

Ženske želijo graditi družinska podjetja

Žensko podjetništvo ima svoje zakonitosti in posebnosti. Predvsem pa je v porastu.

Katarina Klepec

Ženske, ki kandidirajo na takšne položaje, morajo imeti visoke cilje, močno voljo in vztrajnost. Ne smejo pokazati šibkosti, v delo morajo vložiti več energije. Če vse to premorejo, dobijo spoštovanje moških kolegov. Moškim je glede tega lažje.

Nadja Vidic, ZPG

Žensko podjetništvo se od moškega razlikuje v motivaciji, poslovnih veščinah in poklicnih izkušnjah. »Ženske dokazujemo, da premoremo veliko kreativnosti, močno razvito intuicijo in sposobnost povezovanja. Smo veliko bolj komunikativne, saj izžarevamo posebno žensko energijo, ki je v življenju zelo pomembna,« je prepričana Nadja Vidic, predsednica Združenja podjetnic Gorenjske (ZPG).

»Začutimo in zaznamo priložnost, nismo toliko vzkipljive, se znamo tudi podrediti in včasih tudi z ženskim šarmom hitreje priti do rezultatov. Večina žensk to zanika. Všeč, mi je, da smo ženstvene in to uporabljamo tudi v poslu,« razmišlja Zorica Jakolin, ena od organizatork dogodka 500 podjetnic.

Opolnomočene na prvo linijo

Po podatkih Evropske komisije je bilo leta 2012 40,6 milijona aktivnih podjetnikov v Evropi, od tega 29 % žensk. V Sloveniji je bilo moških podjetnikov 71 %, ženskih podjetnic pa 29 %, kar nas uvršča v družbo Albanije, Črne gore, Romunije in Italije. Ženske podjetnice večinoma delujejo v storitvenem sektorju, veliko manj v proizvodnji. Nižje število žensk v podjetništvu (odstotek počasi narašča) pripisujejo tudi pomanjkanju samozavesti in predstavi o tradicionalni vlogi ženske v družbi.

»Ženske se šele zadnje desetletje zavedamo naših potencialov. Dokazale smo, da imamo velik poslovni potencial. Žal pa bo preteklo še nekaj let, da bomo moškimi parirale v vsem. Tukaj mislim na možnosti zaposlitve na vodilnih položajih v gospodarstvu. Še vedno smo tiste, ki v življenju igramo več vlog hkrati. Naša narava je, da smo v prvi vrsti matere in žene. Zato moramo v poslovni uspeh vložiti toliko več dela in energije,« pojasnjuje Nadja Vidic.

Jakolinova ocenjuje, da podjetnice še niso enakopravne svojim moškim kolegom, a je napredek zelo opazen: »Opažam, da veliko podjetnic deluje v smeri rasti svojega podjetja, da vključujejo svoje otroke v delo in da želijo graditi družinska podjetja. Tu vidim veliko priložnost za rast gospodarstva, mentorstva in vse manj brezposelnih visokoizobraženih diplomantov. Več pozornosti bi bilo treba posvetiti svoji osebni rasti, znanju in razvoju podjetja.« Dogodek 500 podjetnic je po njenih besedah veliko prispeval k temu, da se znajo podjetnice predstaviti, povezati in mrežiti.

»Žensko podjetništvo strmo narašča, naslednjo dobo bodo vsekakor zaznamovale ženske. Več pozornosti bi bilo treba nameniti ozaveščanju žensk, da zmorejo, da so edinstvene, da naj zaupajo svojim idejam in se imajo rade,« razmišlja Nadja Vidic.

Delodajalci iščejo kompetentnega kandidata

Zaposlitvene agencije opažajo, da podjetja v govse pogosteje zanimajo kompetence in ne spol. »Iščejo najprimernejšega novega zaposlenega in se osredotočajo na znanje, izkušnje in osebnostne lastnosti,« opažajo v Adeccu. »Kljub temu se še zgodi, da je za posamezno delovno mesto preferiran en ali drug spol. Odprtost za drugačno razmišljanje narašča, a prepočasi,« ugotavlja Rudi Čebulj, izvršni direktor podjetja Manpower. O popolni enakosti med spoloma na področju zaposlovanja v gospodarstvu še ne moremo govoriti, vse več žensk pa je vključenih v vodstvene kadre, predvsem v storitveni panogi. »Žensk, ki izkazujejo željo po poslovnem napredovanju, je več kot pred leti. Zavestna raznovrstnost vodstvenih struktur lahko prinese drugačne poglede na poslovne modele in s tem povezane tudi potencialno drugačne – boljše rezultate,« dodaja Čebulj. [gg](#)



Moški se zavedajo, kaj prinese dobro sodelovanje z ženskim spolom; da je tu nepremagljiva moč in dobri rezultati.

Zorica Jakolin, 500 žensk