo uspeva. Že prej sva imela veliko drage opreme za fotografiranje in želela sva si je še več. Prijatelji in znanci so nama govorili, da sta v fotografiranju zelo dobra, tako da sem se odločila, da z njo tudi kaj zaslužim. Dodatna motivacija mi je bila to, da obožujem delo z ljudmi, še posebej obožujem otroke. Oni me pa hitro začutijo in mi dajo še več zagona in motivacije.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Ko delaš direktno z ljudmi, moraš imeti vse po zakonu. Če sem želela izstavljati račune, sem morala odpreti svojo dejavnosti in jo uradno registrirati. Hotela sem imeti vse legalno. Delala sva z ljudmi in morala sva legalno izstavljati račune.

To, da sem odprla svoje podjetje, je bila velika želja. Trenutno imam poleg fotografije še redno službo, ampak stremim k temu, da bo fotografija glavni vir zaslužka. Moj cilj in vizija sta, da se lahko v celoti posvetim fotografiranju in zapustim trenutnega delodajalca.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Joj, usklajevanje je res zelo težko. Včasih moram nekako dobesečno čarati in še sama ne vem, kako mi uspe. Veliko strank želi fotografiranje v popoldanskih urah, takrat sta pa moja fanta doma. Pri meni je zaposlen tudi moj mož in tako je res problem z varstvom. Včasih sva ju vzela s seboj, vendar je moj mlajši fantek močno ljubosumen in ker večinoma fotografiramo otroke, je bil izredno vznemirjen. Na fotografiranju sva se ukvarjala z drugimi otroki in je bilo zelo težko zanj in za naju, ker sva videla, kako hudo mu je. Sedaj ju pustiva pri babicah, če je mogoče, v nasprotnem primeru pa gre na fotografiranje samo eden od naju, če so otroci, ki jih fotografirava, že malo starejši. Moram priznati, da je včasih res težko ustreči vsem naročnikovim željam.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Vedno si govorim, da želim največ časa preživeti z mojima otrokoma, ne želim, da bi zaradi moje službe in mojega podjetja bila onadva prikrajšana za čas z mano in možem. Zato moram včasih kakšno stranko žal tudi zavrniti. To mi je zelo težko, ampak otroci so enkrat majhni. Največja prednost je, da resnično delam to, kar obožujem in se pri tem zelo dobro počutim. Slabost pa je to, da nekateri ljudje našega dela ne cenijo dovolj. Občutek imajo, da mi pridemo, fotografiramo in gremo. S tem pa je stvar zaključena. Nihče ne vidi, koliko truda

in ur se vloži v obdelavo fotografij. In veliko ljudi poskuša za ceno barantati. Ker sem mehkega srca, me takšne stvari kar prizadenejo.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Poskušam vse usklajevati tako, da imamo še vedno veliko prostega skupnega časa. Zaenkrat nam to lepo uspeva.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Pri fotografiji so socialna omrežja nekako ključnega pomena. Tukaj lahko mame pokažemo svoje delo, tukaj lahko množica opazuje naše delo.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

Jaz sem s svojim delom kar zadovoljna. Velikokrat si rečem, da tega ne bom več počela, še posebej ob dnevih, ko se nabere vsega preveč, ko te otroci malo več zahtevajo zase, ko imaš obveznosti še v šolah in obšolskih dejavnostih. Ampak to delo zares obožujem in zato grem naprej. Nekje me mame črpamo moč in energijo, da nadaljujemo.

PRILOGA 14: Intervju prek elektronske pošte z mamo podjetnico 12

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Po končani porodniški sem iskala službo, ampak me nikjer niso želeli zaposliti. Gotovo so bile dodatna motivacija tudi možnost izobraževanja na zavodu za zaposlovanje in subvencije za plačilo prispevkov, ki jih je nudila država.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Želja po zaslužku oziroma preživetju in želela sem uresničiti oziroma preizkusiti svojo poslovno idejo. Na nek način prisiljena, ker več mesecev nisem dobila zaposlitve.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja; materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Najtežje je uskladiti čas, ko je hčerka v vrtcu, saj jo lahko le jaz odpeljem tja in pridem ponjo. Ko sem zaradi dela morala odhajati v Ljubljano, sem zato imela velike težave, saj sem lahko po njo prišla po 9 urah in je bilo zelo stresno in naporno tako zanjo kot zame. Pogosto sem delala tudi ob koncih tedna in popoldne, zato zanjo nisem imela časa.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Organiziranost dela in obveznosti so največji izziv. Po enem letu, ko sem skoraj pregorela, sem končno malce bolj začela usklajevati čas za delo in sprostitev.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja je zame osebno zelo naporno. Verjetno se ne bi še enkrat odločila za vstop v podjetništvo, saj je to resnično težka pot do finančnih sredstev.

6. Ali oz. na kakšen način novodobna tehnologija in socialna omrežja vplivajo na odločitev/razvoj podjetništva med mamami?

Omogočajo delo od doma, in to je tudi razlog, da še nisem obupala.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom?

Po enem letu brez prihodkov se stanje počasi normalizira. Z delom sem zadovoljna, nisem pa zadovoljna z višino prispevkov in ostalih stroškov.

Priloga 15: Intervju prek elektronske pošte z mamo podjetnico 13

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

V svet podjetništva sem se podala po neuspešnem iskanju službe, ko sem končala prvo porodniško. Pomembna vloga je tudi v svobodi, ki jo imam kot samozaposlena, ker lahko skrbim za otroka, ko sta bolna. Takrat si delo lahko razporedim tako, da opravi delo in poskrbim za bolna otroka.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

V podjetništvo sem bila nekako prisiljena, sej je bil to edini način, da še nekaj zaslužim in prispevam v družinsko okolje. Po pogovoru s partnerjem sva ugotovila, da je to najboljša opcija, hkrati pa tudi želja po svobodi, da si sam svoj šef in si delo razporediš tako, kot je tebi najboljše.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja; materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Delam dopoldne, ko so otroci v vrtcu, če zbolita in je dosti dela, lahko še vedno delam v času njunega počitka. Največji izziv mi predstavljajo vnaprej dogovorjeni sestanki, saj se je že večkrat zgodilo, da je otrok ravno takrat zbolel. Takrat ali prestavim ali vskoči ena od babic, saj ima partner tako službo, da on težko dobi prosto. Druga ovira je bila druga nosečnost in porodniška, spet sem bila na začetku, iskanje strank ... Ampak se je vse rešilo še bolje, kot je bilo pred nastopom porodniške.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Ključna prednost je organizacija. Večjih težav ni, se da vse uskladiti.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Ni prostih dni, dosegljiva sem vedno, tudi popoldne in ob večernih urah odgovarjam na maile in sporočila.

6. Ali oz. na kakšen način novodobna tehnologija in socialna omrežja vplivajo na odločitev/razvoj podjetništva med mamami?

Novodobna tehnologija ima pri mojem načinu vodenja posla zelo velik pomen, saj lahko stranki odgovorim takoj, ko imam čas. Posledično je veliko manj sestankov, kot bi jih bilo, če tehnologija ne bi obstajala. Stranka je lahko z drugega konca Slovenije in ni potrebno, da bi se vozila tja na sestanke, ampak se lahko vse dogovorim po mailih ali prek videokonferenc.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom?

Vesela sem, da imam svoje podjetje. Mislim, da imajo vse mame dosti prednosti, če odprejo svoje podjetje, pri meni so plusi odtehtali vse in sem trenutno zadovoljna s svojim podjetjem.

PRILOGA 16: Transkripcija intervjuja z mamo podjetnico 14

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Odločitev za samostojno pot je zorela od fakultete dalje. Po desetih letih v korporacijah pa sem ugotovila, da imam dovolj praktičnega znanja s svojega področja in iz vodenja podjetja, zato sem se odločila, da grem na svoje. Zaradi želje po samostojni poti ter zaradi svobode obvladovanja časa sem začela svoje poslovanje. Ob treh otrocih sem bila pred odločitvijo – zanemariti njih in graditi kariero (nori delavniki) ali pa se posvetiti njim in graditi svojo pot, ki bo morda nekoč tudi njihova. Zmagali so otroci in vesela sem zaradi tega. Je naporno, ker velikokrat delam tudi zvečer in dele vikenda, vendar sem ob njih (pisarno imam doma) in si lahko svoje delo prilagodim.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

V bistvu to, kar sem odgovorila že zgoraj – nevzdržni pritiski pri gradnji kariere v korporaciji in pomanjkanje časa za družino.

Ustanovitev podjetja je bila moja osebna in skupna družinska odločitev. Mož še vedno gradi kariero zunaj (deloma pa tudi znotraj mojega podjetja), oba pa tega žal nisva več zmogla, ker sva vedela, da bodo največji davek takega dela pobrali otroci.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Glavni izziv je pomanjkanje časa, vendar to nadoknadim zvečer, kadar je potrebno. Poleg tega je večji pritisk glede finančne vzdržnosti, vendar, kot rečeno, smo šli v to razumno in ob zadostnih prihrankih. Trenutno je moj največji izziv preveč strank in malo časa. Zato večkrat delam tudi ob večerih in čez vikende.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Prednost je samostojno razporejanje časa ter to, da se ne rabiš nikomur opravičevati, če otrok zboli in te »ni«. V takem primeru še vedno podelam najnujnejše, ostalo pa pač takrat, ko domov prispe tudi mož. Slabost je zagotovo to, da ne morem preveč vnaprej planirati svojega dela, ker je to soodvisno od strank, naročil in sprememb na trgu.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Odlično! Nikoli se še nisem počutila tako svobodno. Je pa res, da se ne sekiram toliko okoli denarja in prihodkov, ker zaupam v to, da bo na koncu vedno dovolj.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Predvsem so informacije dostopne vsem. Zgodbe navdiha na socialnih omrežjih po mojem mnenju prispevajo k temu, da posamezniki upajo stopiti na pot podjetništva. Sploh pa se pogled družbe počasi spreminja v podpiranje te oblike zaposlitve.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom?

S svojim delom sem zadovoljna. Včasih izčrpana, vendar ko potegnem črto, sem zadovoljna. Moja lastna pot me izpolnjuje skoraj v tako veliki meri kot družina.

PRILOGA 17: Intervju prek elektronske pošte z mamo podjetnico 15

1. Kakšna je vaša življenjska zgodba, ki vas je pripeljala v svet podjetništva?

Moja želja po samostojnosti se je porajala v mislih že zelo dolgo, saj sem začela delati že kot otrok zaradi družinskih razmer. Najbolj pa me je k temu opogumil moj bivši šef in tako sem pristala na samostojni poti. Podjetje sem odprla zaradi prejšnjih zaposlitev.

2. Kaj vas je vzpodbudilo, da ste odprli svoje podjetje?

Otroci in ker lahko razporejам urnik. Nekako sem bila postavljena pred dejstvo, ali vzamem ali ostanem brez zaposlitve. Ker je moj bivši šef zapiral lokal in bi spet ostala brez zaposlitve in ker je v meni videl potencial, da sem sposobna voditi in biti stroga glede dela, se je določil, da me podpre in meni nameni ta lokal. Zraven gostinstva pa delam tudi kot vizažistka.

3. Ali lahko opišete vaše usklajevanje dela in družinskega življenja oziroma materinstva? Kaj vam predstavlja glavne izzive?

Uh, izzivi so vsak dan. Največji izziv je usklajevanje z možem, ker on je cel dan odsoten in na žalost nimava varstva. Tako da se vsak dan borim, da sem pravi čas prisotna pri otrocih.

4. Kaj je pri vas ključna prednost, da lahko usklajujete delo in materinstvo, kaj vam predstavlja največjo težavo?

Največja težava je delovni čas. In varstvo otrok. Ker če je popoldansko varstvo otrok urejeno, potem ni težko voditi podjetja. Ker pa naši šoloobvezni otroci potrebujejo popoldan 100 % pomoč oziroma prisotnost, saj zahtevajo od naših malčkov preveč, je zelo zahtevno voditi podjetje in biti popoldneve z njimi.

5. Kako podjetništvo vpliva na vaše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja?

Je težko, ampak gre. Vse se da uskladiti, če se hoče. Ko si samostojni podjetnik, ni tistega, ko prideš domov po 8 urah službe, se usedeš na kavč in v miru gledaš televizijo. Ko si s.p., tega ni, ampak delo nosiš tudi domov.

6. Ali novodobna tehnologija in socialna omrežja na kakšen način vplivajo na vaše podjetje?

Mogoče malo več možnosti oglaševanja, drugače pa še vedno prisegava na fizično oglaševanje. Ta novodobna tehnologija nas vodi v preveliko foušijo oz. zavidanje. To je seveda moje mnenje.

7. Ali ste zadovoljni s svojim delom in življenjem?

Sem zadovoljna z delom. Nisem pa zadovoljna z državnimi dajatvami, ker so prispevki definitivno previsoki in se boriš iz meseca v mesec.