



500 PODJETNIC
500 BUSINESS WOMEN



IDEJE

navdihujejo

POVEZOVANJE

bogati

MIR

združuje

ZBORNİK

23. april 2025

Kolofon:

Organizator dogodka

500 podjetnic d.o.o.

Scenarij

Marta Turk

Organizacijski odbor

Marta Turk, Nastja Mulej, Katja Cimermančič, Mojca Petan, Tjaša Turk Blažević

Naše ambasadorkе

Nastja Mulej, Mojca Petan, Sonja Peklenik, Vlasta Mrak, Mateja A. Kegel, Anita Ferlan

- Pojavnost na družbenih omrežjih obvlada Dunja Gačnik
- Za aktivno in prilagodljivo spletno stran www.500podjetnic.si skrbi Mojca Petan
- Za točnost številok skrbi Sonja Dacar
- Pravne vijuge zasleduje Alja Fakin
- Za grafično podobo skrbi Tjaša Turk Blažević
- Kamere usmerja ekipa MOPS

Zahvaljujemo se vsem podpornikom ženskega podjetništva za sodelovanje pri izvedbi prireditve 500 podjetnic 2025:

- nacionalnem partnerju Spirit Slovenija in Ministrstvu za gospodarstvo, turizem in šport
- diamantnem sponzorju Herbalife
- zlatim sponzorjem Logos NLP Center, Zavarovalnica Triglav,
- srebrnim sponzorjem Promina,
- bronastim sponzorjem Slovenskemu podjetniškemu skladu, Uradu za intelektualno lastnino, članicam Skupnosti slovenskih podjetnic, Šotori Petre in podjetju Promina

Hvala tudi razstavljavcem, materialnim sponzorjem in sponzorjem posebnih nagrad, ki so prispevali še tisto zadnjo piko na i na **desetem** srečanju 500 podjetnic 2025.

Za besedila, objavljena v tem zborniku, so odgovorni izključno avtorji.

PROGRAM PRIREDITVE

8:30	●	prihod udeleženk, registracija, jutranja kavica, druženje
9:00	●	nagovor organizatorja in predstavitev vsebin
9:10	●	nagovor partnerja Spirit
9:15	●	Dr. Violeta Bulc: Podjetniška pot je en sam razvoj
9:30	●	Mag Lilijana Burzan Nikolić: Podjetnice Črne gore
9:40	●	Glasbeni predah
9:45	●	Ti si moj navdih: navdihujoče zgodbe podjetnic • Ana Kolar • Metka Klajderič Kobler • Lara Banovič
10:15	●	Jasmina Kandorfer – Biohacking
10:25	●	Maja Jovanovič - Moja Pravljica
10:35	●	Glasbena misel z Majo Keuc
10:40	●	Koordinirano mreženje mag. Nastja Mulej
11:50	●	Skupen obisk stojnic/prigrizki, kava, pogovori
12:20	●	mag. Karin Žvokelj, direktorica Urada Republike Slovenije za intelektualno lastnino – uspehi inovatork.
12:25	●	Speaker's corner - Razpis za inovativne ideje INA3 Predstavitev 10 finalistk po izboru komisije
13:00	●	Razglasitev rezultatov in podelitev nagrad
13:10	●	Glasbena misel z Majo Keuc
13:15	●	Modna revija Boutique BB Coljnar
13:35	●	Žrebanje posebnih nagrad sponzorjev Zaključek programskega dela, vidimo se naslednje leto! Kosilo
14:45 - 16:00	●	Svetovalni kotički, matchmaking, tržnica, mreženje

Speakers' corner: Predstavitev finalistk razpisa za inovativne ideje INA3 in glasovanje

Arsić Sandra – DribbleKid

- Đurić Dušica – Antistress ekoterapija
- Gerečnik Karin – Pathless Campers
- Hafner Marjana – Podstrešje idej
- Kurnik Katja - Agencija za iskanje zunanjih sodelavcev
- Lavrič Saša – NewPULSE, medicinska naprava
- Lukas Špela – Otroška spominska knjiga MALI UMETNIK-ICA
- Pečlin Nina – MikeaPets
- Pretnar Darja – Razporoka
- Šebrek Lidija – Male zgodbe okusov – Lutkovno-kulinarični prehranski program

DRUGE VSEBINE NA PRIREDITVI

- 40 stojnic + DOBRODELNA STOJNICA MLADIH ZDRAVNIKOV NA POTI V KENIJO
- Prodajna razstava različnih ponudnikov, ki naslavljajo poslovne ženske in podjetnice
- Knjigarna 500 podjetnic
- Koordinirano mreženje z udeleženkami
- Matchmaking srečanja med podjetji.
- KOTIČEK NASVETOV
- Modna revija blagovne znamke BB+ fashion

POKONFERENČNI PROGRAM 24. 4. 2025

Za tuje udeleženke in tiste podjetnice, ki se želijo udeležiti tudi pokonferenčnega programa 24. aprila, pripravljamo med drugim spoznavanje slovenskega poslovnega okolja »Slovenia: business opportunities«
Tematike programa bosta usmerjali voditeljici Saša Einsiedler in Katja Cimermančič.

Letos bo z nami v vlogi sovoditeljice Saša Einsiedler; ki jo dobro poznamo kot iskrivo motivatorko, coachinjo in mentorico. Dolga leta je bila voditeljica na televiziji, zadnjih dvajset let pa deluje kot podjetnica. Na našem dogodku bo tako lahko združila obe svoji izjemni veščini! Skupaj s Katjo Cimermančič bosta na oder pospremlili sogovornice v rubriki Koordiniranega mreženja, Ti si moj navdih, Predstavitev finalistk, modne revije in zaključnega dela.

Saša nas bo s svojo pozitivno naravnostjo spomnila tudi na to, da smo podjetnice tiste, ki smo odgovorne za svoje osebne in poslovne uspehe. Tudi sama se je skozi lastne izzive naučila, da je najbolj pomembna naša miselnost, zato izjemno strastno pomaga vsem, ki bi želeli doseči spremembe v svojem načinu razmišljanja in delovanja.

Katja Cimermančič je magistrica mednarodnih odnosov, certificirana strokovnjakinja za merjenje in analizo komunikacijskih učinkov ter nekdanja novinarka, voditeljica in urednica. Kot izkušena voditeljica in moderatorica dogodkov in razprav poskrbi, da zapletene teme postanejo dostopne, zanimive in razumljive tako strokovni kot širši javnosti. Na svoji poti je nabrala dolgoletne izkušnje v medijih ter sodelovala z mednarodnimi platformami, kot so Združeni narodi, Evropski parlament in Svet EU, kar ji daje širino in strateški pogled na vsak dogodek, ki ga vodi. Njena sproščena, a premišljena povezovalna energija prispeva k prijetnemu vzdušju in odprti komunikaciji – ne glede na to, ali gre za tehnološke, družbene ali poslovne teme, od digitalizacije in umetne inteligence do družinskega podjetništva in kibernetne varnosti.



Produkcija: 500 podjetnic 2025

Zakaj slogan ideje navdihujejo, povezovanje bogati, mir združuje?

Deset let rasti, povezovanja in novih priložnosti

Desetletnica dogodka 500 podjetnic je izjemen mejnik, ki priča o pomenu povezovanja in rasti ženskega podjetništva v Sloveniji in širše. Z letošnjim programom želimo ponuditi še več priložnosti za učenje, mreženje in poslovno rast. Slogan 'Ideje navdihujejo, povezovanje bogati, mir združuje' odraža našo vizijo, da podjetnice opolnomočimo ne le poslovno, temveč tudi osebno. Naš fokus na dobrobit, blagostanje, kreativnost in ambicije združujemo z mednarodnim sodelovanjem ter prispevkom k globalnemu miru in stabilnosti, ki sta ključna za trajnostni razvoj sodobnega gospodarstva," poudarja Marta Turk, idejna moč ekipe 500 podjetnic in Skupnosti slovenskih podjetnic.

Podjetnice, ki so zastavile svojo podjetniško pot še pred osamosvojitvijo Slovenije in prva leta samostojne države, se dobro spominjajo svojih začetkov, ko je bila podjetniška iniciativnost v družbi sprejeta z nezaupanjem, podpornih ukrepov, mentorstva, in svetovanja pa ni bilo kaj dosti.

500 podjetnic je praznik povezovanja, rasti in sodelovanja – stičišče navdihujočih zgodb ter prostor za ustvarjanje novih poznanstev in priložnosti.

Uvodna govorka dr. Violeta Bulc, nekdanja podjetnica in političarka, nam bo spregovorila predvsem o podjetniških izkušnjah, in česa se je iz njih naučila, pa tudi o prihodnosti, miru, izzivov inovativnosti in pomenu povezovanja.

Gostja iz Črne gore mag. Ljilijana Burzan Nikolić prinaša pozdrave črnogorskih podjetnic in predstavlja njihove izkušnje pri gradnji ženske podjetniške mreže in podpore ženski ekonomski samostojnosti. Osebnosti izkušnje samouresničitve bodo na okrogli mizi Ti si moj navdih, predstavile tri zanimive podjetniške osebnosti Ana Kolar, Metka Klajderič Kobler, Lara Banović vsaka uveljavljena podjetnica na svojem področju. Skupna značilnost vseh treh je vztrajnost in osredotočenost na cilj, ne glede na okoliščine, iz katerih prihajajo. O biohackingu bo dodala nekaj tehničnih razmišljanj in priporočil Jasmina Kandorfer. Med gostjami iz tujine pričakujemo tudi podjetnice iz

Turčije, iz Istanbula in Izmirja, ter predstavnico podjetnic iz Kosova. Vse so članice mednarodne platforme AWOLE, ki bo imela zasedanje upravnega odbora v Sloveniji, ki je ena od ustanovnih članic. Prišlo bi jih več, a žal zaradi viznega režima niso uspele pravočasno dobiti viz, zato jih bomo verjetno osebno lahko spoznale naslednje leto.

Letošnja pomembna novost je razpis Ideja na tretjo potenco (INA3), ki je privabil kar 42 ponujenih idej, med katerimi je komisija izbrala deset finalistk. Te bodo danes predstavile svoje podjetniške rešitve v kratkih pitchih. Tri najbolj ocenjene finalistke bodo prejele tudi spodbudno denarno nagrado, tudi za ostalih sedem pa so sponzorji prispevali lepe nagrade. In kar je pomembno, o idejah bo glasovalo občinstvo. Kdo drug, kot podjetnice lahko ocenjuje kolegice v poslu? Podjetnice.

Na letošnji prodajni razstavi se predstavlja ponudba na 41 stojnicah, prostor pa je organizator dal tudi dobroteljni stojnici mladih zdravnikov, ki kot prostovoljci odhajajo na delo v Kenijo. Pred odhodom zbirajo sredstva za pot in za potrebni sanitetni material in zdravila. Med 41 stojnicami sta tudi dve skupinski. Stojnica javne agencije SPIRIT je ponudila prostor za razstavljanje podjetnicam začetnicam, tako kot vsako leto, njim nasproti pa je skupna stojnica letošnjih ambasadork dogodka 500 podjetnic in članic Skupnosti slovenskih podjetnic. Tako je na prireditvi predstavljenih kar 72 podjetij. Mnoge podjetnice so tudi knjižne ustvarjalke, njihova dela pa se predstavljajo v knjigarni 500 podjetnic. Koordinirano mreženje bo letos vodila mag. Nastja Mulej.

Novost, ki sledi osrednjemu sloganu dogodka, je mirni kotiček – prostor za razmislek, refleksijo in sprostitve. V hitrem tempu podjetniškega sveta bo to priložnost za premor, ki spodbuja ravnovesje med delom in osebnim življenjem. Na razstavnem prostoru pa je tudi Kotiček z nasveti iz prakse. Podjetnice bodo na kratko zapisale kakšen nasvet ali priporočilo drugim kar na sami prireditvi. Program prireditve je kot vedno pester in poln nove energije.



IDEJE NAVDIHUJEJO, POVEZOVANJE BOGATI, MIR ZDRUŽUJE

Besedilo: Katja Cimermančič

Letošnji dogodek 500 podjetnic nosi močno sporočilo: Ideje navdihujejo, povezovanje bogati, mir združuje. V ospredje pa postavlja tudi pomembnost osebnega ravnovesja kot temelja za cvetoče podjetništvo in gospodarstvo.

Uvodna govornica Dr. Violeta Bulc o povezavi med osebnim ravnovesjem in uspešnim trajnostnim gospodarstvom razmišlja takole:

Če dovolite, bi v teh treh zelo lepih stavčnih povezavah, ki so vodilne za letošnji dogodek **500 podjetnic in jih zelo pozdravljam, opozorila tudi na tri pomembne pasti, ki se skrivajo v njih.**

Ideje absolutno navdihujejo, vendar slabo izvedena ideja lahko podjetnico pripelje do propada. Ideja sama po sebi ni dovolj – je izjemno pomemben začetek procesa, a od idej se ne živi. Uspeh temelji na njihovi uresničitvi. Ideja mora biti oplemenitenjena z znanjem o trgu, upravljanju procesov, razumevanju finančnih tokov, modeliranju in predvsem z delom z ljudmi.

Če podjetnica nima teh veščin, ima lahko fantastične ideje, a to ne pomeni, da bo uspešna v poslu. Zato je ta poudarek odličen – ideje res navdihujejo, vendar pozivam podjetnice, naj ne ostanejo zgolj pri idejah, temveč jih tudi udejanjijo na osnovi obvladovanja kakovosti in produktivnosti.

Povezovanje bogati – vsekakor. Jaz celo pogosto rečem, da bolj, kot smo povezani, bolj smo svobodni. Bolj kot si povezan, večji dostop imaš do informacij, večji vpogled imaš v družbene, politične in gospodarske tokove. Le na ta način lahko celostno odločaš, ker si vpet v širši kontekst in imaš dostop do ključnih informacij. Brez povezovanja v sodobnem svetu ne gre.

Pri tem nam lahko izjemno pomagajo tehnologije. Na primer pri projektu, ki sem ga ustanovila in ga zdaj kot kuratorka vodim – njegovo bistvo je povezovanje različnih ljudi, ki želijo dobro v tem življenju. Ravno zaradi povezovanja nam svet postaja vse bližji, vse jasnejši, odločamo se hitreje in se lažje prilagajamo trenutnim izzivom.

Akcije, reakcije in hitre odločitve so pomembne, vendar brez dolgoročne vizije hitro vodijo v propad. Jasna usmeritev glede tega, kaj želimo biti in kako se želimo umestiti v življenje, nam pomaga pri vsakodnevnem odločanju in usklajevanju dejavnosti. Osebnostno dajem večji poudarek poslanstvu in kalibraciji vseh svojih aktivnosti z osnovnim poslanstvom.

Zato podjetnice spodbujam, naj jim ne bo škoda časa za povezovanje. Ne le v domačem okolju, temveč tudi na mednarodni ravni. Slovenija je vpeta v mednarodne trge, svet je danes globalno prepleten in če se osredotočamo le na lokalno okolje, nas lahko presenetijo globalne spremembe, katerih vpliv na lokalni ravni ne razumemo, če ne gledamo širše.

Te spremembe so lahko geopolitične, podnebne, kulturne, sociološke ali gospodarske. Lahko gre za spremembe v vedenju potrošnikov, v iskanju novih materialov, produktov in storitev. Svetovna mreža nam lahko pri tem služi kot navdih in spodbuda.

In ne nazadnje, prepogosto ne razumemo, da je **brez miru vse drugo nepomembno**. Če ni miru, zmagujejo zgolj vojni dobičkarji. Vsaka od nas bi si morala prizadevati, da politika ne zaide v poenostavljene zgodbe in ne uporablja vojne kot sredstva za reševanje nesposobnosti.

Menim, da imamo ženske tu ključno vlogo – da se upremo temu, da se naše otroke pošilja na bojišča, namesto da bi jih pošiljali v laboratorije, učilnice, kjer bi lahko razvijali svoje ideje in jih udejanjali. **Ne rojevamo za vojno, rojevamo za mir.**

Če kdo lahko to jasno in glasno pove, smo to ženske. In če kdo ima to moč, jo imajo podjetnice, saj je včasih potrebna tudi ekonomska moč, da lahko vplivamo na spremembe.



Dr. Violeta Bulc
foto: studio Železna

ŽENSKO PODJETNIŠTVO JE KLJUČNO ZA RAZVOJ URAVNOTEŽENEGA PODJETNIŠKEGA SISTEMA



Besedilo: Mateja A. Kegelj,

SPIRIT Slovenija je javna agencija, ki na državni ravni spodbuja podjetništvo, investicije in internacionalizacijo. Njihova vloga je ključna pri krepitvi podjetniškega okolja, saj podjetjem nudijo širok spekter podpornih storitev, informacij in priložnosti za razvoj. Povezovanje z dogodki, kot je **500 podjetnic**, je naravna pot sodelovanja, saj ti ustvarjajo prostor za mreženje, opolnomočenje in preboj podjetnic v širši poslovni svet.

Z nami se je pogovarjala **Irena Meterc**, vodja sektorja za spodbujanje podjetništva na SPIRIT Slovenija, ki s svojo ekipo usmerja programe, ki mladim, podjetnicam in podjetnikom pomagajo na poti od ideje do uspešnega podjetja. Njeno delo odraža jasno vizijo trajnostnega, vključujočega in povezovalnega podjetništva prihodnosti.

Kakšna je vloga vašega sektorja znotraj SPIRIT Slovenija in katere so ključne naloge, ki jih opravljate? Katere programe in ukrepe trenutno izvajate za spodbujanje podjetništva v Sloveniji?

Na področju spodbujanja podjetništva agencija SPIRIT Slovenija s svojimi programi nudi podporo potencialnim podjetnikom in zrelim podjetjem pri rasti, ustvarjanju dodane vrednosti ter krepitvi mednarodne konkurenčnosti. To vključuje informiranje, svetovanje ter organizacijo različnih delavnic in dogodkov. Ključno vlogo pri tem ima naša podporna mreža SPOT, kjer so dostopne storitve podjetniških svetovalcev in podjetniško mentoriranje. Na SPOT točkah podjetniki prejmejo informacije o vseh državnih podpornih programih, virih financiranja ter priložnostih za vključevanje v usposabljanja in dogodke. Hkrati krepimo tudi kompetence izvajalcev te mreže, da so vedno ažurno obveščeni o novih ukrepih in programih ter lahko kompetentno svetujejo.

Za podjetnice in podjetnike začetnike do 29 let bodo letos jeseni ponovno na voljo usposabljanja ABC podjetništva, usmerjena v krepitev osnovnih podjetniških kompetenc, tudi v povezavi s pridobitvijo subvencije za uspešen zagon podjetja.

Za obstoječa podjetja agencija poleg finančnih spodbud

nudi programe za krepitev kompetenc, prehod v krožno gospodarstvo in zmanjševanje tveganj pri prenosu lastništva, zlasti v družinskih podjetjih. Na področju podpore inovativnosti agencija nudi svetovanje pri pridobivanju sredstev iz programov EIC in EIT v okviru Obzorja Evropa ter spodbuja povezovanje raziskovalcev in gospodarstva.

Kako ocenjujete stanje slovenskega podjetništva danes – kateri so največji izzivi in kje vidite največ priložnosti?

Če se osredotočimo na mikro in mala podjetja, ki predstavljajo hrbtenico slovenskega gospodarstva, med izzive spadajo omejen dostop do financiranja, visoka davčna in administrativna bremena, ter pomanjkanje zavedanja in podpore pri digitalizaciji in prehodu v trajnostno poslovanje. Poleg tega se mnogi soočajo z omejenimi človeškimi viri, kar otežuje rast in razvoj.

Kljub temu imajo manjša podjetja pomembne priložnosti – prav zaradi svoje majhnosti so bolj prilagodljiva, hitreje uvajajo inovacije in lažje testirajo nove poslovne modele. Priložnosti odpira tudi večja dostopnost digitalnih orodij, razvoj lokalnih skupnosti in nišne mednarodne tržne priložnosti. Ključno pa je, da država in podporno okolje mikro podjetja ne obravnavata le kot "mala", temveč kot pametna, agilna in strateško pomembna podjetja.



Irena Meterc



Se slovenska podjetja pogosto odločajo za mednarodno sodelovanje?

Slovensko gospodarstvo je v veliki meri izvozno usmerjeno – kar je povsem logično, saj je naš domači trg majhen. Za podjetja, katerih dejavnosti so izrazito lokalne pa je seveda povsem ustrezno, da ostajajo na domačem trgu. A podjetja, ki imajo ambicijo rasti, ustvarjanja novih delovnih mest in širitev svoje dejavnosti, se morajo začeti usmerjati tudi na mednarodne trge. Kupna moč v Sloveniji za nekatere dejavnosti preprosto ni dovolj velika, zato je pogled čez mejo nujen korak v razvoju. V praksi opazamo, da imajo slovenska podjetja sicer velik potencial in pogosto tudi kakovostne izdelke ali storitve, vendar pa jim primanjkuje znanja in kompetenc za uspešen vstop na tuje trge. Včasih pa se podjetniki tudi prehitro odločijo za širitev, brez temeljite priprave, kar lahko povzroči dodatne stroške ali zamujene priložnosti. Zato poudarjamo pomen dobre "domače naloge": raziskati trg, pridobiti osnovne informacije, poiskati prave partnerje in se usposobiti. Pravilna priprava lahko bistveno zmanjša tveganja in poveča možnosti za uspeh v tujini.

Podpora projektu 500 podjetnic je izjemno pomembna, kako vi vidite to povezovanje in sodelovanje?

Povezovanje in sodelovanje med podjetnicami ima ključno vlogo pri premagovanju strukturnih ovir, dostopu do virov in kreptvi samozavesti. Skupnosti podjetnic omogočajo izmenjavo znanja, izkušenj in kontaktov, kar povečuje učinkovitost, zmanjšuje občutek osamljenosti in odpira vrata k novim poslovnim priložnostim. Sodelovanje med podjetnicami pogosto temelji na večji meri zaupanja, empatije in dolgoročnem razmišljanju, kar ustvarja močne, trajnostne poslovne vezi. V takšnih okoljih se lažje razvije dolgoročno sodelovanje, podjetnice skupaj iščejo in prepoznavajo nove priložnosti, ki jih morda same sploh ne bi zaznale.

Obenem povezovanje omogoča tudi večji vpliv na sistemski ravni – podjetnice lahko skupaj oblikujejo glas, ki vpliva na oblikovanje politik, dostop do financiranja, podpornih storitev in prepoznavnosti v poslovnem okolju. V tem smislu povezovanje ni le koristno, ampak nujno za dolgoročni razvoj ženskega podjetništva. Dogodki, kot je 500 podjetnic, so zato izjemno dragoceni ne le za povezovanje, temveč tudi za oblikovanje močnejšega, bolj vidnega in slišnega podjetniškega okolja za ženske.

Kaj po vašem mnenju takšni dogodki prinašajo podjetnicam, pa tudi širšemu podjetniškemu okolju?

Mreženjski dogodki podjetnicam tako prinašajo več kot le nova poznanstva – odpirajo prostor za izmenjavo izkušenj, iskanje poslovnih partnerstev, mentorstvo ter spodbudo in podporo, ki je v podjetniških vodah pogosto ključna. Takšni dogodki omogočajo hitrejše učenje, prepoznavanje

priložnosti in dostop do virov, ki bi jih posameznica sama težko našla.

Poleg tega imajo dogodki mreženja širši pozitiven učinek na podjetniško okolje: spodbujajo sodelovanje namesto konkurence, gradijo zaupanje med deležniki, povezujejo različne panoge in generacije podjetnikov ter ustvarjajo prostor za inovacije. Ko se podjetnice povežejo, pogosto začnejo soustvarjati nove pobude – od skupnih projektov do vplivanja na oblikovanje podpornih politik.

V družbi, kjer podjetništvo potrebuje bolj vključujoče in trajnostno naravnane modele, so mreženski dogodki ključni katalizator za spremembo – ne samo za posameznico, ampak za celotno podjetniško kulturo.

Zakaj je pomembno spodbujati žensko podjetništvo kot posebej izpostavljeno področje? Kateri so specifični izzivi, s katerimi se ženske podjetnice najpogosteje srečujejo – in kako jih lahko sistemsko naslovimo?

Spodbujanje ženskega podjetništva je ključnega pomena za uravnotežen gospodarski razvoj. Ženske so premalo zastopane v podjetništvu, zlasti na vodilnih položajih in v sektorjih z višjo dodano vrednostjo. Soočajo se z izzivi, kot so težji dostop do financiranja, manjša vidnost in usklajevanje podjetništva z družinskimi obveznostmi. Ko ženske podjetnice dobijo podporo, ustvarjajo trajnostne in vključujoče poslovne modele, ki prispevajo k večji inovativnosti in odpornosti gospodarstva. Raziskave kažejo, da podjetja, ki jih vodijo ženske, pogosto bolje izpolnjujejo okoljske in socialne standarde ter več vlagajo v inovacije. Na primer: študija Evropske investicijske banke (EIB) je pokazala, da imajo podjetja, ki jih vodijo ženske, višje ocene na področju okoljskih, socialnih in upravljaljskih meril (ESG) ter več vlagajo v usposabljanje zaposlenih, kar spodbuja inovativnost in trajnostni razvoj. Podpora ženskim podjetnicam ni nišna tema – temveč ključna za oblikovanje uravnoteženega in odpornega podjetniškega ekosistema. Potrebujemo sistemske ukrepe, spremembe v kulturi, vrednotenju in predvsem priznanju sposobnosti, ki jih ženske vsakodnevno vnašajo v podjetništvo.

Eden od možnih odgovorov na te izzive je torej bolj razvito infrastrukturno podporno okolje, ki podjetnicam olajša vsakdan. V tujini se že nekaj časa govori o ženskih podjetniških inkubatorjih, pri nas pa opažamo, da se nekateri tehnološki parki in inkubatorji že razvijajo v to smer – vključujejo vrtce, lekarne in druge storitve, ki so podjetnicam v pomoč. Vendar to še ni sistemska praksa, ampak prej odraz lokalnih potreb in posameznih dobrih zgodb. Zato je pomembno, da spodbujamo oblikovanje podpornih okolij, kjer so na enem mestu zbrane ključne storitve, informacije in dostopi – to podjetnicam ne le olajša delo, temveč jih tudi motivira za vztrajanje in rast.

Kakšen nasvet bi dali ženskam, ki danes razmišljajo o tem, da bi stopile na podjetniško pot, kakšne podpore jim lahko nudi tudi SPIRIT Slovenija?

Ženskam, ki razmišljajo o podjetniški poti, svetujem, naj začnejo z jasno vizijo, vendar naj bodo pripravljene na prilagodljivost, saj je podjetništvo dinamično in nepredvidljivo. Pomembno je, da verjamejo v svoje ideje in se povezujejo z drugimi podjetnicami ter strokovnjaki, saj mreže in podpora igrajo ključno vlogo pri uspehu. Prav tako je nujno, da so pripravljene na nenehno učenje in prilagajanje spremembam na trgu. Povezovanje z drugimi ni le vir znanja, temveč tudi spodbude in samozavesti. Naj se ne bojijo vprašati ali deliti svojih izzivov – pogosto prav prek pogovora pridejo do najboljših rešitev.

SPIRIT Slovenija ponuja širok spekter podpore, od usposabljanj, svetovanj, programov za pridobivanje financiranja, do subvencij in razpisov. Podjetnice lahko izkoristijo pospeševalnike in inkubatorje, ki pomagajo pri hitrejšem zagonu podjetja, ter različne oblike pomoči pri razvoju poslovnih idej in inovacij.

Kakšna je dolgoročna vizija SPIRIT Slovenija na področju podjetništva – tudi v luči digitalizacije, zelenega prehoda in mednarodnega povezovanja?

Dolgoročna vizija SPIRIT Slovenija je podpiranje trajnostnega, inovativnega in konkurenčnega podjetništva, ki bo pripravljeno na globalne izzive, kot so digitalizacija, zeleni prehod in mednarodno povezovanje. SPIRIT Slovenija spodbuja podjetja k izkoriščanju priložnosti digitalizacije in novih tehnologij za večjo učinkovitost in dostop do širših trgov ter prehodu na krožno gospodarstvo. Pomembno se nam zdi tudi, da imajo podjetja boljši dostop do znanja in virov, ne le doma, temveč tudi na tujih trgih. Prav zato dajemo velik poudarek internacionalizaciji, ki podjetjem omogoča dostop do novih trgov, partnerskih omrežij in investicij ter jih naredi bolj odporna in konkurenčna. Verjamemo, da je smer načrtana in da bomo v tej smeri nadaljevali tudi v prihodnje. Seveda pa se sproti prilagajamo novim razmeram v okolju – tako tistim, ki izhajajo iz globalnih trendov, kot tudi strateškim usmeritvam na ravni države in EU.

Koliko lahko globalni izzivi vplivajo na lokalno podjetništvo?

Vpliv globalnih izzivov na lokalno podjetništvo je večji, kot se morda zdi na prvi pogled. Tudi manjša, lokalna podjetja so danes vključena v širše vrednostne verige – bodisi kot dobavitelji, bodisi kot partnerji ali prejemniki storitev. Tudi če nimajo neposrednih povezav s tujimi trgi, jih globalni premiki pogosto dosežejo posredno – preko zahtev po standardih, dovoljenjih, sprememb v zakonodaji, ali celo prek sprememb v obnašanju potrošnikov.

Še pred nekaj leti, ko smo začeli govoriti o digitalizaciji in industriji 4.0, so mnoga mikro in mala podjetja menila, da to zanje "ni pomembno" – da digitalizacija zadeva le velike sisteme. A čas je pokazal, da to preprosto ne drži. Tisti, ki se niso prilagodili, jih je razvoj prehitel. Danes je jasno, da brez digitalnega pristopa in odprtosti za spremembe praktično ne moreš več obstati – ali pa že zaostajaš. Zato je pomembno, da so podjetniki ves čas odprti in pozorni na to, kar se dogaja v njihovem okolju – ne le lokalnem, temveč tudi širšem. Globalni izzivi nas ne obidejo – prej ali slej trčijo ob naše poslovanje. In prej kot se tega zavemo, bolje se lahko nanje pripravimo.

Kaj bi si želeli, da se spremeni v podjetniškem okolju v naslednjih petih letih?

V naslednjih petih letih si želimo, da bi se podjetniško okolje v Sloveniji bolj osredotočilo na spodbujanje konkurenčnosti z večjim dostopom do virov za rast podjetij, lažjim dostopom do financiranja za start-upe in mala podjetja ter učinkovitejšo podporo pri iskanju priložnosti doma in na tujih trgih. Ključno je tudi olajšati dostop do znanja in inovacij ter spodbujati sodelovanje z raziskovalnimi institucijami in uvajanje novih tehnologij, predvsem na področju digitalizacije in zelenega prehoda. Povečanje mednarodnih povezav bo okrepilo konkurenčnost podjetij, hkrati pa moramo zmanjšati administrativne ovire in zagotoviti bolj predvidljivo poslovno okolje. Podjetja – pa tudi tuji partnerji opozarjajo, da zaradi pogostih sprememb zakonodaje težko načrtujejo svojo prihodnost. Stabilno in predvidljivo okolje je ključ za dolgoročno rast.

Želela bi si tudi boljšega prenosa znanja v prakso – predvsem povezovanja podjetij z raziskovalnimi institucijami. V Sloveniji imamo veliko odličnega znanja, a pogosto manjka »most«, po katerem bi to znanje prišlo do podjetij in se preoblikovalo v tržno uporabne rešitve.

Kako lahko okrepimo povezovanje med raziskovalnimi institucijami in podjetji?

Na SPIRIT Slovenija si prizadevamo graditi mostove med raziskovalno sfero in gospodarstvom – predvsem s pomočjo dogodkov, kjer se srečujejo raziskovalci in podjetniki. Tam se predstavijo tako dosežki znanosti kot potrebe gospodarstva. Takšni formati spodbujajo sodelovanje in konkretne povezave, ki lahko vodijo do rešitev za izzive v podjetjih.

Pogosto se namreč zgodi, da podjetje niti ne ve, da določena raziskovalna skupina že ima znanje ali rešitev za njihov konkreten problem. Zato je ključno, da se ustvarjajo prostori za srečevanje in usmerjeno mreženje.

Poleg tega že obstajajo strukture, ki lahko pomagajo – na primer pisarne za prenos znanja na univerzah ali podporne organizacije znotraj inovacijskega ekosistema. Izziv je predvsem v tem, da podjetniki pogosto niti ne

vedo, da te možnosti obstajajo. Zato je informiranje in ozaveščanje enako pomembno kot sama ponudba podpore.

Kaj pa vas osebno najbolj navdihuje pri delu na področju spodbujanja podjetništva?

Osebno me najbolj navdihuje možnost, da pomagamo podjetnikom in podjetnicam uresničiti njihove ideje in jih podpiramo pri premagovanju izzivov, s katerimi se srečujejo na svoji podjetniški poti. Ko spremljamo, kako se razvijajo, rastejo in uspevajo, me to motivira, da z našimi ukrepi še naprej prispevamo k bolj inovativnemu in vključujočemu podjetniškemu okolju.

Še posebej me razveseljuje dejstvo, da se vse več podjetnikov tudi zaradi naše podpore usmerja v trajnostne poslovne modele, ki niso le dobičkonosni, ampak tudi odgovorni do okolja in družbe. To je nekaj, kar meni osebno daje občutek, da delamo nekaj pomembnega in pozitivnega za širšo skupnost.

Vedno znova pa sem navdušena nad močjo podjetniškega povezovanja – kadar vidim, kako podjetniki med seboj sodelujejo, si izmenjujejo izkušnje in podpirajo drug drugega, se zavedam, da je to temelj za ustvarjanje močnejšega in bolj odpornega gospodarstva.



KAKO SE PRIPRAVITI NA VODENO MREŽENJE? PODJETNICE NAJ ZNAJO SVOJ PRODUKT OPISATI V TREH POVEDIH - SKOZI OČI UPORABNIKA

Besedilo: Katja Cimermančič



Mag. Nastja Mulej
foto: studio Železna

Mreženje ni le izmenjava vizitk – je gradnja novih povezav, odnosov in podpornega okolja, ki omogoča rast, učenje in nove priložnosti. Podjetnice, ki svojo mrežo gradijo zavestno, lažje premagujejo izzive, hitreje najdejo rešitve in soustvarjajo uspešne zgodbe. Prav zato je mreženje že od prve izvedbe eden ključnih poudarkov dogodka **500 podjetnic**, na letošnjem jubilejnem dogodku pa mu organizatorke namenjajo še več pozornosti.

Mag. Nastja Mulej, svetovalka, predavateljica in moderatorka, ki posameznike usmerja v hitrejšo in lažje iskanje svežih, uporabnih idej, načrtovanje prihodnosti in učinkovito timsko sodelovanje, daje velik pomen tudi mreženju. Na dogodku **500 podjetnic**, ki bo 23. aprila 2025 na **Gospodarskem razstavišču v Ljubljani**, bo udeleženke vodila skozi strukturirano in usmerjeno mreženje ter povezovanje.

Z njo smo se pogovarjali o moči mreženja, kako se podjetnice lahko najbolj pripravijo na vodeno mreženje na dogodku, njenih izkušnjah s terena in zakaj je ključno, da vsako priložnost za ustvarjanje novih povezav izkoristimo.

Veliko delate s podjetniki in podjetnicami. Kako pomembno je ustvariti krog ljudi, s katerimi rasteš, še posebej na začetku poslovne poti? Kako lahko podjetnice prepoznajo in oblikujejo pravo podporno okolje?

Vse bolj ugotavljam, da je to celo ključno. Kolikor ljudi poznaš, toliko veljaš, se je včasih reklo. In če se spomnim svojih samostojnih začetkov: moji prvi udeleženci usposabljanj so bili nekoč študenti mojega očeta, ddr. Matjaža Muleja – razvojniki v slovenskih podjetjih – ali pa so prišli, ker so zaupali mojemu takratnemu delodajalcu, legendarnemu Draganu Sakanu. Gre namreč za zaupanje.

Mrežo poznanstev, prijateljev, morebitnih partnerjev začnemo graditi pravzaprav že v srednješolskih časih in na raznih izvenšolskih dejavnostih. Kar preseneča me, koliko ljudi pride do mene, ker se me spomni iz kakšne od njih. Še dobro, da sem bila že takrat živahna. Hkrati pa se mi tudi potrjuje pravilo, da ti prijatelji ne pomagajo, znanci pa te priporočajo. Nimam dobre razlage za to, sem pa opazila tudi pri sebi.

Podjetnicam toplo, toplo priporočam, da si vzamejo čas za druženje. Vem, moški gredo po službi na pivo, ženske pa k otrokom. Tudi jaz hodim naokoli veliko več zdaj, ko me otroka ne potrebuje več. Ni mi žal, da prej nisem, vidim pa, da mi je zdaj to koristno. In prijetno.

Ljudje radi delamo z ljudmi. Smo bitja skupnosti, plemenska bitja, skoraj. In zato toliko društev: BNI, SBC, Združenje Manager, Društvo za marketing, Gospodarska zbornica, Društvo facilitatorjev ... so npr. tista, v katerih se jaz udeležujem. Poleg seveda skupin Marte Türk, kamor

rada pridem vsakič, ko sem povabljena.

Ste licencirana trenerka de Bonovih orodij razmišljanja v Sloveniji. Katere ključne koncepte in veščine predajate podjetnicam, da izboljšajo svojo poslovno rast, kreativnost in komunikacijo? Ali obstaja konkretna tehnika, ki jo lahko takoj uporabijo v svojem poslu?

Pred dvema letoma sem postala Master trenerka in sem doslej usposobila 11 trenerjev za poučevanje različnih de Bonovih metod, tako da po 18 letih nisem več edina. De Bonova orodja razmišljanja podajam kot tečaje – lahko bi rekla – za preprogramiranje človeških možganov, načina razmišljanja, komuniciranja, odzivanja.

Z obiski usposabljanj, rednimi treningi, domačimi nalogami (same vaje, nič teorije, nič pametovanja) začnejo udeleženci nadzirati svoje misli (in besede), namesto da bi misli (in s tem čustva, ki nas branijo) vodile nas. Ta način dela nas osvobodi in poveže, razširi obzorja in omogoči več možnosti, fokusira in sčisti pogled, da nam množico rešitev in idej, dvigne spoštovanje do sebe in tima.

Veščine, ki jih dobijo, so: kreativnost in inovativnost, strateško načrtovanje in strateško razmišljanje, generiranje in vrednotenje, implementiranje in prodajanje idej, planiranje in odločanje, pozitivna naravnost in poenostavljanje – kar jim bo prav prišlo poslovno. Med osebne veščine pa bi dala predvsem: več fokusiranosti, več strpnosti, več razumevanja drugih, več širine in več miru.

Hm ... konkretna tehnika? Težko, ker jih je res veliko, odvisno od tega, kakšen rezultat potrebujete. Morda je najbolj osnovno to troje: najprej omogočimo ljudem, da podelijo čustva, preden delimo dejstva (najprej rdeči, potem beli klobuk), kajti dokler so čustva vroča, ne morejo razmišljati analitično.

Najprej poiščimo prednosti in koristi, šele potem raziščimo slabosti in ovire (najprej rumeni, potem črni klobuk). Ni vseeno, kakšen je vrstni red misli, ki prihajajo v našo glavo. Potrudimo se najprej najti pluse, kajti minuse bomo zlahka našli. Če pa ne najdemo dovolj plusov, lahko opustimo razmišljanje o zadevi.

Ter: ne dolgovezimo z negativizmom, kaj se ne da in zakaj, ampak vsakemu problemu poiščimo rešitve (najprej črni, potem zeleni klobuk). »Kjer je problem, je rešitev,« so govorili že v otroški risanki, in kritično razmišljanje pride prav le kot odskočna deska do predlogov, kako naprej v neki neljubi situaciji.

Prav tako je koristno, da gremo vedno najprej v širino (divergenco), šele potem zožimo na (tisto, kar se nam zdi) bistvo (konvergenca) – na vseh fazah kreativnega procesa, od raziskovanja področja do načrtovanja akcijskih korakov.

Vse navedeno pa delamo z vsaj tremi in največ petimi ljudmi – da nismo edini in s tem odvisni samo od svojih zaznav. In delamo tako, da najprej vsak zase tri minute v tišini piše vsaj sedem možnosti, šele potem delimo. In ko delimo, to delamo po principu, da se ne ponavljamo, ampak samo dodajamo, kar še ni bilo povedano. Z željo, da pridemo do velikega števila različnih možnosti in uvidov. Bomo že potem izbrali med njimi tiste, ki najbolj ustrezajo timu, cilju in vhodnim podatkom.

Imate bogate izkušnje in izjemno uspešno kariero. Kaj bi svetovali podjetnicam, ki so na začetku svoje poti ali pa že nekaj let delujejo, vendar ne dosežejo zelenega preboja? katerim napakam naj se izognejo in katera ključna stvar lahko naredi razliko?

Jaz sem trenerka razmišljanja. Zame trga ni bilo, ker ljudje razmišljanje povezujejo z inteligentnostjo – in eni mislijo, da so itak dovolj pametni, torej tega ne potrebujejo. Drugi pa dvomijo vase in v svojo inteligentnost ter raje ne pridejo, da se ne bi ostalim zdeli neumni. Dolgo časa sem potrebovala, da sem si ustvarila trg.

Saj, lahko bi šla po bližnjicah – ponujala kratke tečaje komuniciranja, se prilepila na trende NLP-ja in coachinga ali kaj podobnega ... a jaz imam v rokah orodje, ki je stokrat bolj učinkovito od tega. In če tega nihče ne ve in ne razume, mu moram to pač predstaviti. Zato mi nikoli ni bilo težko priti tudi brezplačno, napisati neskončno člankov, sodelovati na vseh možnih konferencah, se učiti iz lastnih napak in nesreč, ne čakati na podjetja, ampak ponujati delavnice tudi posameznikom, ki bodo potem širili dobro besedo dalje.

Hočem reči: v svoj produkt moraš neomajno verjeti. Da deluje. Da pomaga ljudem. Da izboljšuje svet. In potem vztrajati. Ego dati na stran in ga predstavljati vsem, ki jih vsaj malo zanima – na način, ki ga ti ljudje razumejo. Ne na en in edini – tebi lasten način, ampak na njihov način. Ostani skromna (humble), vztrajna, potrpežljiva, učljiva, pozitivna, hvaležna.

Kolikokrat ste že bili del dogodka 500 podjetnic in v čem vidite njegov ključni pomen za žensko podjetniško skupnost ter širše?

Kar nekajkrat. Ker je fajn. In zakaj je tako pomemben? Ker se ljudje dobro počutimo v družbi somišljenikov. Drugih ljudi, ki imajo podobne poti. Da ugotoviš, da nisi sam s svojimi dvomi in strahovi. Da nisi sam s svojimi cilji in željami. Da lahko koga pocukaš za rokav in ga vprašaš: kako ti je uspelo? In tudi: zakaj ti ni uspelo?

Ker se od ljudi lahko učimo enako dobro kot iz knjig. Potrebujemo oboje: teorijo in prakso. A to prakso najhitreje pobereš v tem dnevu podjetnic.

Na letošnjem jubilejnem 10. dogodku boste vodili strateško mreženje podjetnic. Kateri so trije najpomembnejši nasveti za učinkovito mreženje? Kako se razlikuje spontano mreženje od usmerjenega in strateškega?

Spontano mreženje skoraj ne obstaja. Ker se velika večina od nas ne bo prisedla k neznanki in začela z njo kar pogovarjati, ampak bo šla k osebi, ki jo pozna od prej vsaj na videz in klepetala z njo. Torej ne boste spoznali nikogar novega!

Mi pa delamo tako, da jih posedemo med seboj in jim damo vprašanja, ki sprožijo pogovor. Vprašanja niso splošna, ampak koncizna. Možgani začnejo delati, besede omogočijo povezovanja, vizitke krožijo.

Torej je prvi nasvet: dovoli si, da te na začetku malo vodimo, zaupaj procesu. Drugi nasvet: glej človeka v oči in poslušaj, kaj govori. Odzovi se na to in ne preidi takoj nase. Sebe že poznaš, sogovornice ne. Tretji nasvet: poveži se s to osebo tudi prek spletnih omrežij in se ji oglasi kakšen dan kasneje. Povabi jo na kakšen svoj dogodek. Pokaži ji, kje bi lahko videla neko dodano vrednost v sodelovanju s tabo.

Kako naj se podjetnice pripravijo, da bo njihovo mreženje na dogodku obrodilo sadove? Obstaja kakšna »domača naloga«, ki jo lahko opravijo vnaprej, da bo njihov nastop bolj prepričljiv in ciljno usmerjen?

Poleg nujne osebne higiene ter zadostne sproščenosti je predvsem koristno, da znajo svoj produkt opisati v treh povedih – še bolje pa v treh besedah – skozi zorni kot uporabnika. Torej, kakšne koristi ima lahko njihova potencialna stranka od njih.

Če vprašate mene: jaz ti dam fokus, strukturo, ideje. Rezultat izboljšanega razmišljanja je bolj učinkovito delo in bolj kakovostno življenje z manj konflikti in več prostega časa. Pot do tega pa poteka skozi zabavna, sproščena usposabljanja z enako motiviranimi ljudmi.

Kaj lahko podjetnice pričakujejo od vašega vodenega mreženja na dogodku? Kako bo potekal celoten proces?

Tega pa seveda ne povem. Zagotovo pa bo več smeha kot nerodnosti.

Na dogodku bodo podjetnice imele priložnost predstaviti svoje podjetniške ideje na razpisu INA3. Kot strokovnjakinja za inoviranje in trenerka dejavnikov inoviranja – katere ključne vidike inovacij poudarjate pri svojem poučevanju? Kaj bi svetovali podjetnicam pri razvoju novih produktov, storitev ali poslovnih konceptov, da bodo njihove ideje resnično ustvarjale vrednost?

Ena od metod, ki jo učim, je Thinking by Design – Razmišljanje po načrtu: dizajnersko razmišljanje po de Bonu, ki za razliko od klasičnega dizajnerskega razmišljanja daje veliko več poudarka ne samo natančni raziskavi potencialne ciljne stranke – persone, ampak tudi vsem vhodnim podatkom – področju in fokusu, s katerim se ukvarjamo.

Če ne veš točno, katero bolečino ljudem rešuješ, kaj jo povzroča in kje jo najdeš, ne boš mogel "zdraviti te bolečine" s svojim produktom. Torej moraš res dobro poznati področje in uporabnika (ter morda plačnika, če ni ista oseba), potem pa moraš – idealno skupaj z njim – generirati veliko število možnosti, preden se odločiš za eno. Le tako boš lahko izbral, katera bi bila najprimernejša za tvoje cilje.

Vemo pa, seveda, nikoli ne – svet je postal popolnoma nepredvidljiv, in kar je veljalo prejšnjo sezono, letos ne velja več. Zaradi tega je enako nujno, da poleg skrbi za razgibanost telesa skrbiš tudi za razgibanost uma in tedensko hodiš na usposabljanja za razmišljanje. Da boš znala reagirati hitro in brez panike, ko bo to potrebno.

Komu bi še posebej priporočili udeležbo na dogodku 500 podjetnic? In predvsem – zakaj naj se podjetnice udeležijo tudi vodenega mreženja?

To je kot pri obisku zdravnika – če mu verjameš, da ti bo pomagal, je stopnja ozdravitve veliko večja.

In zato obisk dogodka 500 podjetnic priporočam predvsem tistim, ki verjamejo, da jim bo prišel prav. Ker bodo le tako dovolj odprte in dovzetne za predavanja in druge udeležence, da bodo semena konference padla na plodna tla.

In ko si enkrat že na konferenci, se seveda prepustiš neznanemu – tudi vodenemu mreženju. Ker se vedno splača poskusiti neznano. Ker imajo podjetnice tveganje ne samo v skrbi, ampak tudi v srcu. Če nimaš poguma, v ta poklic ne greš.



KOORDINIRANO MREŽENJE

prostor za zapiske, misli, zamisli in komentarje

[illegible]

IDEJE, INVENCIJE, INOVACIJE - RAZPIS INA3

V začetku aprila je tričlanska komisija v sestavi prof. Blaž Zupan, predavatelj na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, Urša Žorž, podjetnica in mentorica, Andrej Šolinc, direktor CEED Ljubljana in mentor med 42 prijavljenimi idejami na razpis INA3 izbrala deset finalistk, ki se bodo potegovala za finančno nagrado organizatorja 500 podjetnic d.o.o. Na razpis je v dveh mesecih prispelo kar 42 prijav. Organizator 500 podjetnic je za vse udeleženske pripravil enodnevno brezplačno delavnico o tem, kako pripraviti kratek in učinkovit nastop, in kaj je pomembno, če se predstavljamo možnim financirjem. Delavnico sta vodili Urša Žorž in Marta Turk.

Vse finalistke se bodo občinstvu predstavile s kratkimi 3-minutnimi pitchi. Udeleženske bodo o predstavljenih idejah glasovale in tako izbrale najboljšo po mnenju občinstva. Glasovanje bo potekalo preko sistema mentimeter.

Finalistke se bodo predstavile na odru na podlagi žreba s kratkimi 3-minutnimi predstavami (pitchi). Vse udeleženske prireditve v dvorani bodo ocenjevale prek aplikacije mentimeter.

Podeljene bodo tri denarne nagrade (1. nagrada 1000 EUR, 2. nagrada 800 EUR in tretja nagrada 500 EUR). Vseh deset finalistk pa bo prejelo tudi praktične nagrade sponzorjev prireditve.

Za svojo izbranko boste glasovale z mentimetrom, v pomoč pa je pod vsako finalistko nekaj vrstic za vaše opombe.



**katera je
NAJBOLJŠA?**

**oceni
IDEJO 
na naslednji
STRANI**

10 LET
500 PODJETNIC
500 BUSINESS WOMEN

500 PODJETNIC | 15

avtorica	naziv ideje	kraj	moji komentarji // ocena
Sandra Arsić	DribbleKid	Trbovlje	
Dušica Đurić	Antistres ekoterapija	Maribor	
Karin Gerečnik	Pathless Campers	Postojna	
Marjana Hafner	Kreativna igra za podjetnike	Šk. Loka	
Katja Kurnik	Agencija za iskanje zunanjih sodelavcev	Šenčur	
Saša Lavrič	NewPULSE, medicinska naprava	Celje	
Špela Lukas	Otroška spominska knjiga MALI UMETNIK-ICA	Maribor	
Nina Pečlin	MikeaPets	Cerkno	
Darja Pretnar	RAZPOROKA (RELEASE CEREMONY)	Bled	
Lidija Šebrek	Male zgodbe okusov (Lutkovno-kulinarični prehranski program)	Cerklje na Gorenjskem	

GLAS IN SRCE ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Besedilo: Mateja A. Kegel

Fotografija: Arhiv Marte Turk, studio Železna

Marta Turk je ena najbolj prepoznavnih osebnosti na področju ženskega podjetništva v Sloveniji. Podjetnica, mentorica, povezovalka, tri mandate na čelu GZS Zbornice osrednjeslovenske regije, ustanoviteljica Zavoda za razvoj družinskega in ženskega podjetništva META. Svoje življenje je posvetila spodbujanju podjetništva, še posebej med ženskami. V iskrenem pogovoru je z nami delila svojo osebno zgodbo, vpogled v izzive, s katerimi se srečujejo podjetnice ter vizijo bolj vključujoče, povezane in pravične podjetniške skupnosti. Z značilno odločnostjo in toplino razmišlja tudi o prihodnosti – tako svoji kot širše – in poziva k pogumu, sodelovanju in samozavesti. Naj bo ta pogovor spodbuda, da podjetništvo – še posebej žensko podjetništvo – ki ga ne vidimo kot izjemo, temveč kot enakovreden, dragocen del družbenega in gospodarskega razvoja. Kot pravi, je vsaka podjetnica zgodba o pogumu, vztrajnosti in veri v boljši jutri.

Od kod podjetnici vašega kova toliko energije in idej in zakaj prav žensko podjetništvo?

Kar se energije tiče – verjamem, da se nekateri ljudje preprosto rodimo z dodatno mero življenjske energije. Meni je ta dar naravno dan, saj me že vse življenje ljudje sprašujejo, od kod imam toliko moči in zagona. Pogosto slišim: »Tega, kar ti narediš, jaz ne bi zmogel.« A zame je to preprosto nekaj samoumevnega – nekaj, kar me žene od znotraj. Najbrž ima kaj opraviti tudi z geni.

Zakaj sem se posvetila prav ženskemu podjetništvu? Že od otroških let sem verjela, da preprosto zmorem. Deloma zato, ker sem otrok ločenih staršev, moje otroštvo in mladost pa sta bila precej težavna in včasih osamljena. Ta občutek samote me je vodil do samozaupanja in notranjega prepričanja, da bom najbolje znala reševati svoje težave sama.

Kasneje me je ta miselnost vodila tudi k razmišljanju o drugih, o tem, da jim lahko pomagam. Ugotovila sem, kako žalostno je, da imamo v družbi pojave nasilja v družini – ne le fizičnega, temveč tudi psihičnega,

da ženske in otroci živijo v pomanjkanju, in ne znajo najti izhoda. Razmišljala sem, kako bi se ženske lahko osvobodile takšnih okoliščin, in prišla do zaključka, da je ključna prav finančna neodvisnost. Ko ima ženska znanje, svoj poklic, službo, delo in zaslužek, si lahko privošči, da zapusti toksično okolje.

Ravno pomanjkanje finančne samostojnosti je pogosto razlog, da ženske ostajajo v škodljivih odnosih – ker nimajo dovolj znanja, izobrazbe, samozavesti ali možnosti za nov začetek. In zato me tudi danes vodi želja, da pomagam ženskam stopiti na svojo pot – da postanejo samostojne, enakovredne, samozavestne. Vse drugo bo prišlo samo.

Že kot otrok sem si želela
biti neodvisna in sem zgodaj
začela iskati načine, kako bi
kaj zaslužila, saj smo bili kar
siromašni.

Že kot otrok sem si želela biti neodvisna in sem zgodaj začela iskati načine, kako bi kaj zaslužila, saj smo bili kar siromašni. Spomnim se, da je v petem razredu osnovne šole v razred prišel profesor iz glasbene šole – igrala sem klavir – in se s tovarišico pogovarjal o nekom, ki bi lahko pisal plakate za glasbene dogodke. Predlagala me je in tako sem začela pisati plakate za koncerte Glasbene mladine po Sloveniji. Profesor mi je kar v razred prinesel rolo plakatov in seznam imen, ki sem jih dopisala. Tako sem že kot otrok nekaj zaslužila in v tem ne vidim nič napačnega.

Kasneje sem celo pisala kuharske recepte za Nedeljski dnevnik – karkoli sem si doma izmislila, sem zapisala kot recept in poslala. Ko sem dobila prvi honorar, sem bila vzhicena. To mi je dalo občutek, da nekaj zmorem – da lahko zaslužim sama, da sem neodvisna. Tudi v srednji šoli sem iskala priložnosti za delo. Spomnim se, da sem vodila glasbeno radijsko oddajo za mlade na radiu Koper – bila je zelo priljubljena, enkrat tedensko – in tam sem se naučila tudi tipkati na pisalni stroj, saj sem morala scenarije oddaj napisati sama.

Vse te izkušnje so me oblikovale. A tisto, kar me vodi vse življenje, je star srbski pregovor: »Uzdaj se use i u svoje kljuse.« Kar pomeni – zaupam sebi in svojim sposobnostim. Marsikdo tega pregovora ne razume, a jaz sem ga vedno živela. Zanašam se nase, na svoje znanje in zmožnosti, če nisem znala, sem se pa naučila. Kadarkoli sem se znašla pred težavo ali oviro, sem šla skozi njo s prepričanjem, da zmorem. In to – bi lahko rekla – je značilnost mojega značaja.

Ste uveljavljena podjetnica z bogatimi poslovnimi izkušnjami. Kakšna je bila vaša prva prava podjetniška izkušnja, če ne štejemo šolskih začetkov? Kaj vas je pri tem oblikovalo?

Ko sem se odločila za samostojno podjetniško pot in ustanovila svoje podjetje, je bil povod za to pravzaprav osebna težava. Takrat sem delala pri časopisu Delo, kjer smo imeli popoldanske izmene ter delo tudi ob sobotah in nedeljah. A moji otroci so bili še majhni in so potrebovali varstvo – tega pa popoldne preprosto ni bilo.

Obrnila sem se na sindikat in predlagala vodstvu, da bi se Delo dogovorilo z bližnjim vrtcem, da bi bil ta odprt tudi v popoldanskem času. Odgovor, ki sem ga prejela od takratnega šefa, me je šokiral. Dejal je: »Ko smo vas zaposlili, nismo podpisali pogodbe, da boste imeli še enega otroka.« V tistem trenutku sem bila mama treh otrok – in ta izjava me je globoko razjezila. Bila je negativna motivacija, a me je spodbudila, da sem rekla: »Bom pa šla na svoje.«

»Ko smo vas zaposlili, nismo podpisali pogodbe, da boste imeli še enega otroka.«

Že takrat sem veliko delala honorarno – pisala članke, sodelovala pri projektih – in imela nekaj samozavesti ter izkušenj. Najstarejši sin je ravno vstopil v prvi razred osnovne šole, mlajši pa sta bili še čisto majhni. Težko bi rekla, da je obstajala neka "prva" podjetniška izkušnja, saj sem vse življenje opravljala dodatna dela. Ključno vprašanje zame je bilo, ali si upam – ali bom dovolj zaslužila za preživetje in morebiti še več, hkrati pa ustvarila primerno okolje za svoje otroke. Mož me je takrat opogumil s samo enim stavkom: saj bo šlo!

Ker nisem imela začetnega kapitala, sem svoje podjetniške začetke usmerila v storitvene dejavnosti, kjer so bili stroški nižji. Vendar ni bilo vse tako enostavno – že v času nekdanje Jugoslavije sem se lotila namiznega založništva. To je zahtevalo nakup računalnika in druge opreme, kar takrat ni bilo preprosto. Nekatere naprave, kot je bil laserski tiskalnik, so bile celo na seznamu prepovedanega uvoza. Tega smo prijavili kot fotokopirni stroj, da smo ga sploh lahko pripeljali v državo. Tiskalnik je stal kar 12.000 nemških mark – za tisti čas izjemno velik znesek.

Iz osnovne dejavnosti – priprave za tisk in grafičnega oblikovanja – se je nato razvila še tiskarska dejavnost, pozneje pa tudi založništvo. V podjetju se mi je pridružil tudi mož, sicer gradbeni inženir, saj je videl, koliko truda vlagam v delo. Čez dan sem bila mama, ker vrtec takrat sploh ni bil dostopen, zvečer pa sem delala. Učila sem se

uporabe programov za namizno založništvo – spomnim se, da sem delala v Venturi. Nešteto krat se je program »podrl« in nisem vedela, kako naprej. Takrat je zadelo z računalnikom veljalo pravilo: »Ko ne gre, vzemi navodila, ali pa večje kladiv. Vzela sem precej obsežen angleški priročnik programa in ga prebrala od začetka do konca. Tako sem se sproti naučila tudi grafičnih in tehničnih pravil, poleg tega pa še prvo pravilo – redno pritiskaj tipki »Ctrl + S«, in shranjуй narejeno.

V okviru založništva smo izdali več knjig, nekatere sem tudi sama napisala, nekatera dela drugih avtorjev smo založili. Posebej mi ostajajo v spominu »Naši dečki z ulice« in »Deklica z vžigalicami« avtorice Vlaste Nussdorfer, ki temelji na resničnih zgodbah otrok iz njenih primerov kot tožilke. Te zgodbe razkrivajo, kako veliko še moramo narediti kot družba, da bi se razmere izboljšale.

Čeprav nisem nikoli delovala v proizvodnji, sem že kot mlado dekle opravljala različna dela – bila sem skladišču trgovine Slamič, pomagala v kuhinji neke gostilne, na bencinskem servisu sem točila gorivo in čistila stekla. Vse te izkušnje so me bogatile in mi dale širino. Naučila sem se znati v različnih okoljih, kar mi je kasneje izjemno koristilo.

Ko so računalniki postajali vsakdanjik, sem pridobljeno znanje lahko dobro unovčila tudi v službi – takrat sem bila zaposlena v Iskri Mikroelektroniki. Kasneje sem za leto dni odšla delat v Irak, kjer sem bila zaposlena pri podjetju SCT. Ta izkušnja mi je odprla pogled v svet – tudi v svet vojne, saj je bil Irak v tistem času v vojni. Ko sem se vrnila domov, so se mi številni problemi, s katerimi so se ljudje tukaj ukvarjali, zdeli povsem banalni. Tam so pred tvjimi očmi umirali otroci – takrat dojameš, kaj so resnične stiske in kako dragocen je mir.

Vse to – od otroških izkušenj do podjetništva, tujine in vsakdanjih izzivov – me je oblikovalo v to, kar sem danes. In vse to me žene naprej.

Ste ustanoviteljica Zavoda za razvoj družinskega in ženskega podjetništva **Meta**. Kakšno je poslanstvo zavoda?

Zavod Meta je naravno zrasel iz moje podjetniške dejavnosti. Že prej sem pogosto vlagala svoj čas in sredstva iz družinskega podjetja v razvoj ženskega podjetništva. S prijateljicami, s katerimi smo v podobnem obdobju ustanovile svoja podjetja, smo sprva oblikovale neformalni podjetniški klub. Iz tega je nastalo gospodarsko interesno združenje »Podjetnost«, ki je povezovalo podjetnice, imele smo veliko idej, kako denimo spodbuditi več zaposlovanja v malih podjetjih, ali pa zmanjšati brezposelnost zaradi zapiranja velikih podjetij in tako smo kandidirale na razpise in tudi uspele.

Kmalu se je pokazalo, da interes članov v združenju ni nujno povezan z izvajanjem projektov. Preprosto zmanjka

energije, časa in denarja. Zato smo ustanovile Zavod Meta – polno ime je Zavod za razvoj družinskega in ženskega podjetništva M.E.T.A, kjer »M.E.T.A« pomeni Mreža Elektronskih Tehnologij in znanja – to je pravzaprav kratica.

Zavod je skozi leta realiziral več pomembnih projektov. Eden izmed prvih je bil eksperimentalni projekt TRIS, ki ga je podprlo Ministrstvo za delo in Zavod za zaposlovanje.



V okviru tega projekta smo v treh letih usposobili kar **980 ljudi, ki so izgubili službo v velikih sistemih**. Vključili smo jih v praktično izobraževanje pri manjših podjetjih, kjer so lahko ponovno našli svojo zaposlitev.

Na začetku je bilo veliko nezaupanja – ljudje iz velikih sistemov niso želeli delati v majhnih podjetjih. Spisala sem obširno razmišljanje in ga poslala na ministrstvo, kjer so me po določenem času povabili k sodelovanju pri razvoju tega projekta, saj je bila brezposelnost takrat skoraj 19-odstotna, brezposelnih pa je bilo več kot 138.000 ljudi.

Na krilih uspeha tega projekta smo zasnovali še številne druge. Pod sloganom Podjetnost je ženskega spola smo 1991 organizirale prvi razpis za Podjetnico leta.

Zavod Meta je sodeloval tudi v evropskih projektih, večinoma res na temo ženske ekonomske samostojnosti in ženskega podjetništva. **Leta 2015 je bila situacija še posebej zaskrbljujoča – veliko število mladih, visoko izobraženih žensk ni dobilo zaposlitve.** Njihovo znanje je v tem času zastarevalo, izkušenj niso imele, in ko so vendarle dobile zaposlitev, ni bila nujno v njihovem poklicu. V tem času sem vodila projekt Network MEMA, ki ga je financiral Norveški finančni mehanizem. V okviru projekta smo izvedli prvo poglobljeno analizo ekonomskega položaja žensk po slovenskih občinah. Podatki zavoda za zaposlovanje so takrat pokazali, da je dolgotrajno brezposelna oseba mlada ženska z visoko izobrazbo, ki ne more najti niti prve zaposlitve. Šlo je za večplastni problem.

Na podlagi teh spoznanj sem lobirala pri Ministrstvu za delo in agenciji Spirit, da se pripravi bolj kakovosten in dolgoročen program izobraževanja za bodoče podjetnice. Tečajji podjetništva so bili hitri in kratki, saj je

samozaposlovanje pomenilo zmanjšanje brezposelnosti, zato je vsak ustanovitelj dobil tudi finančno podporo (5.000 evrov) A v treh dneh se podjetništva ne naučiš.

Registracija podjetja danes ni več izziv – to lahko opraviš na spot točki ali celo od doma. Težava je v razumevanju trga, v oblikovanju ponudbe, v poznavanju zakonitosti poslovanja. Podjetnost je ženskega spola je bil 100-urni program agencije Spirit, ki je trajal tri leta in v tem času zajel 1.500 brezposelnih žensk. Izvajali smo ga pri Zavodu Meta skupaj z mrežo mentoric. Kar 85 % udeleženk je ustanovilo podjetje – številne med njimi še danes uspešno poslujejo. Iz tega programa je kasneje zrasel tudi program ABC podjetništva pri agenciji SPIRIT. Sčasoma se je med podjetnicami razvila – prava Skupnost slovenskih podjetnic.



Zavod Meta je torej več kot le organizacija – postal je platforma za razvoj, podporo, znanje, povezovanje in zaupanje. In to je bistvo vsega podjetništva, še posebej ženskega.

Projekt »500 podjetnic« je eden najbolj odmevnih dogodkov, ki povezuje podjetnice iz Slovenije in tujine. Letos, 23. aprila, bo že desetič. Kaj bo rdeča nit letošnjega dogodka?

Dogodek »500 podjetnic« se je rodil iz pobude treh mladih podjetnic – Urše, Zori in Petre – ki so želele ustvariti prostor povezovanja in izmenjave izkušenj. Takrat sem vodila ljubljansko gospodarsko zbornico in so me prosile za podporo pri organizaciji. Ker sem se že dolgo trudila s povezovanjem podjetnic – kar ni bila lahka naloga – me je njihov entuziazem prepričal. Dogodek sem podpirala in spremljala že od začetka, čeprav še nisem bila uradno vključena.

V tistem obdobju so številne ženske ustanovljale samostojna podjetja, hkrati pa so se spopadale z veliko pomanjkanjem informacij in podpore. Ugotovili smo, da se največ naučiš iz prakse – iz pogovorov z drugimi podjetnicami, iz primerov, kako so se spopadle z izzivi, ki te mogoče še čakajo. Takšna izmenjava znanj in izkušenj se ne zgodi v knjigah, temveč v živo, v osebni stiku.

Dogodek vsako leto izbere drugo osrednjo tematiko, ki odraža aktualne izzive in nagovarja tudi podjetnice na začetku poti – tiste, ki morda še nimajo samozavesti, da bi se jasno in ponosno predstavile kot podjetnice. Ena izmed ključnih misli dogodka je: bodi ponosna, da si podjetnica. Ustvarila si delo, s katerim se preživljaš – morda tudi zaposluješ druge. Privošči si obleko, konferenco ali znanje, ki si si ga prej kot zaposlena morda nisi mogla. In to ne kot nekaj izjemnega, temveč kot svojo pravico. **Letošnji slogan: Ideje navdihujejo * Povezovanje bogati * Mir združuje nosi v sebi vseobsegajoče sporočilo, ki velja za ves svet.**

V digitalnem svetu pogosto pozabljamo, da se zaupanje in energija prenašata le v osebnem stiku. Pogled v oči, stisk roke, pogovor – to so temelji dolgoročnega sodelovanja.

Uvedli smo tudi razpis INA3, ki spodbuja samozavest inovativnost. Pri tem pa pogosto opažam, da podjetnice podcenjujejo lastno delo – ne zaračunajo si časa, ne vključijo vseh stroškov v ceno izdelka, in pogosto rečejo: »Saj svojega dela ne bom zaračunala.« To je velika napaka. Vsako delo ima vrednost. Tudi če si doktorica znanosti in delaš ročno izdelan nakit, je prav, da si za svoje delo postaviš pošteno urno postavko – ne nujno znanstveno, a vsaj primerljivo s povprečno plačo.

Velikokrat tudi ne vključijo stroškov dopusta ali regresa, ker menijo, da jim tega ni treba vračunavati – a če želiš dolgoročno preživeti kot podjetnica, moraš svoj čas in delo ovrednotiti. Dokler imaš partnerja, ki ti morda pokrije razliko, gre. A če ostaneš sama, postane ta »nevidni minus« ključna ovira za preživetje.

Dogodek »500 podjetnic« pa ni zgolj učenje – je tudi prostor povezovanja. V digitalnem svetu pogosto pozabljamo, da se zaupanje in energija prenašata le v osebnem stiku. Pogled v oči, stisk roke, pogovor – to so temelji dolgoročnega sodelovanja. Zato vedno poudarjam, kako pomembno je, da se podjetnice udeležujejo dogodkov v živo – vsaj enkrat ali dvakrat na leto. To je naložba v odnose, ki dolgoročno prinesejo tudi poslovne priložnosti.

Kupci pa so različnih vrst: eni vedno iščejo najnižjo ceno, drugi pa zaupanje in kakovost. Če zgradiš dober odnos, se bo stranka vračala – ne zato, ker si najcenejša, temveč ker zaupa tvojemu znanju in pristopu. In prav to je bistvo – lojalnost in odnosi so vrednota, ki ustvarja stabilno

podjetje.

Skratka, »500 podjetnic« je mnogo več kot dogodek. Je skupnost, prostor rasti, samozavesti in povezovanja. In prav to je tisto, kar podjetnice danes najbolj potrebujejo.

Velik poudarek dajete tudi inovacijam v podjetništvu. Kako uspešni smo na tem področju?

Pri inovacijah pogosto opažam, da ženskam v povprečju manjka poguma za razmišljanje zunaj ustaljenih okvirjev. Zato je spodbujanje inovativnosti še posebej pomembno – pogosto ne gre za to, da bi nekdo izumil nekaj povsem novega, ampak da za določeno osebo ali okolje neka znana rešitev predstavlja pravo novost. In to je tudi vrednost.

Spodbujati moramo razmišljanje. Pred kratkim me je poklicala gospa, ki se je prijavila na naš razpis, in rekla, da so jo vprašanja v prijavnici spodbudila k razmišljanju, ki ga prej ni imela. Ko je začela razmišljati, zakaj je njena ideja pomembna, komu pomaga, kaj rešuje, je ugotovila, da o tem ni še nikoli zares razmišljala. In to so tista temeljna vprašanja, ki jih mora zastaviti vsak, ki želi v podjetništvo – razen če je rojen podjetnik, ki intuitivno prepozna probleme in priložnosti.

Kdo je torej podjetnik oziroma podjetnica? To je oseba, ki vidi izzive in probleme v okolju in si zna zamisliti rešitve. Od tu dalje pa je potrebna sistematična obdelava ideje – raziskava, preverjanje, razvoj. Ne gre le za občutek, da je nekaj inovativno – treba je razumeti trg in ugotoviti, ali za tvojo rešitev obstaja realna potreba.

Res je, da je v vsaki družbi le majhen odstotek ljudi zares podjetnih – pravijo, da ne več kot tri odstotke. A veliko znanj in spretnosti si lahko človek priuči z izobaževanjem in usposabljanjem med delom. Tudi zato države in Evropska unija spodbujajo podjetništvo – predvsem kot odgovor na problem brezposelnosti.

Pomembno je razumeti, da ne more biti vsak inovator s svetovno invencijo. Ni treba, da je vsaka ideja revolucionarna – pomembno je, da zapolni praznino, ki na trgu obstaja. Tudi prilagoditev obstoječe ideje lokalnim razmeram je lahko inovacija.

Zato je raziskava trga pred vstopom v podjetništvo ključna. Majhen podjetnik običajno ne bo takoj globalen – deloval bo najprej v svojem kraju, na svoji ulici. Šele ko tam uspe, lahko sanja o večjem obsegu.

Raziskava pa ne pomeni gore papirjev. Včasih zadošča, da povprašaš 30–50 ljudi v okolici, kaj si mislijo o tvoji ideji, izdelku ali storitvi. A pozor – to ne smejo biti tvoji bližnji, saj ti ne bodo dali iskrenega odgovora. Ljudje ti bodo povedali, ali že poznajo podobno ponudbo, kaj jim je pri njej všeč in kaj ne – in iz tega lahko pridobiš izjemno dragocen vpogled.

Takšne pogovore je treba voditi v živo – osebni stik, neposreden odziv in izmenjava mnenj so neprecenljivi. Le tako lahko preveriš, ali tvoja ideja res naslavlja pravo potrebo.

Katere ključne razlike v načinu vodenja opazate med moškimi in ženskimi podjetniki?

Ko govorimo o razlikah, sama ne gledam na žensko podjetništvo z vidika, kdo je boljši – moški ali ženske. Raje poudarjam, zakaj je pomembno podpirati podjetništvo žensk kot celoten družbeni koncept. Gre za dobro družbe kot celote, ne le posameznic.

Slovenija se denimo sooča z izrazitim demografskim izzivom. Že zdaj imamo razmerje med številom upokojencev in delovno aktivnim prebivalstvom porušeno, v prihodnjih letih pa bo to še izraziteje. Če pogledamo to še po spolu, je jasno, da bomo še bolj potrebovali delovno aktivne, samostojne in podjetne ženske.

Zato je ključno, da jim omogočimo pogoje, da se lahko podajo na podjetniško pot in hkrati ostanejo matere. To ne pomeni, da jim damo enkratno pomoč v višini 5000 evrov in rečemo »ustvari podjetje«. Potrebujemo sistemske ukrepe, ki jim v njihovem najbolj aktivnem obdobju življenja omogočajo tudi ustrezno varstvo otrok, fleksibilnost, podporo in razumne pogoje za razvoj dejavnosti.

V tujini že obstajajo dobri primeri: v Belgiji sem denimo spoznala projekt, kjer je država sofinancirala nadomestno menedžerko, ki je v času porodniškega dopusta podjetnice vodila njeno podjetje. Takšni ukrepi so dokaz, da se da – če je politična volja in zavedanje pomena.

V Sloveniji pa še vedno velik del ukrepov za spodbujanje ženskega podjetništva temelji na pomoči pred ustanovitvijo podjetja: nekaj dni izobraževanja, poslovni načrt, finančna spodbuda, nato pa so prepuščene same sebi. To ni podjetništvo, ampak bolj socialni korektiv.

Nedavno sem analizirala primer programa ABC podjetništva. Od 93 žensk, ki so v njem sodelovale, se jih je na dogodek »500 podjetnic« prijavilo samo 10, kljub polovični ceni. Mnoge so bile v programu zgolj zaradi denarne spodbude in reševanja trenutne situacije, ne iz podjetniške ambicije. A podjetništvo ni in ne sme biti zgolj socialna kategorija.

Podjetništvo pomeni, da ženska razvije podjetniški duh, pogum, sposobnost prevzemanja odgovornosti in pripravljenost na tveganje. Da zna prepoznati priložnost in za njeno uresničitev vložiti VEČ. Več časa, več dela, več angažiranj, več učenja, več sebe.

Zato bi morali podpirati razvoj podjetniških skupin, v katerih se ženske povežejo v stabilne, povezane ekipe s skupnimi cilji, ki svojim članicam nudijo podporo. Skupine,

kjer si tri enakovredno delijo lastništvo, odgovornosti in dnevno upravljanje podjetja. Tako se gradi trajnostnost.

Podjetništvo pomeni, da ženska razvije podjetniški duh, pogum, sposobnost prevzemanja odgovornosti in pripravljenost na tveganje.

Pomembna pri tem je tudi osebna povezanost, pristen stik, medsebojno zaupanje – kar se nikoli ne zgodi na daljavo, ampak le skozi izkušnjo sodelovanja, pogovora, skupnega dela. Pretok energije med ljudmi je tisti, ki podjetniške ideje prevede v delujoče projekte.

Na drugi strani pa država pogosto meri uspešnost ukrepov po tem, koliko žensk je ustanovilo podjetje, jih za dve leti odstranilo s seznama brezposelnih – nato pa se znajdejo v enakem ali še slabšem položaju. Tega ne smemo več podpirati.

Podpirati moramo prave podjetnice – tiste, ki želijo ustvarjati, rasti, prispevati k družbi. Imamo ogromno izobraženih, sposobnih žensk – zato jim omogočimo, da delujejo v sistemu, ki jih resnično podpira, ne pa samo statistično evidentira.

Eden od stereotipov je, da se moški lažje zmenijo – običajno za šankom – kje pa se potem za posel zmenimo ženske?

Res je – obstaja stereotip, da moški posel sklepajo na golf igrišču, v gostilni, na različnih srečanjih in v klubih. Do neke mere to drži, saj si moški praviloma lažje vzamejo čas za takšna neformalna druženja – pogosto tudi na račun družinskega življenja. Imajo svojo »klapo«, ki jo redno videvajo – bodisi zaradi športa ali drugih aktivnosti.

Pri ženskah je drugače, zlasti v obdobju, ko imajo majhne otroke. Takrat je večina obveznosti – varstvo, vožnja v vrtec, šolo, na dejavnosti – na plečih žensk. Zato jim pogosto zmanjka časa in energije za druženje, še posebej v popoldanskih ali večernih urah. Prav zato pa so ženski dogodki, kot je »500 podjetnic«, še toliko bolj dragoceni.

»500 podjetnic« je dan, ki si ga podjetnice lahko vzamejo zase. Dan, ko otroci ostanejo doma, one pa si vzamejo čas za povezovanje, nova poznanstva, izmenjavo izkušenj. Takšni dogodki so nujni za gradnjo mreže in skupnosti – ne le poslovno, ampak tudi človeško.

Seveda obstajajo tudi manjše lokalne skupine, ki se srečujejo redno, a tudi te zahtevajo čas. Iz lastnih izkušenj vem, kako težko se je udeleževati srečanj, še posebej med vikendi. Spomnim se obdobja, ko smo imeli veliko podjetniških in gospodarskih dogodkov ravno ob koncih

tedna – tekmovanja, konference, tudi družabne dogodke. In na neki točki sem se preprosto odločila, da sobote in nedelje ne dam več stran.

Od takrat sem si postavila jasno pravilo – vikendi so za družino. Morda sem zaradi tega kdaj kaj zamudila, a nisem zamudila otroštva svojih otrok. In to šteje največ.

Ta izkušnja me je naučila, da je za podjetnice še posebej pomembno, da izbirajo dogodke, ki imajo vrednost – čas, ki ga namenijo druženju in povezovanju, mora biti kakovosten, ker ga imajo manj. In prav zato je vsaka takšna priložnost, kjer se ženske podjetnice zberejo, povežejo, izmenjajo izkušnje in začutijo medsebojno podporo, izjemno dragocena.

Kako pa gledate na aktualne ukrepe države, ki vplivajo na podjetništvo – predvsem omejitve prihodkov in višje obremenitve?

Tako kot vsak podjetnik tudi jaz gledam na dodatne obremenitve kot na nekaj negativnega – vsaka nova dajatev pomeni manj prihodka in večje tveganje, zlasti za mala podjetja, ki se že zdaj težko preživljajo. Če je kalkulacija slabo narejena ali pogoji hitro spremenjeni, lahko to podjetje ogrozi že na kratki rok.

Rešitve, ki bi nas zaščitile pred tem, ni. Država bo vedno imela svoje zahteve – še posebej zdaj, ko se zaradi globalnih in evropskih razmer sredstva iz proračuna preusmerjajo v vojsko. Gre za staro dilemo: »maslo ali topovi«, ki postaja vedno bolj aktualna.

Zato mora podjetnik še toliko bolj premišljeno stopiti v podjetništvo – s temeljito pripravo, z dobro analizo okolja in s premišljenim načrtom. Uspeh ni več odvisen samo od ideje, ampak od sposobnosti sistematičnega dela in prilagajanja trgu. Mala podjetja namreč ne delujejo globalno – začenjajo v domačem okolju, na ulici, v kraju. In čeprav imajo nekatere ideje lahko mednarodni potencial, morajo najprej dokazati svojo vrednost doma.

Tu pridemo do pomena raziskave trga. Ko rečemo »raziskava«, marsikdo pomisli na na stotine strani dokumentacije. V resnici pa gre za preprosto – a ključno – dejanje: pogovor s 30 do 50 ljudmi, ki niso tvoji sorodniki. Postaviš vprašanja, poslušаш odzive, iščeš realne povratne informacije. Ta osebni stik, ta iskreni pogovor, ti da največjo vrednost.

Kar se tiče odnosa države do podjetništva – mnogi imajo občutek, da ji ni mar. Sama tega občutka nimam. Bolj vidim težavo v tem, da je proračun omejen in da mora država poskrbeti za šolstvo, zdravstvo, socialo, ob tem pa zmanjka prostora za podporo malim podjetjem. Kljub anomalijam v sistemu sama gledam na državo pozitivno. Imamo javno šolstvo, zdravstvo, enoletno porodniško – vse to so civilizacijske pridobitve, ki jih moramo ohraniti.

Seveda pa je odgovornost podjetnikov, da se zavedamo, da nas politika zadeva. Ko se spreminjajo pogoji, to čutimo takoj. Zato je nevarno, če podjetnik reče: »Mene se to ne tiče.« V resnici bi morala biti mala podjetja močna sila, saj nas je ogromno – a nismo povezani, nismo dovolj glasni.

Primer obrtnikov kaže, kako pomembno je organizirano delovanje – oni imajo zgodovinsko moč in, ko »zarožljajo«, jih država sliši. Tovornjakarji, recimo, imajo vpliv, ker lahko z eno potezo ohromijo promet. Mali podjetniki pa nismo slišan glas, ker se ne povezujemo in ker nas je pogosto strah izpostavljanja.

Struktura gospodarstva se od samostojnosti ni bistveno spremenila – število mikro podjetij je naraslo, a podpore, ki bi spodbujala njihovo rast, povezovanje ali nastanek kooperativ, ni bilo. Startupi so bili nekaj časa v fokusu, kar je bilo dobro, a tudi oni so posebna skupina – večinoma izhajajo iz raziskovalnih institucij, cilj pa je pogosto prodaja podjetja, ne dolgoročna rast.

Mikro podjetja pa nastajajo zato, da bi preživela. Gre za ljudi, ki ustvarjajo delovna mesta zase, za svoje družine. Njihovo delovanje je drugačno – niso usmerjeni na mednarodne trge, temveč na stabilnost in trajnost. In ravno ta podjetja država pogosto zanemara.

Normirani s.p.-ji so dober primer. Spremembe pogojev so bile usmerjene zlasti proti tistim, ki so že imeli službo in so poleg še dodatno zaslužili preko s.p.-ja. A marsikdo je s tem ustvaril pomemben prihodek – tudi tisoče evrov letno. Statistika kaže, da je bilo v ljubljanski regiji pred nekaj leti več kot 12.000 takšnih podjetij, ustanovljenih z enim lastnikom, ki so ustvarjala visoke prihodke.

Spremembe pogojev bodo zdaj morda odvrnile tiste, ki podjetje odprejo zgolj zato, da si rešijo socialno situacijo. In to ni nujno slabo. A to pomeni tudi, da bi morala država razviti drugačne ukrepe za ljudi, ki potrebujejo premostitvene rešitve – ne pa zamešati podjetništvo s socialno varnostjo.

— ●● —
*Če jaz dam zadnje hlače z riti,
kot rečemo, zanje pa ni nobene
odgovornosti – to ni pravično.
In zato koristi ne bom delila z
nekom, ki ne deli tudi tveganja.*
— ●● —

Tudi sama s svojim delom v Zavodu Meta že vrsto let delujem kot socialno podjetje – pa tega nikoli ne bom formalno registrirala. Zakaj? Ker zakonodaja zahteva, da vsi sodelujoči postanejo solastniki in nosijo odgovornost. Če jaz dam zadnje hlače z riti, kot rečemo, zanje pa ni nobene odgovornosti – to ni pravično. In zato koristi ne bom delila z nekom, ki ne deli tudi tveganja.

To so realnosti podjetništva, ki jih pogosto preslišimo – in ravno zato je pomembno, da o njih odkrito govorimo.

Ves čas ste tudi močno vpeti v delo Gospodarske zbornice Slovenije, tri mandate ste vodili največjo osrednjeslovensko zbornico. Dostikrat poudarjate, da je za malo gospodarstvo veliko bolj učinkovita Obrtno podjetniška zbornica. Kakšen je danes odnos med obrtniki in podjetniki, kakšne so razlike in bi bilo lažje, če bi imeli le eno, skupno zbornico?

Vsekakor bi bilo idealno, če bi imeli v Sloveniji eno močno, krovno organizacijo, ki bi zastopala vse gospodarske subjekte – ne glede na pravno obliko ali panogo. A to žal ostaja daleč od realnosti, saj bi bilo za to treba opustiti številne parcialne interese. Nekdaj so bili odnosi med obema zbornicama precej napeti, celo konfliktni. Danes je med njima sklenjen t. i. pakt o nenapadanju in konflikti med člani so se umirili. Kljub temu ostajata dve ločeni organizaciji, kar ima svoje posledice. Obrtno-podjetniška zbornica ima dolgo tradicijo in močan vpliv, ki izhaja tudi iz njene baze – njenih članov, ki so pogosto samostojni podjetniki ali lastniki mikro in malih podjetij. Pri Gospodarski zbornici pa so člani večinoma kapitalske družbe, med katerimi so tudi podjetja v mešani lasti, in različna podjetja po velikosti. Moč in vpliv imajo velika podjetja, ker več zaposlujejo, ustvarjajo večji prihodek in predvsem več izvažajo. Zaradi tega je občutek pripadnosti in solidarnosti med člani iz malega gospodarstva šibkejši. V preteklosti je bilo veliko storjenega prav prek GZS – za mikro in mala podjetja. Spomnim se obdobja, ko smo dosegli prilagoditve za mala podjetja pri uvajanju standardov kakovosti. Medtem ko so velika podjetja za uvedbo standardov odštela več deset tisoč evrov, smo znotraj GZS dosegli, da je bil za mala podjetja pripravljen prilagojen program po bistveno nižji ceni. Takšni ukrepi so podjetnikom ogromno pomenili. A z uvedbo prostovoljnega članstva so mnogi izstopili – pogosto tudi zaradi nepoznavanja koristi, ki jih organizacija prinaša.



Zbornica osrednjeslovenske regije

Mali podjetniki so pogosto manj informirani o sistemu in zato ne prepoznajo, kako močno podporo bi lahko imeli, če bi delovali povezano. Obrtna zbornica ima določeno prednost v tem, da vodi register obrtnikov in ima zato tudi stabilen vir prihodkov. Gospodarska zbornica tega nima. A ker smo tako majhna država, bi bilo res smiselno, da bi delovala ena sama, enotna zastopniška organizacija gospodarstva, ki bi imela močan mandat in bi znala povezati celotno podjetniško skupnost – od obrtništva do visokotehnoloških podjetij. Tako pa ostajamo razdrobljeni,

Na prvem izboru podjetnice leta je bil častni gost takrat še kandidat za predsednika republike dr. Janez Drnovšek. Ko je postal predsednik vlade, je oblikoval poseben urad za žensko politiko pri svojem kabinetu.

zaradi česar je tudi naš glas šibkejši.

Kje vidite možnosti za nadaljnji razvoj ženskega podjetništva v Sloveniji in kaj bi lahko podjetnice same naredile več za njegovo promocijo?

Najprej bi rekla nekaj povsem preprostega – da ženske začnejo na svojih vizitkah, spletiščih in podpisih uporabljati žensko obliko nazivov: direktorica namesto direktor, svetovalka namesto svetovalc, trenerka namesto trener itd. Slovenščina je jezik, ki omogoča jasno izražanje spola, in prav je, da to tudi izkoristimo. To ni malenkost. Če se bomo ženske same predstavljale z ženskimi poklicnimi nazivi, bomo izrazile ponos nad svojo vlogo in okrepile svojo vidnost. In če bomo same spoštovale svojo vlogo, nas bodo začeli spoštovati tudi drugi.

*In če bomo same spoštovale
svojo vlogo, nas bodo začeli
spoštovati tudi drugi.*

Pogosto se zgodi, da ženskl na vratih piše „svetovalc“, čeprav gre za svetovalko – in tega nihče ne popravlja, ker se posameznica sama s tem strinja ali jo ne moti. Če pa bi vse ženske zahtevale, da se njihov naziv izraža v ženski obliki, bi se to hitro spremenilo. To ni vprašanje feminizma, temveč vprašanje samozavesti in samopodobe. In to je tudi eden od korakov k razvoju ženskega podjetništva – večja prepoznavnost, samozavest, jasna komunikacija in zavedanje svoje vrednosti v poslovnem svetu.



Kako pa lahko podjetništvo pripomore k pozitivnim družbenim spremembam?

Podjetništvo je v tem pogledu tudi socialni korektiv. Zmanjšuje brezposelnost, še posebej med ženskami, ki so v času kriz prve na udaru. Poleg tega se ženske pogosto lotevajo dejavnosti, ki morda niso najdonosnejše, a so za družbo izjemno pomembne – kot so izobraževanje, pomoč starejšim, skrb za skupnost in druge storitve na tako imenovanem „mehkem“ področju. Marsikje, kjer država nima več dovolj sredstev ali kadra, nastopijo prav podjetnice. Takšne dejavnosti bi morale imeti tudi sistemsko podporo. Če bi bile razmere bolj enakopravne – na primer pri dodeljevanju koncesij za izvajanje storitev – bi lahko podjetnice veliko učinkoviteje zapolnile vrzeli v sistemu in hkrati gradile vzdržno podjetništvo. Poleg tega so ženske podjetnice tudi vzornice. Njihove zgodbe navdihujejo druge – predvsem mlade ženske, ki razmišljajo o svoji prihodnosti. Sporočilo, da se da uspeti, da se lahko postaviš na svoje noge, je izjemno močno. Seveda pa potrebujejo tudi spodbudno okolje. Če vsi okrog tebe govorijo, da se nekaj ne da, se tudi najbolj samozavestna oseba začne spraševati, ali imajo morda prav. Ženske predstavljajo polovico intelektualne moči družbe – a ta potencial pogosto ni v celoti izkoriščen. V povprečju je v podjetništvu v Evropi le okoli 30 % žensk. Enako velja za vodstvene položaje v korporacijah. Mešane ekipe so dokazano uspešnejše, a stereotipi in predsodki še vedno pogosto odločajo o tem, kdo dobi priložnost. Pogosto slišimo: »Saj imate ženske enake možnosti, zapisane v ustavi.« A realnost je, da se te pravice v kriznih časih prve znajdejo pod udarom – naj bo to porodniški dopust, subvencije za vrtce ali dostop do določenih delovnih mest. Odločitve o zaposlitvi pogosto še vedno temeljijo na (ne) vidnih predsodkih – da je moški manj verjetno tisti, ki bo odsoten zaradi otrok, da je bolj vzdržljiv, bolj odločen. In ravno zato je podjetništvo za ženske priložnost, da si same ustvarijo svoje pogoje, svojo prihodnost in svoj vpliv.

Investicija v demografijo

Moji cilji so zdaj bolj usmerjeni v zasebno življenje. Čutim, da je nastopil čas, ko si želim početi predvsem tisto, kar me iskreno veseli – in ne več tistega, kar je nujno za vsakodnevno preživetje. V življenju pride trenutek, ko je prav, da si človek vzame več časa zase, za družino, za stvari, ki jih ima resnično rad. Kar pa zadeva žensko podjetništvo, si še vedno želim, da bi nekoč doživeli trenutek, ko se bodo v Sloveniji vsa različna združenja ženskega podjetništva povezala. Dogodek, kot je »500 podjetnic«, bi bil lahko idealna priložnost za to. Moja vizija je, da bi se na takem dogodku srečala različna mnenja, predlogi in pričakovanja za izboljšanje podpore ženskam, ki se odločajo za samostojno podjetniško pot in si želijo na ta način oblikovati svoj čas, ki ga posvečajo družini, otrokom in partnerstvu. To namreč ni le investicija

v zasebno življenje, to je investicija v prihodnost, v demografijo, če hočete. Zato podjetništvo ni samo stvar osebne odločitve, temveč stvar političnega in strateškega pogleda do ženskega podjetništva. Na tej podlagi bi lahko skupaj pripravili skupne pobude, ki bi jih predali državi – kot jasno in enotno sporočilo o tem, kaj podjetnice v Sloveniji potrebujemo. Verjamem, da bo ta dan prišel. In ko bo, bo to velik korak naprej.

»Saj imate ženske enake možnosti, zapisane v ustavi.«
A realnost je, da se te pravice v kriznih časih prve znajdejo pod udarom – naj bo to porodniški dopust, subvencije za vrtce ali dostop do določenih delovnih mest.



Marta Turk
foto: studio Železna

TI SI MOJ NAVDIH

V pogovoru na okrogli mizi
Ti si moj navdih, bodo sodelovale Ana
Kolar, Metka Klajderič Kobler in Lara Banovič

Vsaka od njih s svojo edinstveno zgodbo, drugačno od drugih, pa vendar tako podobna vsem zgodbam o enskah, ki želijo nekaj več, nekaj boljše, nekaj drugače, o ženskah, ki posegajo po zvezdah, čeprav so bile na njihovih začetkih na poti številne ovire.

Lara Banovič je certificirana coachinja za osebno rast, partnerske in družinske odnose, ki v svojem delu združuje močna in dopolnjujoča pristopa nevrolingvističnega programiranja (NLP) in coachinga, ki ju začini z znanjem Transakcijske analize (TA).

Metka Klajderič Kobler je vedno zanimala lepota in skrb za zdravo življenje, kar je želela podeliti tudi z drugimi in je našla številne odgovore in podporo na tej poti v sodelovanju s Herbalifom.

Morda najbolj neverjetna je zgodba Ane Kolar, ki se svojega otroštva prav gotovo ne spominja z veseljem, saj je s starši živela na smetišču.

Ode izkušnje pa do danes uspešne podjetnice, ki daje kruh tudi svojim zaposlenim, se je soočila s številnimi preprekami in izzive ki jih je znala obrniti v svoj prid.

Pogovor z njimi bo vodila
Katja Cimermančič.

okrogla miza



Metka Klajderič



Ana Kolar



Lara Banovič

SPREGOVORITE, ŠE PREDEN IZREČETE PRVO BESEDO

7 skrivnosti močnega prvega vtisa



Katja Cimermančič,
voditeljica dogodkov in mentorica javnega nastopanja

Spregovorite, še preden izrečete prvo besedo

7 skrivnosti močnega prvega vtisa

Ste se že kdaj vprašale, kako vas kot dojemajo drugi? Kakšen vtis pustite, ko vstopite v prostor? Kako vaša energija napolni sobo, ko stopite pred občinstvo ali na oder? Kaj si ljudje mislijo, ko jih nagovorite, predstavite svoje ideje ali vodite poslovno delavnico?

Si upam trditi, da vsaj pred večjimi dogodki pomislite tudi na to. Iskreno? Tudi sama pogosto razmišljam o tem. Predvsem zato, ker vem, da naš uspeh ni odvisen zgolj od tega, kaj povemo, ampak tudi od vtisa, ki ga pustimo v prvih trenutkih. Prav v teh nekaj sekundah se ljudje odločijo, ali nam bodo prisluhnili, namenili pozornost našim besedam, nas sprejeli medse in nam dovolili, da se jim približamo.

Raziskave kažejo, da si vtis o nekom ustvarimo v manj kot sedmih sekundah. Težava? Ko je ta vtis enkrat oblikovan, ga je zelo težko spremeniti. Ni nemogoče, a zahteva veliko več truda, kot če že na začetku pustimo dober vtis.

Kaj to pomeni v praksi?

- Vaša predstavitev se začne, še preden odprete usta in izrečete prvi stavek.
- Vaš nastop se začne že s prvim korakom proti odru, ko se luči usmerijo v vas. Včasih celo prej.
- Pomembno je, kam usmerite pogled, ko vstopite v prostor.
- Ljudje opazujejo vašo držo, obrazno mimiko in vse tiste drobne, morda nerodne gibe, ki jih naredite z rokami, preden začnete govoriti.
- Opazijo tudi, kako prestopate z ene noge na drugo, ko čakate v krogu, da se predstavite.

Vse te stvari štejejo, še preden zares spregovorimo prve besede.

O ustvarjanju dobrega prvega vtisa bi lahko pisala na več načinov in skozi različne situacije, a v tem članku se bom osredotočila predvsem na prvi vtis pri **javnem nastopanju** – ko govorimo na odru, vodimo sestanek, predstavljamo projekt sodelavcem ...

Kako ustvariti močan prvi vtis pri javnem nastopanju?

1. Poravnajte svojo držo, preden stopite pred publiko

Pokončna drža izraža samozavest. Zaprta drža (prekrižane roke, sklonjena glava, sključena ramena) sporoča negotovost.

2. Nasmehnite se, še preden vas kdorkoli vidi

Nasmeh tik pred nastopom – ko še ogrevate glasilke in čakate v zaodrju – v telesu sproži endorfine. To dvigne vašo energijo, zaradi česar bo vaš korak proti odru bolj odločen, samozavesten in energičen.

3. Izberite primerna oblačila – obleka (res) naredi človeka

Izberite takšna oblačila, v katerih se dobro počutite – saj boste tako bolj samozavestne in se ne boste obremenjevale z nepotrebni skrbmi (npr. »Obleka mi je malo predolga, moram paziti, da ne stopim nanjo.« ali »Srajca mi je preozka in ne smem preveč kriliti z rokami, sicer bodo gumbi šli po svoje.«). Hkrati naj bodo oblačila primerna dogodku in naj izražajo vašo profesionalnost.

4. Umirite svoj dih

V stresnih situacijah naš dih postane plitek in hiter, zato ga moramo namenoma poglobiti. Pred nastopom nekajkrat globoko vdihnite skozi nos in izdihnite skozi usta. Dolg, po možnosti slišen izdih, pomaga sprostiti naše telo, obenem pa zmanjša napetost in tremo.

5. Spoznajte oder (in prostor), še preden stopite nanj

Vzemite si čas, da zares dobro spoznate prostor, kjer boste nastopale. Določite, kje se boste ustavile, ko pridete na oder. Preverite, kje vas čaka mikrofoni. So po tleh morda kablji? Preverite, kam boste stopile, da se ne spotaknete. Kje je pointer? Boste prezentacijo premikale same? Več stvari kot boste vedele vnaprej, bolj mirne boste.

Če ste manjše rasti in vas na odru čaka stoječ mikrofoni, ki ga bo treba prilagoditi – prosim, preverite prej, kako se nastavi višina, koliko ga morate znižati, itn. Enako velja tudi v obratni smeri, če je stojalo potrebno zvišati.

6. Na oder stopajte počasi in umirjeno

Nikamor se vam ne mudi. Ne lovite avtobusa in publika vam ne bo pobegnila. Ljudje so tam zato, da vas poslušajo. Vaš korak naj bo umirjen, pogled pa usmerjen v občinstvo, ne v tla (še en pomemben razlog, da prostor

pred nastopom dobro spoznate).

7. In sedaj stojite na odru ... Kaj pa zdaj?

Boste kar takoj začele govoriti? Boste prebrale svoj prvi stavek, zapisan na listu, ki ga trdno držite v rokah? Se boste predstavile? Boste rekle »dobro dan«? Ali morda raje »joj, koliko vas je?!«

No, o tem, kakšne naj bodo vaše prve besede, objavim tudi kdaj kakšen članek v novičniku Koraki do učinkovite komunikacije: Povej. Navduši. Vplivaj.

Ampak ena izmed ključnih stvari je zagotovo ta, da si dovolite nekaj sekund tišine. Ustavite se, zadihajte, pogledjte publiko, se nasmehnite ... in šele nato spregovorite.

S prvim vtisom vzbudimo zanimanje.
Poslušalke in poslušalce prepričamo, da nam namenijo svojo pozornost.
Da nam dovolijo, da vstopimo v njihov prostor.
Z odlično vsebino jih osvojimo.

BI ŽELELA OKREPITI SVOJE KOMUNIKACIJSKE VEŠČINE? ŽELIŠ BOLJ SAMOZAVESTEN IN PRE-PRIČLJIV NASTOP?

Potem ti lahko pomagam.

SEM VODITELJICA DOGODKOV IN MENTORICA JAVNEGA NASTOPANJA IN UČINKOVITE KOMUNIKACIJE.

Vabim te, da se prijaviš na brezplačni e-novičnik »Koraki do učinkovite komunikacije: Povej. Navduši. Vplivaj.« Novičnik bo tvoj vir znanja in praktičnih tehnik za boljšo komunikacijo, javno nastopanje in bolj prepričljivo komunikacijo.

SPREMLJAJ BREZPLAČNI NOVIČNIK

KORAKI DO UČINKOVITE KOMUNIKACIJE

Povej. Navduši. Vplivaj.

- ✓ Preverjene tehnike za samozavesten in jasn nastop.
- ✓ Učinkovite metode za prepričljivo komunikacijo.
- ✓ Praktični nasveti za večji vpliv v komunikaciji.

Katja Cimermančič



Prijavi se zdaj

OSEBNA BLAGOVNA ZNAMKA - KLJUČ DO OBILJA



Maša O. Popovič

Vsak ima osebni brand. Tudi vi.
A kako uspešno in namensko ga gradite?
Kaj ljudje MISLIJO in ČUTIJO, ko slišijo vaše ime in vas vidijo na spletu?
To je vaš brand!

Ključ ste vi!

Edino, kar vas loči od konkurence, je močan osebni brand. Na svetu ne obstaja nobena druga oseba, ki bi bila popolnoma enaka vam! Vaša prepoznavna unikatnost vam lahko da super moč, da postanete brez konkurentov.

Zato je ključnega pomena, da svoj osebni brand oblikujete strateško – da vam pomaga napredovati v karieri in življenju.

Kako veste, da imate močno osebno znamko?

Odprejo se vam vrata sanjskih priložnosti • Postavljate premijske cene • Ustvarite višje prihodke • Ste brez konkurence • Z lahkoto privabite stranke • Ste znani v svoji panogi • Ste magnet za promo partnerje • Pozitivno vplivate na ljudi • Izboljšate kvaliteto lastnega življenja.

Rešitev je strategija.

Ali ni življenje prekratko, da bi izgubljali čas in prepuščali drugim, da si ustvarjajo mnenje o vas po svojo?

Ste strokovnjakinja na svojem področju – briljirate v tem, kar počnete.

Vendar za uspešen osebni brand potrebujete znanje in spretnosti, ki so izven vaše stroke. Zato potrebujete metodo.

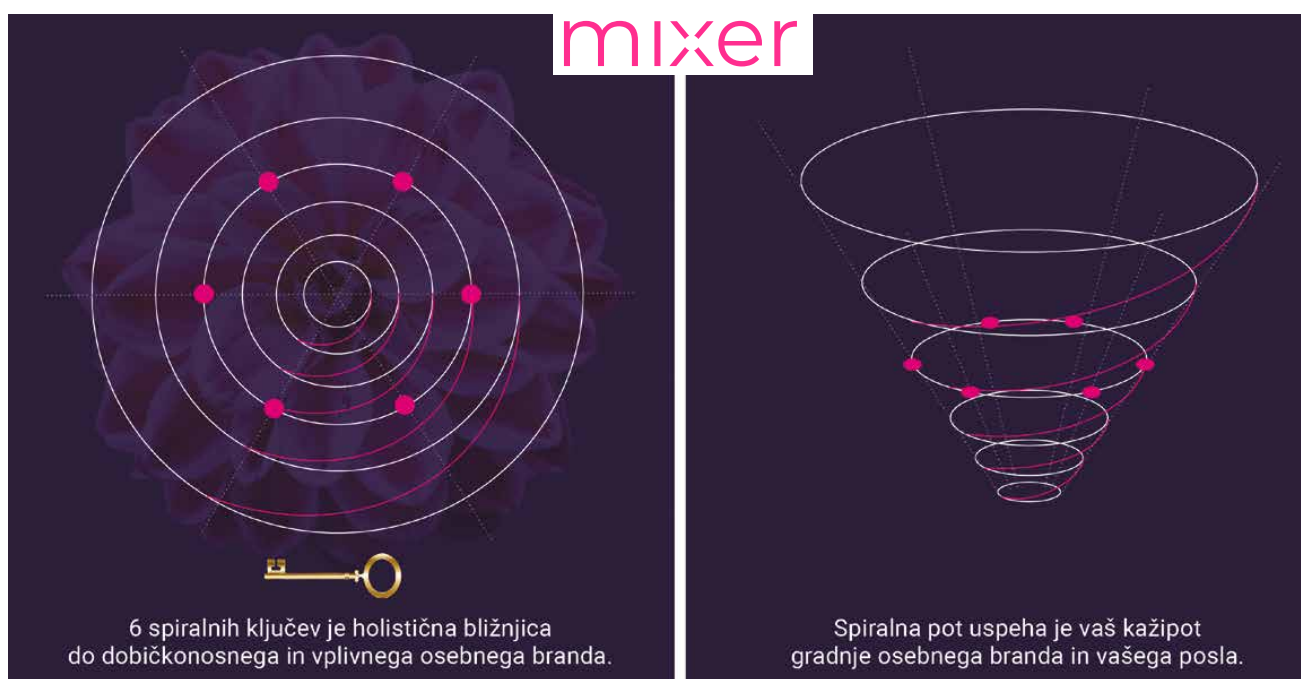
6 Spiralnih Ključev

Gre za preverjen sistem cikličnih korakov – 6 spiralnih ključev, ki odklepajo vrata do obilja v različnih fazah vašega biznisa.

To je bližnjica do dobičkonosnega osebnega branda. V vsakem trenutku jasno veste, kje se nahajate in kaj je vaš naslednji korak.

Ključni uspeha so: **PRIŽIG, POPOLNA STRANKA, PONUDBA, PRISPEVEK, PODOBA, PRISOTNOST.**

S temi 6 spiralnimi ključi izgine potreba po igranju vloge vsiljivega prodajalca. Fantastične priložnosti se vam odpirajo same od sebe, rezultat pa je povečano zvesto občinstvo ter redni mesečni prihodki, ki samo še naraščajo.



ALI JE DOVOLJ, ČE JE LOGO SAMO LEP?



041 622 333

tjasa@tash-tash.com // tash-tash.com

V svojem poklicu velikokrat naletim na nepravilno oblikovane logotipe in se sprašujem zakaj se to tako pogosto dogaja? Zato sem zapisala svoje razmišljanje o tem kaj sploh dober logotip je in kaj je njegova esenca. Spodnji zapis bo morda pomagal vsem tistim, ki ste ravnokar v ustvarjanju lastnega logotipa.

Logotipi so ključen element za grajenje identitete podjetij, organizacij in posameznikov. So vizualna predstavitev blagovne znamke in igrajo ključno vlogo pri vzpostavljanju njene identitete. Čeprav je pomembno, da je logotip estetsko privlačen, njegova zasnova ne sme biti usmerjena samo v lepoto.

Logotip mora komunicirati bistvo blagovne znamke in biti takoj prepoznaven. Biti mora edinstven, zapomnljiv in enostavno prepoznaven tudi v minimalni velikosti ali iz večje razdalje. Dobro oblikovan logotip mora prav tako posredovati vrednote, poslanstvo in osebnost blagovne znamke sami ciljni publiki. Samo lep logotip ne more doseči teh ciljev. Dejansko lahko logotip, ki je estetsko privlačen, ne uspe vzpostaviti želene povezave s ciljno publiko. To je zato, ker je lepota subjektivna in to, kar ena

oseba dojema kot lepo, druga morda ne.

Poleg tega lahko logotip, ki je osredotočen izključno na lepoto, spregleda praktične vidike njegove uporabe.

Morda ni funkcionalen na različnih medijih ali velikostih, na primer na digitalnih platformah ali v tisku. Logotip, ki ni prilagodljiv svoji uporabi, lahko ovira njegovo sposobnost učinkovitega predstavljanja blagovne znamke in povzroči zmedo in neenakomernost pri prizadevanjih za grajenje identitete.

Pri izbiri pravega logotipa za svojo blagovno znamko se prepričajte, ali je logotip:

- preprost
- zapomnljiv
- brezčasen
- prilagodljiv in
- ustrezen

Torej, čeprav je ključno, da je logotip vizualno privlačen, njegova zasnova ne sme biti osredotočena samo na LEPOTO. Dobro zasnovan logotip mora komunicirati bistvo blagovne znamke in biti takoj prepoznaven, edinstven in zapomnljiv. Naslednjič pa se bom podrobneje spustila v to kaj je dober logotip in kako ga ustvariti.

Za brezplačno analizo
logotipa mi piši na
tjasa@tash-tash.com





@TerraRossaFarm

Istrian
terra rossa
homemade goods
good food,
excellent mood

Z LJUBEZNIJO Z DOMAČEGA VRTA

Iz narave. Z rokami. Za vas.

Pristno istrsko oljčno olje, zeliščni čaji, začimbe in
drugi domači pridelki.
Vabljeni, da nas obiščete na naši domačiji v Umagu.

OPG Dario Blažević, Barboj 36, 52470 Umag
info.terrarossa@gmail.com
+385 91 527 5980

tash  tash
G.+W. DESIGN & PHOTOGRAPHY

VAŠI SPOMINI SI
ZASLUŽIJO BITI
UJETI ZA VEDNO!

lifestyle, družine, otroci,
novorojenčki, družinski dogodki,
ženske, mini poroke, poslovni
prostori, poslovni portreti, vozni
parki ...

FB: @TashTashME W: tash-tash.com T: 041 622 333
IG: @TashTashMe E: tjasa@tash-tash.com

PARTNERJI IN SPONZORJI

NACIONALNI PARTNER



SPIRIT SLOVENIJA, JAVNA AGENCIJA SKUPAJ Z MINISTRSTVOM ZA GOSPODARSTVO, TURIZEM IN ŠPORT

že več let spodbuja in podpira podjetnice začetnice pri uresničevanju poslovnih ciljev. Vsem, ki ste se odločile za novo poslovno pot ali pa še preverjate svojo podjetniško idejo ponujamo:

- SPLETNI PRIROČNIK ABC PODJETNIŠTVA v katerem najdete osnovna znanja, ki jih podjetnica potrebuje na začetku poslovanja.
- Če želite brezplačen podjetniški nasvet ali informacije o spodbudah za podjetnice, se lahko obrnete na eno izmed točk SPOT Svetovanje, kjer vam bodo z veseljem pomagali.

Priročnik za podjetnike začetnike

Podjetniki začetniki! Veste kaj potrebujete za začetek poslovanja. Več najdete v spletnem priročniku ABC PODJETNIŠTVA.

On-line usposabljanja ABC podjetništva

Podjetnice, podjetniki začetniki ter potencialnim podjetniki! Vabljeni, da se nam pridružite na brezplačnih usposabljanjih ABC podjetništva, ki potekajo v petih regijah.

Storitve vstopnih točk SPOT Svetovanje

Celovite brezplačne podporne storitve potencialnim podjetnikom in podjetnikom na 12-ih lokacijah po vsej Sloveniji.

Nacionalni partner SPIRIT Slovenija vsako leto povabi podjetnice začetnice, da se predstavijo na skupni Spiritovi stojnici na prireditvi 500 podjetnic.

OBIŠČITE JIH NA SPIRITOVİ STOJNICI ŠT. 2!

DIAMANTNI SPONZOR



DIREKтна PRODAJA: ODPRAVLJANJE OVIR ZA PODJETNICE

V zadnjem desetletju se je povečalo število žensk, ki same odločajo o svojem uspehu in so same svoje šefice, saj po ocenah lastno podjetje vodi 252 milijonov žensk. Ker se ta številka še naprej povečuje, je jasno, da se več žensk¹ kot kdaj koli prej čuti opolnomočene, da postanejo podjetnice, kar jim omogoča, da povečajo svoje prihodke in dosežejo svoje življenjske cilje.

Tradicionalni trg dela je za številne ženske, zlasti za tiste, ki skrbijo še za druge, pogosto neprilagodljiv, zaradi česar morajo usklajevati številne obveznosti in naloge, kar lahko otežuje uspešno poklicno pot. To, da so podjetnice, pa lahko ženskam omogoči prožnost, da se izognejo nekaterim od teh ovir, in ta možnost je za mnoge privlačna. V nedavni raziskavi, ki jo je izvedlo vodilno podjetje na področju prehrane Herbalife in v kateri je sodelovalo 9.000 žensk iz 15 držav², je bilo ugotovljeno, da si kar 72 % žensk želi imeti svoje podjetje.

Čeprav je lahko misel na to, da nekdo povsem na novo ustanovi svoje podjetje, privlačna, je lahko tudi zastrašujoča in marsikdo pogosto ne ve, na koga se obrniti po pomoč in nasvet. Nasprotno pa so podjetja, kot je Herbalife, ki svoje izdelke prodajajo prek svetovne mreže neodvisnih Distributerjev, odlična možnost za tiste, ki želijo začeti svojo podjetniško pot, pri čemer imajo zagotovljen element varnosti, podpore in zaščite.

Ni vam treba začeti od začetka

Za vzpostavitev blagovne znamke, ki je nato priznana, so potrebna leta in kapitalne naložbe. Za mnoge podjetnike je to preprosto prevelik zalogaj, zlasti če morajo hitro ustvariti prihodek. Povsem drugače pa je sodelovanje z uveljavljenim podjetjem za direktno prodajo, to vam omogoča, da gradite na uspehu blagovne znamke, ki je že uveljavljena, dobro znana in ima pomemben tržni delež, kar je odličen začetek za tiste, ki želijo biti sami svoj šef.

Možnost prilagajanja

Direktna prodaja vam omogoča prilagodljivost, da prevzamete nadzor nad svojo kariero, saj lahko gradite posel, ki ga lahko prilagodite drugim obveznostim, kar vam omogoča, da delate tako, kot najbolj ustreza vam in vašemu življenjskemu slogu. Več kot polovica neodvisnih Distributerjev podjetja Herbalife so ženske, kar kaže, da Herbalife omogoča idealno podjetniško priložnost za ženske po vsem svetu, ki si želijo prilagodljivosti, samozavesti in priložnosti za vzpostavitev lastnega posla.

Niste sami

Podjetniki, ki nimajo družbe, podpore svoje ekipe ali sodelavcev, so včasih osamljeni, najlepše pri tem, da se pridružite podjetju za večnivojsko trženje, kot je Herbalife, pa je, da sta pomoč in podpora na voljo že od dneva, ko se mu pridružite. Herbalife svojim neodvisnim Distributerjem omogoča stalno usposabljanje in razvoj, da bi jih opolnomočil na njihovi poslovni poti ter jim zagotovil ustrezna znanja in spretnosti, da bodo lahko na svoji poti premagovali prav vse izzive. To zajema tudi usposabljanje o izdelkih, prodaji, trženju in uporabi družbenih medijev. Vse to je na voljo na osebnih

¹ <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

² One Poll, 2020

seminarjih, na spletnih srečanjih in v posebej zasnovanih aplikacijah. Ta ključna znanja in spretnosti so prenosljivi in jih lahko uporabite pri vseh drugih poslovnih podvigih, ki se jih boste morda lotili, zdaj ali pa v prihodnosti.

Pot, pri kateri se izognete tveganju

To, da je treba zagotoviti začetni kapital za ustanovitev podjetja, je lahko ena največjih ovir za vse, ki razmišljajo o tem, da bi začeli svoj posel. Pri Herbalifu lahko začnete denar služiti takoj, pri tem pa za lasten posel nista potrebna velika naložba niti začetno posojilo. Naš začetni paket za nove Člane stane le 58,01 evra in vključuje naš vodilni napitek Formula 1 kot nadomestni obrok za nadzor telesne teže in izobraževalno gradivo. Poleg tega brezplačno dobite dostop do spletnega usposabljanja in priložnost, da vzpostavite svojo spletno trgovino.

Dejansko smo vodilni v panogi direktne prodaje s svojo zaščito v smislu zlatega standarda, ki vključuje 12-mesečno 100-odstotno garancijo za vračilo denarja tako za strošek osebe, ko je postala Distributer, kot za vse neuporabljene izdelke. Smo tudi član Sekcije direktne prodaje v Sloveniji in združenja SELDIA (Evropsko združenje za direktno prodajo), obe združenji od svojih članov zahtevata visoke standarde etike in ravnanja.

Priljubljenost te direktne prodaje je razvidna iz nedavne raziskave združenja SELDIA, v kateri je bilo ugotovljeno, da je 88 % prodajalcev v direktni prodaji žensk, kar dokazuje, kako ta prožni način dela ženskam pomaga premagovati prav tiste ovire, ki jih pogosto onemogočajo v tradicionalnem podjetništvu. Direktna prodaja ni nekaj novega, vendar še nikoli ni imela tako pomembne vloge pri izpolnjevanju potreb sodobne delovne sile.

Če vas zanima poslovna priložnost Herbalife, se prijavite preko povezave:
<https://www.herbalife.com/sl-si/poslovna-priloznost>



Herbalife[®]

Okrepite svojo prihodnost!

Ali ste pripravljeni prevzeti nadzor nad svojo prihodnostjo in postati sami svoj šef?

Začnite svojo pot do neodvisnosti in uspeha s Herbalifom!*

Odkrijte odlične poslovne priložnosti s Herbalifom:

➤ Postanite sami svoj šef

Preberite, kako vam lahko Herbalife pomaga pri zagonu lastnega posla, za katerega je potreben majhen vložek.

➤ Zaslužite dodaten prihodek

Spoznajte, kako lahko zaslužite dodaten dohodek in izboljšate svoje finančno stanje.

➤ Bodite neodvisni

Pridobite svobodo, da delate, ko vam ustreza, in si ustvarite prilagodljiv urnik, ki ustreza vašemu življenjskemu slogu.

➤ Podporna skupnost

Povežite se z enako mislečimi ženskami in postanite del skupnosti, ki vas podpira in opolnomoči.



Tipični rezultati so posledica trdega dela. Večina Herbalife Članov zasluži nekaj dodatnega denarja. Za več informacij glej [pd-statement-typical-distributor-earnings-sl-si.pdf](#).

www.herbalife.com/sl-si



Upravlajte zavarovanje. Kjerkoli ste.

Hitro. Varno.
Digitalno.

125let

Vse bo v redu.
triglav.si



URAD 
REPUBLIKE 
SLOVENIJE 
ZA *intelektualna*
LASTNINO 

PRAVICE INTELKTUALNE LASTNINE - NALOŽBA V USPEŠNO PRIHODNOST VAŠEGA PODJETJA

Če ste ustvarjalni, prej ali slej pridete do dobre ideje, privlačnega izdelka, inovacije ali prepoznavnega znaka. Marsikatero podjetje pa hitro naredi usodno napako – pozabi zavarovati svojo intelektualno lastnino. Ko konkurenca začne prevzemati trg, posnemati vaše izdelke ali logotip, je običajno že prepozno. Intelektualna lastnina zato ni razkošje, temveč nujna naložba v uspešno prihodnost podjetja.

Pravice intelektualne lastnine

Intelektualna lastnina je rezultat znanja in razvoja, zato je pomembno, da je zavarovana s pravicami intelektualne lastnine, kot so:

- patent – varuje nove tehnične rešitve,
- znamka – varuje znak, ki omogoča prepoznavnost na trgu,
- model – varuje estetske značilnosti oziroma videz izdelka,
- avtorska pravica – varuje ustvarjalna dela,
- sorodne pravice – varujejo dela tistih, ki omogočajo, da avtorska dela postanejo dostopna javnosti (npr. igralci, pevci, založniki, filmski producenti).

Pravice imetniku omogočajo, da prepreči tretjim osebam, da bi njegove ustvarjalne dosežke uporabljali ali na kakršen koli drug način gospodarsko izkoriščali brez njegove privolitve. Ne omogočajo zgolj pravnega varstva, ampak tudi konkurenčno prednost, večjo prepoznavnost in dodatne možnosti za zaslužek.

Ne pozabite na poslovne skrivnosti, s katerimi lahko zavarujete znanje in informacije, ki imajo za vas veliko vrednost, kot so recepti, baze strank ali proizvodni postopki.

Pomoč podjetjem

Za osnovne informacije in pomoč pri postopkih pridobitve pravic je na voljo **info točka**. Pokličite na 01 620 31 01 ali pišite na sipo@uil-sipo.si.

Podjetja lahko pridobijo **finančno pomoč** za stroške v zvezi z intelektualno lastnino pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino ali Slovenskem podjetniškem skladu.

Na voljo sta tudi **dva nova brezplačna pripomočka**, ki sta v slovenskem jeziku in prilagojena na slovensko okolje.

Priročnik Podjetniške ideje: vodnik po intelektualni lastnini za zagonska podjetja s smernicami za ohranitev konkurenčne prednosti, obvladovanje tveganj in dostop do financiranja na podlagi intelektualne lastnine, obogaten z navdihujočimi zgodbami dobrih praks slovenskih zagonskih podjetij.



Diagnostično orodje WIPO za intelektualno lastnino (Slovenija) je spletno orodje za hitro prepoznavanje področij, kjer je treba poskrbeti za varstvo intelektualne lastnine.

Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino spada pod okrilje Ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport ter opravlja naloge na področju intelektualne lastnine. Ustvarjalcem in inovativnim podjetjem pomaga pri varstvu njihovih inovacij, znamk ali videza izdelka, na voljo je pa tudi za informacije s področja avtorskega prava. Pravice intelektualne lastnine vam omogočajo, da zavarujete svoje inovativne in ustvarjalne dosežke pred kopiranjem in nedovoljeno uporabo s strani konkurence. Podjetjem je na voljo tudi finančna pomoč za stroške na področju intelektualne lastnine.

Izkoristite priložnost za rast vašega podjetja z učinkovito zaščito intelektualne lastnine!

Za več informacij obiščite spletno mesto uil.gov.si ali se obrnite na info točko urada:

- **01 620 31 01**
- **sipo@uil-sipo.si**

ČAS JE, DA VODIŠ. SEBE. SVOJ POSEL. DRUGE. ŽIVLJENJE.

Vsaka podjetnica pozna občutek, ko pogumno stopi na samostojno pot. Vloži ogromno energije, odloča, vodi, ustvarja. In pridejo prvi uspehi. A z rastjo pride nova želja – po večji jasnosti, samozavesti, notranjem miru in avtentičnem vplivu. Ne zato, ker ni dovolj – ampak ker ve, da je lahko še več.

Lara Banovič je po zahtevni osebni preizkušnji želela več – zase, za življenje. V programih *NLP Praktik* in *Postani Coach* je našla znanje, skupnost in priložnost za rast. Danes razvija svoj potencial – in pomaga drugim razvijati njihovega.

Tinkara Fortuna je svojo NLP pot začela že v službi, poglobila pa ob prehodu v samostojno podjetništvo. Programi, mentorstvo Gabra Marolta, ustanovitelja NLP Centra in izjemni ljudje ekipe so ji dali samozavest in jasnejšo vizijo. Danes ve, da je sama kreatorka svoje prihodnosti.

Nataša Šafhalter Đukić je bila nekoč tiha opazovalka. Danes predava, vodi, opolnomoča. Pravi, da je odločitev za NLP ena najpomembnejših v njenem življenju.

Da ti tisto, kar je mogoče. NLP in coaching ti poleg veččin pomagata postati ženska, ki si jo v sebi vedno čutila. Voditeljica. Navdih.

Odkleni svojo notranjo in podjetniško moč.

Z vrhunskimi programi NLP Centra in Coaching Akademije naredi preskok – iz ideje v akcijo, v jasnost, iz povprečnosti v vpliv.

Ne čakaj. Čas je, da vodiš. Sebe. Svoj posel. Druge. Življenje.

Podobno kot dekleta spodaj, lahko tudi ti svojo kariero dvigneš še vsaj stopničko višje. Zato te povabimo, da se udeležiš programa *NLP Coach Praktik*, ki vsebuje programa *Postani coach* in *NLP Praktik*.



Svoj paket
naroči tukaj:
[nlp-center.si/
nlp-praktik-nlp-coach](http://nlp-center.si/nlp-praktik-nlp-coach)



Če želiš spoznati naš način dela, ti podarjamo brezplačen program:

NLP Diploma LT

Še nisi bila pri nas?

Dostop si zagotovi na:
nlp-center.si/moc-nlpja



BREZPLAČNO

 Online

 4 x modul



Gaber Marolt

INLPTA master trainer, poslovni in osebni coach

SKUPNOST SLOVENSKIH PODJETNIC



Marta Turk, mentorica
s srcem, podjetnica



ALI JE ČAS, DA DRŽAVA PRILAGODI PODPORNE UKREPE ZA ŽENSKO PODJETNIŠTVO? NAPREJ K AMBICIJAM, NE NAZAJ K BIROKRACIJ!!

Registracija samostojnega podjetnika je danes tako enostavna, da bi lahko rekli, da je hitrejša kot priprava jutranje turške kave. SPOT, enotna vstopna točka, ki je spremenila že nekaj imen, nudi hitro in učinkovito registracijo. Kljub temu se podjetnice in podjetniki ločimo na manjšino, ki razumejo vso poslovno administracijo, in na tiste, ki še vedno plavamo na krilih nevednosti in pol-informacij.

A tu se začne pravi izziv. Sodobna podjetniška resničnost zahteva obvladovanje socialnih omrežij, kot so Facebook, Business Suite, Instagram, LinkedIn, in celo ChatGPT, ki obljublja avtomatizacijo delovnih procesov, a zahteva natančna navodila, da se lahko iz njega iztisne maksimum. Biti sam svoj šef od A do Ž danes zahteva več spretnosti in znanj kot kdajkoli prej. Od davčnih zahtev do računovodstva, orodja za množično pošiljanje e-pošte, GDPR pravila, napredne funkcije Excela in PowerPointa. V 7 do 10 delovnih urah podjetnica mora biti čas tudi za opravljanje osnovne dejavnosti. Tu sploh še ne omenjam družinskega življenja.

Vsak dan je nov boj s časom.

Kako v tej poplavi obveznosti najti čas za tisto, zaradi česar ste postali podjetnica? Večina mikro podjetnikov se na tej poti utruja, saj je vsak dan boj za preživetje v gospodarski džungli.

Včasih se zdi, da je sistem naravnan tako, da mikro podjetnice ostajajo ujete v lastnem krogu, dokler jim ne zmanjka energije. A verjamem v človeško pamet in pragmatičnost. Naposled bodo podjetnice spoznale, da lahko na istem mestu uspešneje delujejo, če se povežejo v podjetniške zadruge, kjer ohranijo svojo ekonomsko avtonomnost, a v skupnem združenem krogu nudijo in koristijo storitve, ki jih sami ne izvajajo, jih pa potrebujejo..

Rešitev? Predstavljajte si, da ima vsaka slovenska občina svojo podjetniško zadrugo, ki znižuje stroške poslovanja, ker si člani ustvarjajo lasten trg, po potrebi pa lahko skupaj izpeljejo velike projekte!

Vabljeni k razmisleku: Ali ni morda čas, da presežemo individualizem in najdemo moč v skupnosti, ne le na besedi, temveč v dejanju?



NA SVOJI PODJETNIŠKI POTI NISTE SAMI

Slovenski podjetniški sklad (SPS) je osrednja finančna institucija, ki podpira rast in razvoj mikro, malih in srednje velikih podjetij (MSP) v Sloveniji. Deluje pod okriljem Ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport ter podjetjem omogoča lažji dostop do financiranja s pomočjo različnih razvojnih spodbud. Cilj teh spodbud je povečati inovativnost, konkurenčnost in trajnostno rast slovenskih podjetij. V letu 2025 bo SPS namenil nekje 186 milijonov evrov za različne razvojne spodbude, s katerimi bo podprl okoli 4.000 podjetniških projektov.



Glavne naloge in instrumenti SPS:

1. Finančne spodbude za MSP-je, start-up in scale-up podjetja s poudarkom na prioritetnih razvojnih področjih

- Garancije za bančna posojila s subvencijo obrestne mere, ki podjetjem omogočajo ugodnejša posojila.
- Mikrokrediti z nizkimi obrestnimi merami in enostavnejšimi pogoji za mala podjetja.
- Subvencije in nepovratna sredstva za inovacije, digitalizacijo, trajnostni razvoj in internacionalizacijo.
- Tvegani kapital in lastniško financiranje prek različnih skladov tveganega kapitala.

2. Specifične spodbude za dvig poslovnih in razvojnih kompetenc

- Vavčerji – enostavne in hitro dostopne spodbude malih vrednosti
- Mentorski program – več ko 70 izkušenih mentorjev in strokovnjakov
- Programi usposabljanja in povezovanja

3. Partnerstva za dvig inovativne usmerjenosti in trajnosti

SPS aktivno spodbuja razvoj partnerstev za povečanje inovativnosti in trajnosti med mikro, malimi in srednje velikimi podjetji (MSP), start-upi in scale-up podjetji. Ta partnerstva se osredotočajo na osem ključnih vertikalnih razvojnih področij:

Ta področja so horizontalno povezana s štirimi trajnostnimi vidiki: krožnim, zelenim, digitalnim in družbeno koristnim. SPS povezuje podjetja z institucijami znanja, raziskovalnimi organizacijami in podpornimi institucijami, najprej na nacionalni ravni, nato pa tudi globalno.

- Pametna infrastruktura
- Napredne informacijsko-komunikacijske tehnologije
- Trajnostni viri in surovine
- Trajnostna hrana in turizem
- Zdravje – medicina
- Mobilnost
- Napredni materiali kot končni produkt
- Tovarne prihodnosti

4. Promocijske aktivnosti za krepitev podjetništva in inovativnosti

SPS izvaja številne promocijske aktivnosti s katerimi spodbuja podjetništvo, inovativnost in trajnostni razvoj. Namen teh aktivnosti je ozaveščanje, povezovanje ter podpora mikro, malim in srednje velikim podjetjem (MSP), start-upom in scale-up podjetjem. Med ključne promocijske aktivnosti spadajo: organizacija dogodkov, delavnic in konferenc, sodelovanje s podjetniškimi podpornimi mrežami, promocija inovativnih in trajnostnih projektov itd...

5. Učinkovita javna finančna institucija z upoštevanje ESG načel

Ciljne skupine

- Start-up in scale-up podjetja, ki potrebujejo začetni kapital za rast in razvoj.
- Mikro, mala in srednje velika podjetja, ki želijo vlagati v inovacije, digitalizacijo in rast.
- Podjetja, ki iščejo ugodne vire financiranja za širitev na tuje trge.

Pomen SPS za slovensko gospodarstvo

Slovenski podjetniški sklad igra ključno vlogo pri spodbujanju podjetništva in gospodarskega razvoja, saj zmanjšuje finančne ovire za podjetja ter povečuje njihovo konkurenčnost na domačem in mednarodnem trgu.

Za več informacij o aktualnih razpisih in pogojih financiranja obiščite uradno spletno stran SPS.



Na svoji podjetniški poti niste sami.

Tukaj smo mi. Slovenski podjetniški sklad.

Da vam svetujemo, pomagamo,
da vas podpiramo.

Da vam prisluhnemo in
da vas slišimo.

RASTEMO SKUPAJ
podjetniskisklad.si

Odkrij novo linijo
funkcionalnih
herbalnih vod!

NOVO



DoNatural
Tvoja notranja moč

barcaffé



**SKUPNOST PODJETNIC
GRADIMO NA ŠTIRIH TEMELJIH:**



Banka znanja

Internacionalizacija



500 PODJETNIC



**SKUPNOST
SLOVENSКИH
PODJETNIC**

500 Podjetnic

**Mreženje,
sodelovanje**

SEZNAM RAZSTAVLJALCEV 2025



AFRODITA PROFESSIONAL
webshop.afroditacosmetics.com

an·nika

AN.NIKA MEDICINSKA PEDIKURA CELJE
www.annika.si

Aškerčeva ulica 14, 3000 Celje // 051 661 665 // info@annika.si



AT TEAM
www.at-team.si

Muljava 55, 1295 Ivančna Gorica, SI // 01 519 33 33 // info@at-team.si



BARCAFFE
www.barcaffé.si



BB+ FASHION, NATALY COLJNAR

Glavni trg 19, Maribor, Slovenia // +386 41 322 719 // ncoljnar@gmail.com



DK GRUPA D.O.O., BANJA LUKA
www.auvesta.com/edelmetalle.php



DOKTOR 1A
www.doktor1a.com

080 1288 // info@doktor1a.com



DUO DENTAL D.O.O.
duodental.si

Dunajska 433, Ljubljana - Črnuče // +386 51 694 274// mateja@duodental.si

DoNatural

DONATURAL ATLANTIC

www.donatural.com

info@donatural.com



ELEMENTUM D.O.O.

www.elementum.si

Poslovna cona A35, 4208 Šenčur // 080 59 2009 // info@elementum.si



EYWINEO ETERIČNA OLJA, VINKO NEDELKO S.P.

www.eywineo.eu

Rošpoh - del 157 b SI-2351 Kamnica // +386 (0)41 505 897 // info@eywineo.eu



FAVN D.O.O.

www.favn.si



KREMCA LIFESTYLE - FREYR D.O.O.

www.pokremco.si // pokremco@beauty-outlet.eu



HAIRDREAMS - IMEX TRADE D.O.O

www.imex-trade.si

Borovec 13, SI-1236 Trzin // +386 (0)1 562 33 80 // info@imex-trade.si



HERBALIFE

www.herbalife.com/sl-si



FAKTURCA - IZSTOP D.O.O

www.fakturca.si



KLEPET OB KAVI

klepetobkavi.si

Dole 3, 3230 Šentjur pri Celju // 02 6200 230 // info@klepetobkavi.si



KNJIGARNA 500 PODJETNIC



KOZMETIKA KAHNE

www.kozmetikakahne.com

Dom in vrt 21A, 1420 Trbovlje // 03 56 31880 // narocila@kozmetikakahne.com

LMA
Language Magic Adventures

LANGUAGE MAGIC ADVENTURES
www.lma.si

LMA EUROPE d.o.o. Unec 257, Unec, 1381 Rakek



LOGOS IZOBRAŽEVALNI CENTER D.O.O.
nlp-center.si

Lackova c. 78a, 2000 MARIBOR // 041 366 061 // maja@nlp-center.si



MATIVA GROUP
mativagroup.com

Rajec 15, 8261 Jesenice na Dolenjskem // +38598761406 // info@mativagroup.com



MY TEMPLE, URŠA ZADRAVEC S.P.
www.mytemple.si

Sela pri Šmarju 13, SI-1290 Grosuplje // +386 41 996 085 // info@mytemple.si

PHARMAGEA.

PHARMAGEA
www.pharmagea.com

svetovanje@pharmagea.com // +386 40 206 009

POT SONCA IN LUNE, DARJA FUREK S.P.
+386 41 457 023

2 BE NATURAL

RITUAL D.O.O. (2BENATURAL)
www.2benatural.si

Hotunje 58, SI-3232 Ponikva // +386 30 652 456 // info@2benatural.si

SelectBox

SELECTBOX KITIO INTERNACIONAL D.O.O.
www.selectbox.s

pomoc@selectbox.si // 031 200 000

minimax

MINIMAX - NAJBOLJ PRILJUBLJEN SPLETNI RAČUNOVODSKI PROGRAM
www.minimax.si

080 14 50



SMART MONEY WOMEN
smartmoneysolutions.com



SPIRIT SLOVENIJA

www.spiritslovenia.si // Skupna stojnica



SKUPNOST SLOVENSKIH PODJETNIC

skupnost-podjetnic.si // Skupna stojnica



ROCHESTER GINGER

www.rochester-ginger.si



STUDIO ŽELEZNA - MIDES NEPREMIČNINE D.O.O.

www.zelezna.si

Železna cesta 16, Ljubljana // 051 489 018 // info@zelezna.si



SONČEK

www.sonchek.com



TERME KRKA

www.termе-krka.com



UMNA, NASTJA MULEJ S.P.

www.nastjamulej.com

Savska cesta 6A 1000 Ljubljana // 041 540 866 // info@nastjamulej.com



URAD ZA INTELAKTUALNO LASTNINO

www.uil-sipo.si



ZEPTER

www.zepter.si



PROMINA

www.promocijska-oprema.si

Sp. Gameljne 36a, 1211 Lj- Šmartno // 040 299 357 // info@promocijska-oprema.si



SLOVENSKO ZDRAVNIŠKO DRUŠTVO

www.szd.si



SLOVENSKI PODJETNIŠKI SKLAD

www.podjetniskisklad.si

SPIRIT RAZSTAVLJALKE



EKOGAIA, D. O. O. , VERONIKA ČOP
www.ekogaia.si

040 840 264 // info@ekogaia.si



JUJA FOODS D.O.O., ANDREJA ILJAŠ
juja.si

Plečnikova ulica 7, 2000 Maribor // 040671234 // info@juja.si



LAKŠMI LIDIJA GRAJFONER S.P., LIDIJA GRAJFONER
laksmisvetovanje.si

Kračine 8 2241 Spodnji Duplek // 041 861 240 // dobramisel3@gmail.com



MOJ SVET UDOBJA, ANJA ŠTAMPAR S.P., ANJA ŠTAMPAR
mojsvetudobja.si

+386 31 604 727 // info@mojsvetudobja.si



PRAVNA PISARNA KNEZ S.P., PRAVNO IN POSLOVNO SVETOVANJE, IRMA SAMANTHA KNEZ, IRMA SAMANTHA KNEZ
pravnapisarnaknez.si

Podbreznik 15, 8000 Novo mesto // 030 385 639 // info@pravnapisarnaknez.si



PROJEKTIRANJE IN OBLIKOVANJE, SARA MUZNIK, S.P., SARA MUZNIK
www.studiomuzi.com

Bled, Slovenija / Berlin, Nemčija // +49 1 751 190 142 // sara@studiomuzi.com



PSIHAKREATIVA, NIKA KAVŠEK S.P
www.psihakreativa.si

041 459 245 // kavsek.nika@gmail.com



REDEAR DESIGN, IZDELOVANJE NAKITA, TINA SVETE S.P., TINA SVETE
www.redear-design.com

Blatna Brezovica 17, 1360 Vrhnika, SI // +386 51 206 240 // tina@redear-design.com



SUVENIR SIVKE VERA MRAK SP, VERA MRAK

Ulica IX. korpusa 20, 6310 Izola // mrak.vera@gmail.com

DRUŽINSKI KROGI, ZAVOD ZA PODPORO DRUŽINAM OB ŽIVLJENJSKIH PREHODIH, SVETOVANJE, IZOBRAŽEVANJE IN RAZISKOVANJE, TATJANA TRAVNIKAR

Slape 14 B, 2323 Ptujška Gora



MARSHMALLOW, URŠKA JUG

urska.jug@hotmail.com



KOKICA D.O.O., ŠPELA LUKAS

thememobook.si

Tržaška cesta 31, 2000 Maribor // 041 525 121 // info@thememobook.si



PODSTREŠJE IDEJ, MARJANA HAFNER

www.podstresjeidej.eu

Kidričeva cesta 39, 4220 Škofja Loka // +386 41 530 637



WOOMOI, SANDRA TIBAUT

www.woomoi.com

+386 40 463 340 // info@woomoi.com



SSP RAZSTAVLJALKE



SKUPNOST
SLOVENSКИH
PODJETNIC



CAT MARKETING, KATJA KRALJ SMREKAR S.P.

www.cat-marketing.si

051 327 013 // katja@cat-marketing.si



EVENTIO

www.ursazorz.com

+386 31 335 581 // ursa.zorz@eventio.si



INŠTITUT ZA RAZVOJ OSEBNOSTNIH VEŠČIN ZAVOD KRATOS LJUBLJANA

www.kratos.si

Vrhovci c. XV/8, 1000 Ljubljana // 041 684 262 // speklenik@kratos.si



Katja Cimermančič

KATJA CIMERMANČIČ S.P., KREATIVNE STORITVE IN SVETOVANJE

katjacimermancic.si

040 625 057 // katja@katjacimermancic.si



ZGODBANET, MATEJA A. KEGEL

www.zgodba.net

040 423 325 // mateja@zgodba.net



MIXER

www.mixer.si

041 744 290 // masa@mixer.si



MOST, VLASTA MLAKAR S.P.

www.vlastamlakar.com

+386 51 317 501 // most.vm@gmail.com



REFLEKSOTERAPIJA, PETRA KOZELJ S.P.

enostavno-naravno.si

petra@enostavno-naravno.si // 031 338 998



MOJFREELANCER, KATJA KURNIK

mojfreelancer.si

Krakovska ulica 21, Voglje, 4208 Šenčur // 031 790 438 // info@mojfreelancer.si



DIGITAL

www.digital.si

mojca.petan@digital.si



MOJA PRAVLJICA, MAJA JOVANOVIČ

www.mojappravljica.si

040 701 701



DIGITALNA MARKETINŠKA AGENCIJA AVOCADO

www.avocadodigitalagency.com

041 278 448 // dunja.gacnik@avocadodigitalagency.com



THE BAG

thebag.si

040 418 777 // info@thebag.si



TASH TASH, GRAFIČNO OBLIKOVANJE

www.tash-tash.com

+386 41 622 333 // tjasa@tash-tash.com



VELNES AJŠA

velnesajsa.si

+386 71 232 972 // info@velnesajsa.si



VIP RAČUNOVODSTVO

Cesta na Loko 7a 1000 Ljubljana



VRTNARIJA TRAJNICE GOLOB-KLANČIČ

www.trajnice.com

Vitovlje 18, 5261 Šempas, SI. // +386 5 307 88 10 // trajnice@trajnice.com

MEDIJSKA PODPORA



Katja Cimermančič

KATJA CIMERMANČIČ

katjacimermancic.si

Magistrica mednarodnih odnosov, certificirana strokovnjakinja za merjenje in analizo komunikacijskih učinkov, nekdanja novinarka, voditeljica in urednica. S 360° vpogledom v delovanje medijev in odnosov z javnostmi. Izkušnje na različnih področjih mi omogočajo, da povezujem ideje, kreiram vsebine, ki izstopajo, in spajam svet medijev ter odnosov z javnostmi. Vrednote, po katerih delujem, so odgovornost in strokovnost, spoštovanje ter osebni pristop in kreativnost.

mixer

MAŠA MIXER, MAŠA O. POPOVIČ

mixer.si

Podjetnicam pomagam eliminirati konkurenco in povečati online prihodke za 6x. Kako? Z osebnim brandom. Gre za preverjen sistem 6 CIKLIČNIH KORAKOV - 6 spiralnih ključev, ki odklepajo vrata do uspešne rasti in razvoja v RAZLIČNIH FAZAH vašega biznisa. To je holistična BLIŽNJICA do dobičkonosnega in vplivnega osebnega branda. V vsakem trenutku jasno veste, kje se nahajate in kaj je vaš naslednji korak.



PODJETNA SLOVENIJA

podjetnaslovenija.si

Mediji znamke Podjetna Slovenija se zavzemajo za vrhunsko, odgovorno in predvidljivo podjetništvo. Namenjeni so podjetnicam, podjetnikom in vsem, ki se zavedajo pomena podjetnosti za blaginjo v družbi. Fokus poročanja je na napovedih, nasvetih, receptih in izkušnjah najboljših. Poleg tega se zavzemajo za etično podjetništvo.



KLEPET OB KAVI

klepetobkavi.si

Klepet ob kavi je platforma za zdrav življenjski slog, neodvisna televizijska produkcija, inštitut za raziskovanje, povsem finančno neodvisen. Krijemo se z nakupi izdelkov, ki jih priporočamo in z dogodki, ki jih organiziramo, radi pa se povežemo tudi s podobno mislečimi podjetji.

Štuōent

REVIJA ŠTUDENT

www.student.si

Revija Študent ima v primerjavi z ostalimi študentskimi revijami najdaljšo zgodovino, saj izhaja že od leta 1997. Je najbolj prepoznavna in brana študentska revija v Sloveniji. Vsebinsko pokriva tematike, ki so v največji meri blizu mladim. Uspešno sodeluje s študentskimi organizacijami, univerzami ter ostalimi društvi in zavodi po vsej Sloveniji. Študentom se je tako predstavilo veliko slovenskih podjetij in tudi že nekatera tuja podjetja po svetu.



EPRVAK.SI

www.eprvak.si

Visoko strokovna in prijazna ekipa bo iz vas naredila spletne prvake. Dvigamo vam prodajo in optimiziramo procese s pomočjo digitalizacije, e-mail marketinga, marketinške avtomatizacije, optimizacije uporabniške izkušnje in ciljane promocije. Rešujemo vam izzive, prihranimo čas, predajamo znanje in vas motiviramo k uspešnejšemu poslovanju.



FOTKAR

fotkar.si

Fotkar – foto stojnica je eden izmed vodilnih ponudnikov photo booth animacij v Sloveniji, za nasmeške in spomine skrbimo od leta 2016

Foto stojnica (photo booth) je trend zabav po vsem svetu in iz izkušenj lahko zagotovimo, da je Fotkar s tiskom fotografij prava atrakcija, kjerkoli se pojavi. Photo booth je odlična ideja za popestritev porok in obletnic, primeren pa je tudi kot atrakcija na promo dogodkih podjetij.



MATERIALNI SPONZORJI

areon
QUALITY PERFUME

favn

*Language
Magic
Adventures*



MATIVA
GROUP

**SMART
MONEY**
WOMEN

 **Beletrina
Digital**

Herbalife

barcaffé

SPONZORJI POSEBNIH NAGRAD



areon
QUALITY PERFUME

tash  *tash*
G.+W. DESIGN & PHOTOGRAPHY

minimax

 **I.C.O.N.**

Select**Box**

SONČEK obišči
svet!

SUPERNOVA ●
Sledite svojim željam


sovita

Posebne zahvale za
prijazno postrežbo

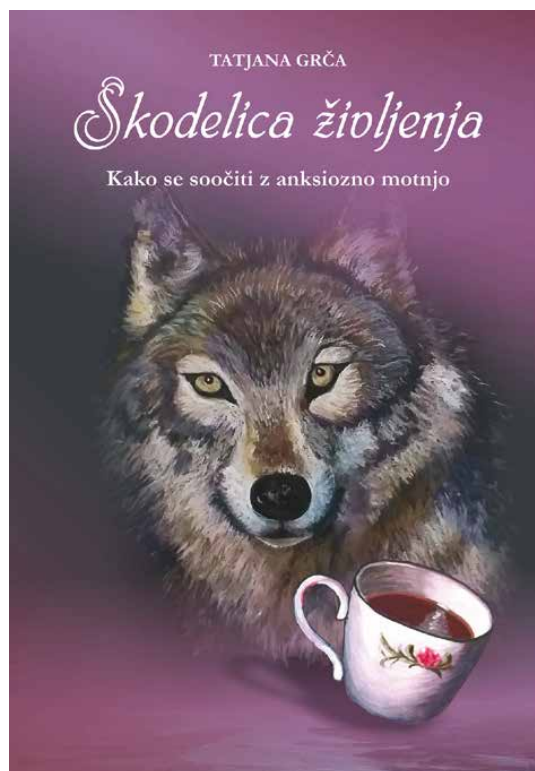
**ZAJTRK
PODJETNIC**

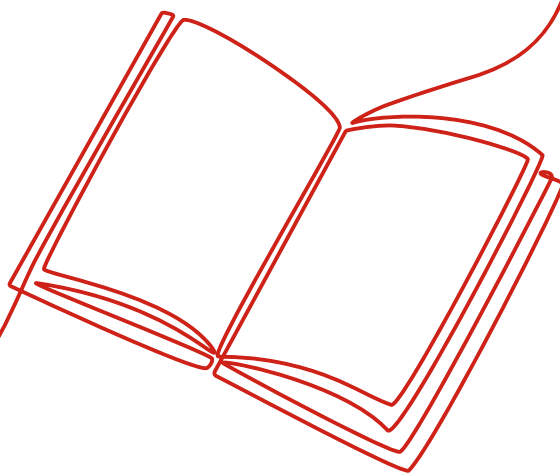
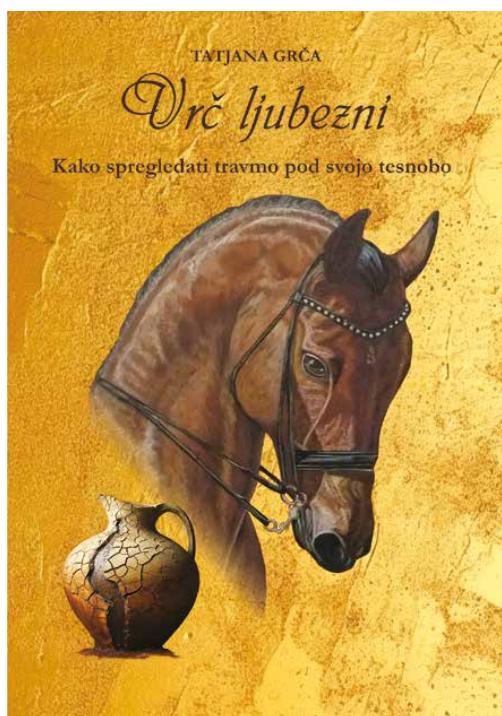
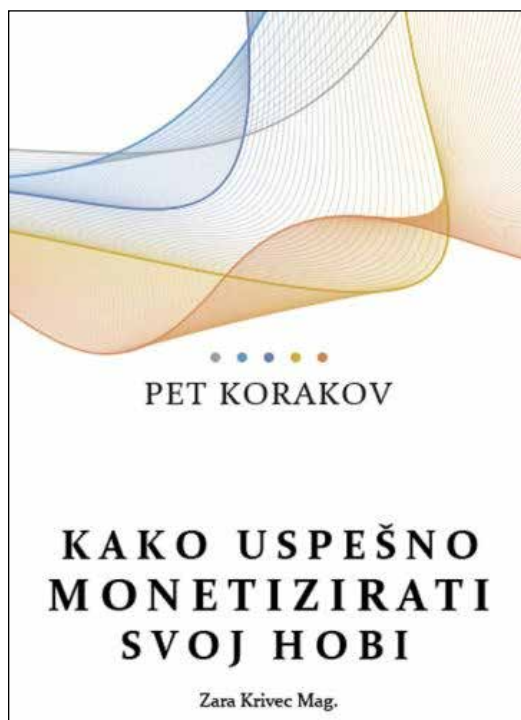

anjini
domači štruktli
izključno z rokami in dušo

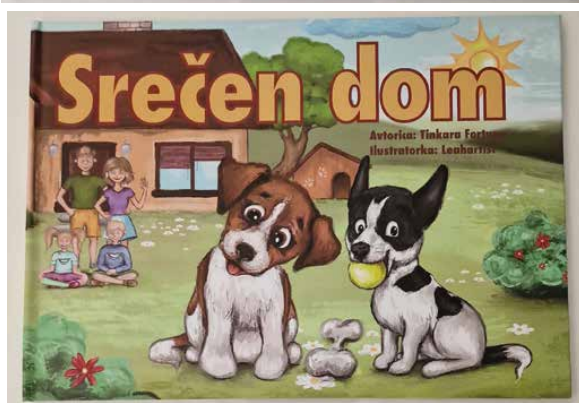



Sugar U
DIABETES & YOU

knjigarna 500 PODJETNIC







ZAPISKI

This image shows a blank sheet of white paper designed for writing. It features horizontal blue ruling lines spaced evenly across the page. A single vertical red margin line runs down the right side, creating a narrow column for notes or a reference. The paper is otherwise empty, with no text or markings.

ZAPISKI

This image shows a full page of blank handwriting practice paper. It features approximately 28 evenly spaced horizontal red lines across its entire width, providing a guide for letter height and placement. The background is a clean, solid white color. There are no margins, text, or other markings present on the page.[illegible]