



PODJETNI IN INOVATIVNI FRIZERJI: SLOVENSKA PRAVLJICA ALI PREBUJANJE V RESNIČNOST?

*(SUPERSTYLISH 2011: ANGELO SEMINARA: BRITANSKI FRIZER
LETA PRVIČ V SLOVENIJI)*

RAZISKOVALNA NALOGA



Avtorica: Špela Terglav

Mentorici:

- *Karmen Kranjec, prof.univ. dipl. ekon.*
- *Katja Teršek, prof.univ. dipl. ekon.*

Šol. leto: 2011/12

Celje, marec 2012

POVZETEK

Raziskovalna naloga je posvečena primerjavi med uspehom nekaterih svetovno uspešnih frizerjev in njihovo "podjetniško žilico".

Podjetništvo je proces ustvarjanja novega in prevzemanja tako nagrad kot tudi tveganja. Bolj kot same osebnostne in okoljske lastnosti podjetnika določa to kar počne, da bi uresničil priložnost, ki mu je dana. Podjetništvo je predmet gospodarstva, ki ga sestavljajo različne panoge. Vsaka panoga zahteva za svoj obstoj uspešne podjetnike in podjetja. Nobena izjema ni niti frizerstvo. Na območju Celja, Štor, Vojnika in Dobrne je 78 registriranih frizerskih salonov. V Sloveniji jih je okoli 2000. Večina je prijavljenih kot s.p. Siva ekonomija je močno prisotna tudi v frizerski dejavnosti, kjer frizerji delo opravijo brez dovoljenj, za kar strankam ne zaračunavajo davka. Poklic frizerja je zelo pomemben, saj opravlja storitev, ki lahko spremeni posameznikov videz in samopodobo.

Za uspešno razvijanje frizerske stroke v bodoče je nujna njena povezanost s podjetništvom in z ekonomskimi cilji. Slednja se izraža z vlaganji v dodatno izobraževanje na modnih »akademijah« in promociji v medijih. Nujno je potrebno dobičke vlagati v vzgojo in nenehno izobraževanje mladih kadrov.

V zvezi s frizersko dejavnostjo sem se udeležila "šova" Superstylish 2011: Angelo Seminara, kjer sem pridobila tudi glavne intervjuje, na katerih sem gradila raziskovalno nalogo.

SUMMARY

This research work was meant to compare the success and the talent with business, of some world famous hairdressers.

Enterprise is a process of making something new as well as taking the risk or rewards. More as by personal or environmental nature, contractor is determined by what he does, to realize the opportunity he sees. The enterprise is a part of every economy, made of different branches. Each branch in order to survive needs successful enterprise and contractor. No exception is a hairdressing business. In the region of Celje, Štor, Vojnik and Dobrna there are 78 registered hairdressings salons. In Slovenia we have around 2000 of them. Majority are registered as small businesses. Grey economy is also plays great part of hairdressers branch. Hairdressers work without work permit and they also don't pay taxes. As well it is a responsible work, because one can change one's look, or self-consciousness.

For successful development of hairdressing business it is necessary to tie business and economy goals, which means investing into an extra education at fashion academies and promotions in social media. It is also important to invest profit into education of young generations.

I have visited the show Superstylish 2011: Angelo Seminara, where I got main interviews on which I have based this research project/work.

VSEBINA

1	OPREDELITEV NALOGE in RAZLOGOV ZA IZBRANO TEMO.....	1
2	PREDSTAVITEV METODOLOGIJE	2
2.1	CILJI IN NAMEN RAZISKOVALNE NALOGE.....	2
2.2	VZOREC	3
2.3	HIPOTEZE:	3
2.4	METODE DELA	4
2.5	OBDELAVA PODATKOV	5
2.6	OMEJITVE.....	5
3	TEORETIČNI DEL – PODJETNIŠTVO	6
3.1	PODJETNIŠTVO V NAŠEM ČASU in PRETEKLOSTI	6
3.2	KRATEK ZGODOVINSKI PREGLED PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	7
3.3	KAJ JE PODJETNIŠTVO in KDO PODJETNIK?.....	7
3.4	PODJETNIŠKE LASTNOSTI	8
3.5	PODJETNIKI IN NJIHOV VPLIV NA GOSPODARSTVO.	10
3.6	FRIZERSTVO	11
3.7	SIVA EKONOMIJA V FRIZERSKI INDUSTRIJI	11
3.8	ZAKAJ SO FRIZERSKE STORITVE ZA ŽENSKÉ DRAŽJE KOT ZA MOŠKE?13	
4	EMPIRIČNI DEL – INTERVJUJI IN ANKETE	14
5	FRIZERSKE STORITVE V SLOVENIJI	15
5.1	STEVO HAIR ACADEMY	15
5.2	INTERVJU Z LASTNIKOM SLOVENSKE FRIZERSKE AKADEMIJE (STEVO ACADEMY) STEVOM PAVLOVIČEM.	16
5.3	INTERVJU Z LASTNIKOM FRIZERSKEGA SALONA GATH IN SOORGANIZATORJEM ŠOVA SUPERSTYLISH GAŠPERJEM SEDMINEKOM.....	19
5.4	MATIJA ČRETNIK – LONDONSKA AKADEMIJA.....	21
6	FRIZERSKE STORITVE V VELIKI BRITANiji	27
6.1	ANGELO SEMINARA – DVAKRATNI BRITANSKI FRIZER LETA.....	27
6.2	INTERVJU Z ANGELOM SEMINARA.....	28
7	FRIZERSKE STORITVE NA HRVAŠKEM	30
7.1	INTERVJU S HRVAŠKO FRIZERKO LETA IVANO BAJSIĆ.....	31
8	SUPERSTYLISH.....	34

8.1	NAJNOVEJŠI PROJEKT: ANGELO SEMINARA: BRITANSKI FRIZER LETA PRVIČ V SLOVENIJI.....	35
8.2	INTERVJU Z ORGANIZATORJEM ŠOVA SUPERSTYLISH 2011: DEJANOM TAMŠETOM.....	37
9	ANALIZA INTERVJUJEV	39
9.1	PRIMERJAVA FRIZERSKIH AKADEMIJ.....	39
10	ANALIZA PODATKOV ANKETNEGA VPRAŠALNIKA	41
11	ANALIZA RAZISKOVALNE NALOGE – POTRDITEV ALI ZAVRNITEV HIPOTEZ 50	
12	ZAKLJUČEK.....	52
13	VIRI IN UPORABLJENA LITERATURA.....	54
13.1	LITERATURA	54
13.1.1	INTERNETNI NASLOVI.....	54
13.1.2	KNJIGE	55
13.2	USTNI VIRI	56
13.3	AVDIO-VIZUALNI VIRI.....	57
13.3.1	SLIKE.....	57
13.3.2	POSNETKI.....	57
13.3.3	MATERIALNI VIRI.....	57
14	PRILOGE	58

KAZALO SLIK

Slika 1: Logotip Superstylisha (vir: Salon GATH).....	1
Slika 2: Plakat (vir: Salon GATH)	1
Slika 3: Angelo Seminara ob pripravah za šov (Foto: Gregor Katič)	2
Slika 4: Angelo in Gašper (Foto: Studio Gath)	4
Slika 5: Struktura podjetij po področjih dejavnosti v letu 1990.....	6
Slika 6: Podjetnik in "njegov svet" (vir: http://www.poslovnisvet.si/clanki/podjetnistvo-podjetnik)	10
Slika 7: Črna ekonomija v frizerski industriji.	11
Slika 8: Angelo Seminara – tik pred "šovom"	13
Slika 9: Gašper in Marika Savšek	13
Slika 10: Stevo Pavlovič (vir: http://beta2.finance-pavlovic_stevo).....	15
Slika 11: Stevo (vir: http://finance-on.net_pavlovic_stevo).....	16
Slika 12: Stevo na Alternative Hair show-u v Londonu (vir: http://www.arhivo.com/-stevo.jpg)	18
Slika 13: Gašper Sedminek (Foto: Studio GATH).....	20
Slika 14: Logo: Matia Mirage (vir: Matija Č.).....	21
Slika 15: Angelo pred "šovom" (vir: Studio GATH).....	217
Slika 16: Angelo Seminara (vir: Studio GATH).....	29
Slika 17: Ivana Bajsić (vir: osebni arhiv Ivane Bajsić).....	30
Slika 18: Ivana ob prejetju nagrade (vir: osebni arhiv Ivane Bajsić)	33
Slika 19: Logo Superstylisha 2011.....	34
Slika 20: SUPERSTYLISH 2011! (Foto: Gregor Katič, Mateja Orožim, Nina Baša; make up: Salon lepote Urška)	35
Slika 21: Dejan Tamše in Angelo Seminara (foto: Gregor Katič)	38

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Spol anketirancev.....	41
Graf 2: Zakaj si se odločil za poklic frizerja?	42
Graf 3: Ali spremljaš zadnje modne smernice frizur?.....	43
Graf 4: Ali se strinjaš, da so podjetniške lastnosti in ekonomski cilji ključ do uspeha?.....	44
Graf 5: Ali želiš svoje znanje v prihodnosti nadaljevati na kateri od londonskih akademij? ..	45
Graf 6: Imaš namen svoje znanje po končani srednji šoli izpopolnjevati pri katerem od znanih frizerskih salonov v Sloveniji?	46
Graf 7: Ali veš, da je 13.11.2011 v Žalcu potekal modni spektakel in šov Superstylish 2011: <i>Angelo Seminara prvič v Sloveniji</i> ?	47
Graf 8: Koliko po tvojem mnenju lasten imidž in kreativnost prispevata k uspehu frizerja?..	48
Graf 9: Želiš v prihodnosti odpreti lasten frizerski salon?	49

KAZALO TABEL

Tabela 1: Akrostih PODJETNIŠTVO.....	9
Tabela 2: Uspešen podjetnik	10
Tabela 3: Primerjava cen frizerskih storitev med državami.....	40
Tabela 4: Spol anketirancev	41
Tabela 5: Zakaj si se odločil/-a za poklic frizerja?.....	42
Tabela 6: Ali spremljaš zadnje modne smernice frizur?	43
Tabela 7: Ali se strinjaš, da so podjetniške in ekonomske lastnosti ključ do uspeha frizerja? ..	44
Tabela 8: Želiš svoje znanje v prihodnosti nadaljevati na kateri od londonskih akademij?	45
Tabela 9: Ali imaš namen svoje znanje po končanem šolanju nadgrajevati na kateri od znanih slovenskih frizerskih hiš?	46
Tabela 10: Ali veš, da je 13.11.2011 v Žalcu potekal modni spektakel in šov <i>Superstylish 2011: Angelo Seminara prvič v Sloveniji</i> ?	47
Tabela 11: Koliko po tvojem mnenju lasten imidž in kreativnost prispevata k uspehu frizerja?	48
Tabela 12: Želiš v prihodnosti odpreti svoj lasten frizerski salon?	49

UVOD

1 OPREDELITEV NALOGE in RAZLOGOV ZA IZBRANO TEMO

Za raziskovalno nalogo sem se odločila, ker me je kot dijakinjo Srednje ekonomske šole Celje in navdušeno modno poznavalko zanimala povezava med uspehom nekaterih svetovno uspešnih frizerjev in njihovo "podjetniško žilico". S primerjalno analizo med različnimi trgi želim ugotoviti, kakšne so možnosti razvoja frizerske dejavnosti v Sloveniji. V ta namen sem se udeležila tudi modnega spektakla *SUPERSTYLISH 2011: ANGELO SEMINARA: BRITANSKI FRIZER LETA PRVIČ V SLOVENIJI*.



Slika 1: Logotip Superstylisha (vir: Salon GATH)

Z raziskovalno nalogo želim ugotoviti razvitost slovenskega frizerskega trga in ga na podlagi intervjujev, ki sem jih izvedla, primerjati s hrvaškim in z britanskim trgom. Zaradi priložnosti, ki mi je bila dana, sem se odločila tudi za primerjavo nekaterih svetovno poznanih frizerskih akademij. Svoje hipoteze sem obravnavala tudi s pomočjo dijakov srednje Frizerske šole Celje.

Zaradi že prej omenjene omejitve na slovenski, hrvaški in britanski frizerski trg sem se tudi pri primerjavi teh akademij omejila na te tri predpostavke, ki se med seboj sistematično povezujejo.

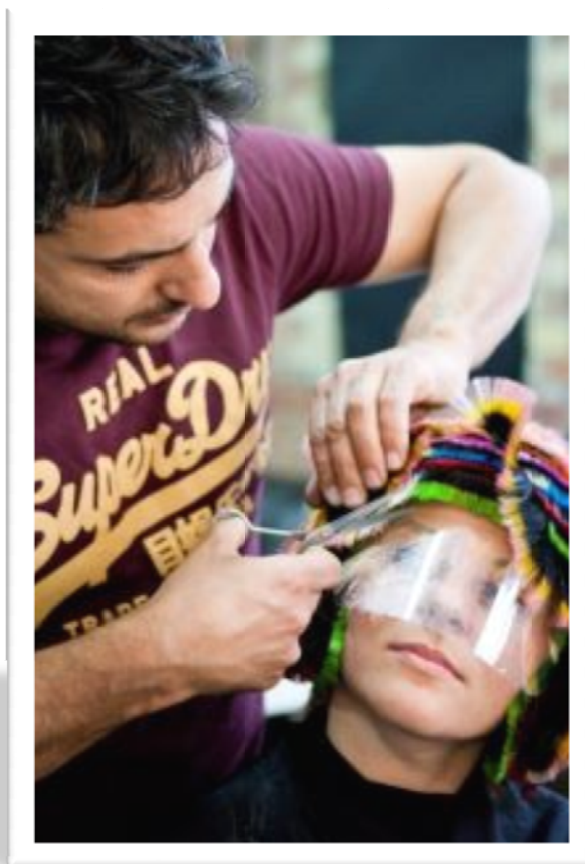


Slika 2: Plakat (vir: Salon GATH)

2 PREDSTAVITEV METODOLOGIJE

2.1 CILJI IN NAMEN RAZISKOVALNE NALOGE

- Namen raziskovalne naloge je, da ugotovim in predstavim razlike treh frizerskih trgov (SLO, HR, GB) in vzroke zanje. Ugotoviti želim tudi stopnjo inovativnosti in podjetništva slovenskih frizerjev ter kako se ti dve predpostavki dopolnjujeta pri uspehu slovenskih in nekaterih svetovno znanih frizerjev.
- Moj cilj naloge je, da predstavim stopnjo podjetnosti in inovativnosti slovenskih frizerjev v primerjavi s tujimi. Prav tako želim osvestiti vse mlade s talentom in željo za frizerski poklic o pomembnosti frizerske industrije in njenega razvoja.
- Primaren cilj te raziskovalne naloge pa je, da pripomorem k odpravi stereotipa, da se za frizerski poklic odločajo večinoma dijaki s slabim učenim uspehom. Mnogi uspešni frizerji in frizerke so vsak na svoj način opisali, zakaj so ta poklic vzljubili in zakaj v njem uživajo.



Slika 3: Angelo Seminara ob pripravi za šov (Foto: Gregor Katič)

2.2 VZOREC

Moj vzorec je predstavljala ena starostna skupina dijakov tretjih letnikov srednje Frizerske šole Celje. Anketiranih je bilo 39 dijakov. Na voljo sta bila dva oddelka tretjih letnikov. Za dijake sem se odločila na podlagi njihovega zaključevanja šolanja. S tem predvidevam, da so pridobili že zadostno količino znanja in izkušenj za pridobitev jasnih in objektivnih rezultatov anketnega vprašalnika. Pridobljene podatke sem primerjala z zaključki iz intervjujev svetovno znanih frizerskih imen.

2.3 HIPOTEZE:

Vsebinsko hipotez navezujem na proučevanje in primerjavo intervjujev, ki sem jih opravila, ter anketo med dijaki.

Hipoteza 1: *Večina slovenskih strank je zavezana h konstantni frizuri, kar je posledica vpliva frizerjev, ki se ne udeležujejo seminarjev povezanih z zadnjo modo (se ne izobražujejo na akademijah).*

Hipoteza 2: *Stopnja frizerske izobraženosti slovenskih frizerjev je nizka, kar je posledica dragega izobraževanja v tujih državah (in predvsem v Londonu) ter slabe osnovne izobrazbe.*

Hipoteza 3: *Podjetniške in ekonomske lastnosti so ključ do popolnega uspeha kreativnega frizerja.*

Hipoteza 4: *Večina anketiranih dijakov srednje Frizerske šole Celje ni bila seznanjena z modnim šovom Superstylish 2011: Angelo Seminara.*

Hipoteza 5: *Lasten imidž in kreativnost frizerja ne vplivata na njegov uspeh.*

Hipoteza 6: *Večina anketirancev želi v prihodnosti odpreti svoj lasten frizerski salon.*

2.4 METODE DELA

V teoretičnem delu sem uporabila sekundarne vire. Podatke sem pridobivala iz učbenikov in strokovnih knjig na temo podjetništva in ekonomije.

Za potrditev oz. zavrnitev hipotez sem izvedla primarne raziskave in sicer:

- izvedla sem anketo na srednji Frizerski šoli Celje,
- analiza pisnih virov,
- analiza ustnih virov,
- intervju z organizatorjema Superstylisha: Gašperjem Sedminekom ter Dejanom Tamšetom,
- intervju z lastnikom StevoHairAcademy: Stevom Pavlovičem,
- intervju s solastnico IDEAAcademy: Ivano Bajsić,
- intervju z rednim obiskovalcem akademije v Londonu ter profesorjem na srednji Frizerski šoli Celje: Matijo Čretnikom,
- izvedla sem anketo na srednji Frizerski šoli Celje,
- metoda fotografiranja,
- metoda diktafoniranja,
- metoda snemanja,
- obiskala sem modni šov»**SUPERSTYLISH 2011: ANGELO SEMINARA: BRITANSKI FRIZER LETA PRVIČ V SLOVENIJI**«, kjer sem pridobila slikovno gradivo in intervjuje;
- primerjala sem 3 frizerske akademije, ki se sistematično povezujejo s primerjavo frizerskih trgov.



Slika 4: Angelo in Gašper (Foto: Studio Gath)

2.5 OBDELAVA PODATKOV

Raziskovalno nalogo sem izdelala s programom Microsoft Office Word (2007), pridobljene podatke iz anketnega vprašalnika in intervjujev pa sem obdelala v programu Microsoft Office Excel.

Nalogo je lektorirala ga. Verica Jurak, prof.

2.6 OMEJITVE

V nalogi sem si postavila omejitve:

- Časovno: prikazala sem razvoj frizerskih trgov zadnjega desetletja (od leta 2000 dalje).
- Krajevno: krajevnih omejitev si nisem postavljala, saj sem z obiskom šovaSuperstylish pridobila edinstveno možnost, da opravi intervju z Angelom Seminara.
Pri opravljanju ankete sem se omejila na srednjo Frizersko šolo (in sicer na razpoložljivo populacijo zadnjih letnikov, ki v veliki večini izhajajo iz celjske regije).
- Vsebinsko: omejila sem se na pridobivanje podatkov z anketo, intervjuji ter udeležitvijo šovaSuperstylish 2011: Angelo Seminara. Zavedala sem se tudi, da vsi anketirani srednješolci niso iz okolice Celja, vendar sem pričakovala, da spremljajo dogodke, ki se tičejo njihove stroke.

3 TEORETIČNI DEL –PODJETNIŠTVO

Podjetništvo je proces, v katerem z uporabo potrebnega časa in napora ustvarimo nekaj, kar ima novo, večjo vrednost, pri čemer se srečamo s finančnimi, psihološkimi in socialnimi tveganji, rezultat pa je nagrada v denarni obliki ali osebno zadovoljstvo ter neodvisnost. Slednje se še posebej izraža v kreativnosti frizerskega poklica.

3.1 PODJETNIŠTVO V NAŠEM ČASU in PRETEKLOSTI

Zgodovina je vzročno-posledična veda, to se kaže tudi pri razvoju podjetništva. Posledice nekaterih slabih zgodovinskih odločitev (predvsem ekonomskih) danes plačujemo vsi. Najbolj skrb vzbujajoče pa je dejstvo, da slabim odločitvam kar ni videti konca ...

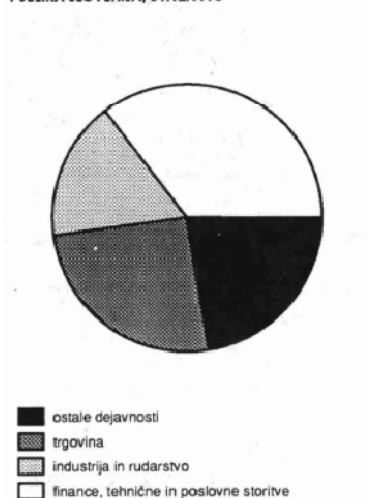
Podjetništvo je zgodovinsko gledano povezano z obdobji velikih družbenih sprememb.

Zato govorimo o treh stopnjah razvoja podjetništva:

1. **PREHOH IZ KMETIJSTVA V INDUSTRIJSKO OBDOBJE:** To zaznamujejo predvsem tehnične inovacije, kot sta parni stroj in pojav železnic.
2. **RAZVOJ VELIKIH PODJETIJ ZNANIH KOT KORPORACIJE.** Vodilne dejavnosti so prehajale od premogovništva na jeklarstvo, kemijsko, avtomobilsko in ladjedelsko industrijo.
3. **RAZVOJ STORITVENIH DEJAVNOSTI:** Te delimo v osebne (npr. **frizerstvo**, ki je v tistem času doživljalo velik vzpon prav zaradi invazije novonastalih podjetij) in poslovne storitve.

Leta 1990 je bilo po podatkih statističnega urada RS popisanih 14.597 podjetij. Od tega je bilo največ podjetij usmerjenih v finance, tehnične in poslovne storitve. Ostale dejavnosti, kamor spada tudi frizerstvo, pa so bile na drugem mestu po številu ustanovljenih podjetij.

STRUKTURA PODJETIJ PO PODROČJIH DEJAVNOSTI, REPUBLIKA SLOVENIJA, 31.12.1990



Slika 5: Struktura podjetij po področjih dejavnosti v letu 1990

3.2 KRATEK ZGODOVINSKI PREGLED PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Na začetku 90. let prejšnjega stoletja smo se v Sloveniji odločili za:

- a) TRŽNO GOSPODARSTVO (menjava gospodarskega sistema).
- b) TIHA REVOLUCIJA (kažejo se predvsem skozi stotine ali celo tisočine novonastalih podjetij).
- c) SPREMEMBE GOSPODARSKE STRUKTURE (razvoj sekundarnih in terciarnih dejavnosti).
- d) SPREMEMBE ZUNANJE PODOBE SLOVENSКИH KRAJEV (posledica industrializacije in drugih gospodarskih sprememb).

Za ustanavljanje podjetij v Sloveniji v začetku 90. let so se odločali predvsem:

- a) Nekdanji zaposleni v srednjih in večjih družbenih podjetjih. Za to so se odločali predvsem zaradi inovativnih zamisli in izkušenj, ki so jih pridobili ob delu. Drugi razlog za ustanavljanje je želja posameznikov po avtonomnem življenju in boljši socialni oskrbi.
- b) Srednji vodstveni delavci in člani timov.
- c) Uspešni obrtniki, ki so si s tem pridobili večjo možnost za rast in širjenje svoje obrti.
- d) Brezposelni, ki so jih pritegnili programi samozaposlovanja.
- e) Ljudje, ki so opravljali "svobodne poklice", pridejo v profesionalizacijo.

3.3 KAJ JE PODJETNIŠTVO in KDO PODJETNIK?

Podjetništvo je proces, v katerem z uporabo potrebnega časa in napora ustvarimo nekaj, kar ima novo, večjo vrednost, pri čemer se srečamo s finančnimi, psihološkimi in socialnimi tveganji, rezultat pa je nagrada v denarni obliki ali kot osebno zadovoljstvo in neodvisnost.

Podjetnik je posameznik ali podjetniški tim, ki inovira in uresničuje, ki je sposoben prepoznati in izkoristiti poslovno priložnost, jo razviti v izvedljivo in tržno zanimivo idejo, vzpostaviti organizacijo za uresničitev poslovne ideje ter z vložkom časa, naporov, denarja in spretnosti ob sodelovanju drugih ustvariti novo dodano vrednost. Pri tem prevzema tveganje na konkurenčnih trgih in ob uspehu požanje nagrado za svoje podjetniško ravnanje.

Podjetnika so proučevali:

- **Richard Cantillon** (podjetnik je specializiran za organizacijo poslovnih aktivnosti, prevzema tveganje, da bi ustvaril dobiček).
- **Jean Baptiste Say** (podjetnik je usklajevalec resursov proizvodnega procesa).
- **Joseph Alois Schumpeter** (podjetnik uporablja inovacije, ustvarjalno ruši ekonomsko ravnotežje, tako da uvaja nove produkte in storitve in vzpostavlja nova ravnotežja, je inovator).

3.4 PODJETNIŠKE LASTNOSTI

V podjetniški literaturi so se pogosto pojavljale razprave o tem, ali obstajajo določene podjetniške lastnosti, ki bi razlikovale podjetnike od nepodjetnikov. Preučevali so, kaj je vodilo posameznike, da so se odločili za zagon podjetja, katere vrednote, stališča so jih spodbudila. Nekateri so se ogreli za teorijo, da so **”podjetniki rojeni”**, da jih torej ne moremo **”narediti”**. Drugi so menili, da lahko zunanji dejavniki, družbeno okolje bistveno vplivajo na to, da se posamezniki, ki imajo določene podjetniške ”nastavke”, odločijo za posel.

Lahko razlikujemo tri skupine pogledov:

McClelland je razvil **model osebnih prirojenih lastnosti**, ki pravi, da obstaja poseben splet osebnostnih značilnosti, ki razlikuje podjetniške posameznike od ostalih.

Izstopajo predvsem lastnosti:

- odnos do tveganja,
- izrazita potreba po uspehu in dosežkih,
- težnja k samouresničenju z dejanji,
- nestrpnost,
- težnja k vodenju.

Kets de Vries je razvil model psihodinamike, ki šteje podjetniško znanje kot nekaj nekonvencionalnega, neobičajnega, za nekakšen odklon oz. deviantnost.

Izstopajo predvsem lastnosti:

- življenje v trdih, sovražnih in neugodnih okoljih;
- da se oprejo na ”lastne sile”;
- poslujejo kot neodvisni osebk;
- se izognejo podrejenemu družbenemu položaju in dokažejo da so lahko uspešni;
- agresiven, vase zazrt odnos do družbe;
- močan čut za neodvisnost, svobodo.

Vendar pa trde, neugodne življenjske izkušnje niso vedno spodbujale podjetništva, temveč disciplinirano delo v vlogi delojemalcev.

Tretji model sta razvila **Gibb in Ritchie (model družbenega razvoja)**, po katerem naj bi družinske, družabne, izobrazbene in delovne izkušnje vplivale na to, kdo ravna kot podjetnik. Res je, da družinski vzori, posebne delovne, življenjske in izobrazbene izkušnje. Mnogi podjetniki izvirajo iz družinskih tradicij, kjer so že v otroških letih spoznali logiko poslovanja, pri startu so si pomagali z družinskim premoženjem in poslovnimi poznanstvi. Toda podjetniki izhajajo tudi iz drugačnih okolij (primer Steva Jobsa, ki je preživel težko otroštvo po tem, ko ga je mati zapustila), zato je težko oceniti, koliko družbene in druge okoliščine vplivajo na podjetniške odločitve ljudi.

Bolj kot same osebnostne in okoljske lastnosti pa podjetnika določa to kar počne, da bi uresničil priložnost, ki jo je zapazil v okolju:

P	Preučuje želje in potrebe ljudi v svojem okolju, pri katerih jim lahko nekaj ponudi oz. izboljša način njihovega zadovoljevanja.
O	Oži spisak možnih poslovnih priložnosti na tisto, ki po njegovi oceni obeta največ in si jo bo izbral za realizacijo.
D	Domisli se inovativne ideje ali inovativnega opravljanja posla.
J	Jasno in temeljito premisli o priložnosti in ideji.
E	Evidentira najboljše možne vire nasvetov in pomoči za uspešno opravljanje posla, ki jih lahko najde.
T	Temeljito načrtuje posel in premisli, kakšni problemi bi se lahko pojavili pri opravljanju konkretnega posla.
N	Našteje in razvrsti po pomenu, torej rangira tveganja in možni zaslužek.
I	Identificira in ovrednoti ta tveganja in možne nagrade in se odloči, ali bo šel v posel ali ne.
Š	Športno prenese morebiten neuspeh, se iz njega nauči, kako postati uspešnejši, uspešen posel pa mu da občutek, da je izpolnil določeno poslanstvo.
T	Trma zanj ni smotrna: čeprav je zelo zagledan v svojo idejo , pa ne "visi" na njej za vsako ceno, če raziskava trga pokaže, da z njo ne more uspeti.
V	Vselej zaposli najboljše sodelavce in zna zbrati in organizirati vsa ostala sredstva, potrebna za posel (ko se zanj odloči).
O	Opozarja samega sebe in sodelavce, da vsak podjetniški projekt zahteva daljše obdobje in trdo delo.

Tabela 1: Akrostih **PODJETNIŠTVO**.

3.5 PODJETNIKI IN NJIHOV VPLIV NA GOSPODARSTVO

Podjetniki, ki spremljajo, kaj so želje ljudi, ugotavljajo stvarno povpraševanje in potem proizvajajo primarne proizvode in storitve ter so tako "motor" vsakega gospodarstva. V gospodarstvo vnašajo **razvoj, dinamiko, novosti**. Vselej namreč težijo, da bi naredili stvari boljše in sprejemajo nove izzive tehnologije, trga in konkurence.



Slika 6: Podjetnik in "njegov svet" (vir: <http://www.poslovnisvet.si/clanki/podjetnistvo-podjetnik>)



Tabela 2: Uspešen podjetnik

3.6 FRIZERSTVO

Podjetništvo je torej predmet vsakega gospodarstva, ki ga sestavljajo različne panoge. In vsaka panoga zahteva za svoj obstoj uspešne podjetnike in podjetja. Nobena izjema ni niti **frizerstvo**. Mnoge ob besedi "frizerstvo" obdajo asociacije, ki niso povezane s podjetništvom. V tej raziskovalni nalogi pa vam želim predstaviti nasprotno. Zato sem pričela s statistiko. Na Obrtniški zbornici Slovenije – OE Celje sem pridobila podatek, da je na območju Celja, Štor, Vojnika in Dobrne **78registriranih** frizerskih salonov. Prav tako jih je v Sloveniji okoli **2000**. Večina jih je prijavljenih kot **s.p.** Za ustanovitev frizerskega salona je frizer uporabil podjetniška znanja ali pa je za to najel menegerja. (kot npr. Stevo Pavlovič, ki mu je na samem začetku pomagal priznan slovenski marketinški guru **Aleš Lisac**). Kot velik problem se v frizerski industriji pojavlja delo na "črno". Ta problem je podrobneje predstavljen v naslednjem poglavju.

3.7 SIVA EKONOMIJA V FRIZERSKI INDUSTRIJI

Siva ekonomija se pojavlja praktično na vseh področjih. Močno prisotna je tudi v frizerskidejavnosti, kjer izvajalci storitev opravijo brez potrebnih dovoljenj, za kar svojim strankam ne zaračunavajo davka na dodano vrednost. Tako so storitve cenejše, zaslužek pa lahko izvajalec v celoti zadrži zase. Frizerstvo ni poklic hitrega zaslužka, saj se morajo frizerji posvetiti vsakemu posamezniku posebej. Stranko morajo znati sprejeti, jo poslušati in ponuditi vedno nekaj novega. Delo na črno se pri frizerjih pojavi, ko zaposleni v frizerskem salonu to dejavnost opravljajo še kje drugje, vendar tega ne prijavijo skladno z zakonskimi predpisi. Prav tako lahko lastniki salonov delajo na črno kar v svojem salonu (lahko tudi kje drugje) in stranke »sfrizirajo« brez računa. Z delom na črno se ukvarjajo tudi brezposelni frizerji in tisti, ki se še vedno šolajo. Prav tako se pojavlja tudi zaposlovanje na črno, pri katerem lastnik salona ne prijavi svojih zaposlenih.



Slika 7: Črna ekonomija v frizerski industriji

Motivi za delo na črno v frizerstvu so torej različni. V večini je glavni motiv čim hitrejši zaslužek. Obstajajo pa tudi frizerji, ki svojo dejavnost radi opravljajo doma, kjer imajo bolj pristen odnos s strankami in so tako lahko bolj ustvarjalni in samostojni. Velik pomen pri obiskovanju frizerjev, ki delajo na črno, so predvsem nižje cene kot v frizerskih salonih. Frizerji, ki delajo na črno, se še ne bojijo sankcij, ki jih lahko doletijo po Zakonu o preprečevanju dela in zaposlovanja na črno, ki od lani (2010) uvaja višje globe, več omejitev in strožji nadzor nad črno in sivo ekonomijo. O delu na črno je spregovorila frizerka, ki ima v Celju lasten frizerski salon, saj ima vsaka zgodba dve plati. Le-ta o delu na črno nima preveč dobrega mnenja, saj jim po njenem mnenju taki frizerji jemljejo relativno veliko potencialnih strank in jih tako na trgu postavljajo v neenak položaj. Frizerji, ki niso naklonjeni črni ekonomiji, navajajo tudi večjo kvaliteto frizerskih preparatov in striženja v svojih salonih, tako se razlikujejo od frizerjev, ki delajo na črno. Ob vprašanju po ceni njihovih storitev so vprašani frizerji precej časa zavlačevali in poudarjali pomembnost kvalitete dela ter plačevanja davkov, na koncu pa le priznali, da se že cene striženja kratkih las gibljejo okrog trideset evrov. Poklic frizerja je dandanes zelo pomemben, saj opravlja storitev, ki lahko spremeni posameznikov zunanji videz. Le-to pa ni drugotnega pomena, saj je človek s svojo urejeno zunanostjo obravnavan kot bolj samozavesten in uspešen v družbi. Po povpraševanju po nekaterih ljubljanskih frizerskih salonih in med strankami le-teh se cene gibljejo od petnajst in vse tja do tristo evrov (v nadaljevanju sem predstavila razlike med hrvaškim, britanskim in slovenskim trgom, cene sem navajala v povprečju). Za vstavitev lasnih podaljškov se odšteje še več.

“Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije vsebuje Sekcijo frizerjev, ki združuje 2550 članov, ki opravljajo frizersko dejavnost. Sekcija sodeluje pri sami zakonodaji, kjer jo spreminjajo, dopolnjujejo ali oblikujejo. Že vrsto let se je zavzemala za znižanje stopnje DDV na 8,5 % za frizerske storitve, ki je v veljavi od 1. januarja 2010. Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije se že vrsto let ukvarja z delom na črno. Dušan Krajnik pravi: »OZS nima podatkov, ali je delo na črno pogosto, saj pristojnosti nimamo. Verodostojne podatke o delu na črno pri frizerski storitvi ima DURS (Davčna uprava Republike Slovenije) ali CURS (Carinska uprava Republike Slovenije), katera ima tudi možnost dostopa do samega doma, DURS pa ne. Delo na črno je praktično nemogoče najti, saj ni nobene pogodbe, le malo število ljudi pa prijavi delo na črno.«”

Povzeto po: (<http://www.spletniklin.si/index.asp.prispevek.clanek>)

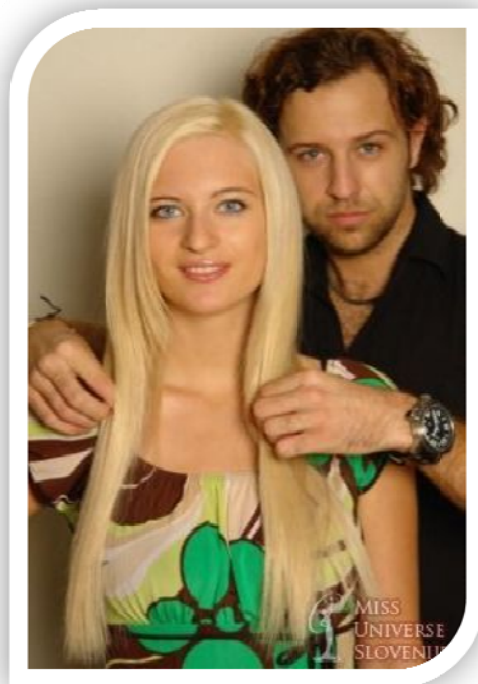
3.8 ZAKAJ SO FRIZERSKE STORITVE ZA ŽENSKE DRAŽJE KOT ZA MOŠKE?

Ženske smo bile v preteklosti žrtve predsodkov, katerih posledice se v nekaterih državah kažejo še danes. Kljub temu pa smo ob vsakem obisku frizerja "oškodovane" za kar nekaj evrov več kot pa moški. Da to dilemo enkrat za vselej razrešimo, sem o tem povprašala že izkušenega frizerja obeh (tako žensk kot tudi moških) Gašperja Sedmineka:

»Za ženske porabimo načeloma več časa in materiala, zato so frizure dražje. Moški so manj zahtevni in so frizure cenejše. V tujini, kjer je kupna moč večja, so lahko cene tudi enake. Tam ne kupuješ frizure, tam plačaš čas, ki ti ga npr. Angelo Seminara nameni. Plačaš lahko tudi po minutaži. Frizure lahko dosegajo visoke cene, moške 100 do 1500 evrov, ženske 900 do 1900 evrov brez barvanja. Tako visoke cene ima kar nekaj svetovnih frizerjev. Mogoče se vam bo zdelo, da pretiravam, ampak to je resnica in to si privošči kar nekaj estradnikov. Angelo je ustrigel lasuljo za NaomiChambel v vrednosti 4000 funtov, s striženjem je bila zadovoljna, vendar ne z barvo. Tako so za njo kupili še eno lasuljo za 4000 funtov, ta modna revija je bila fantastična.«



Slika 8: Angelo Seminara– tik pred "šovom" (Foto: Salon GATH)



Slika 9: Gašper in Marika Savšek (Foto: Salon GATH)

4 EMPIRIČNI DEL – INTERVJUJI IN ANKETE

Svojo raziskavo sem gradila na intervjujih in anketi, ki sem jo opravila na srednji Frizerski šoli Celje. Intervjuji so opravljeni v skladu z ugotovitvami, ki sem jih predstavila v zaključku.

Vsa pogajanja za intervjuje so bila izjemno naporna, saj je zvezdo svetovnega kova, kot je **Angelo Seminara**, za intervju praktično skoraj nemogoče dobiti. Svojo priložnost sem uvidela v modnem šovu *Superstylish 2011*, kjer je Angelo nastopal kot glavni akter. Priskrbela sem si VIP-vstopnico in po kar nekaj prošnjah sem si le uspela priboriti nekaj minut za zastavljanje vprašanj. Na moje veliko zadovoljstvo se je Angelo pokazal kot izjemno sproščen in kreativen človek, ki je poleg opravljanja frizerskega poklica tudi **kreativen direktor** podjetja Davines.

Tudi **Stevo Pavlovič (lastnik frizerske akademije STEVO HairAcademy)** je priznal, da se na intervjuje, povezane z raznimi raziskavami, le redko odzove. Zato sem osebno stopila do njega in mu obrazložila pomen njegovega intervjuja za vsebino moje raziskave. Po uvodni predstavitvi je takoj privolil v sodelovanje in na moja vprašanja z veseljem odgovarjal. V razgovoru z njim sem si pridobila številne podatke, na podlagi katerih sem lahko izvedla tudi primerjalno analizo nekaterih ekonomskih kazalcev med slovenskim, hrvaškim in britanskim trgom.

Opravila sem anketo na **srednji Frizerski šoli Celje**. Zavedam se, da je vzorec, ki je bil razpoložljiv, razmeroma majhen (anketiranih je bilo 39 dijakov razpoložljivih tretjih letnikov). Za anketo na omenjeni šoli sem se odločila na podlagi dejstva, da so dijaki, ki v letošnjem šolskem letu zaključujejo svoje šolanje na srednji Frizerski šoli Celje, v tem času pridobili dovolj znanja, da bodo na anketna vprašanja odgovarjali objektivno in bom s tem pridobila zanesljive podatke. Čeprav sem želela anketirati vse dijake tretjih letnikov, mi je to bilo onemogočeno, ker je vedno določeno število dijakov odsotnih zaradi opravljanja šestmesečne delovne prakse, kjer dijaki pridobivajo izkušnje.

5 FRIZERSKE STORITVE V SLOVENIJI

5.1 STEVO HAIR ACADEMY

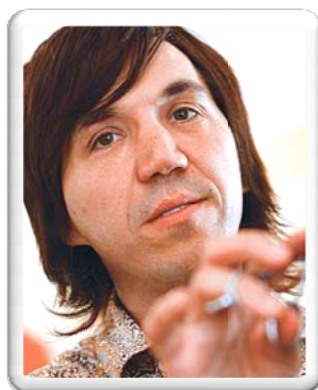
Stevo Pavlovič je lastnik frizerske verige frizerskih salonov Stevo z učnim centrom StevoHairAcademy. Vodi jih skupaj z ženo Branko.

Njegove storitve so na visokem nivoju in so poznane po celotnem območju naše bivše skupne države. Na izobraževanje namreč prihajajo poleg domačih tovrstnih ustvarjalcev še številni frizerski mojstri iz Hrvaške, Bosne in Hercegovine ter Srbije. Stevo je eden izmed redkih frizerjev iz južne Evrope, ki je član priznanega britanskega združenja Alternative HairClub. Njegovo vrhunsko delo je opazila tudi britanska frizerska revija HairdresserJournal, ki je objavila Stevove frizerske stvaritve, kar doslej ni uspelo še nobenemu frizerju iz tega dela Evrope.

Zaposleni v STEVO FRIZERSKI HIŠI se trudijo, da je njihovo delo kvalitetno, natančno in kreativno ter prilagojeno vsakemu posamezniku posebej. Zaposleni se tudi nenehno izobražujejo in izpopolnjujejo na vodilnih svetovnih frizerskih akademijah, kot tudi na domačih seminarjih in tečajih. Tudi Stevo pa ni popolnoma odporen na posledice ekonomske krize, o tem problemu je spregovoril tudi v članku Financ:

»V frizerski sekciji Ljubljana vsi frizerski saloni v zadnjem letu čutimo upad prometa od 10 do 30 odstotkov. Porabniki v času krize zaradi strahu in previdnosti pred krizo zapravljajo manj. Glavni 'promotorji' krize, ki povzroča ta krč porabnikov, so mediji. Zaradi krize tudi ne zvišujemo cen, saj nas je strah še manjšega obiska v frizerskih salonih. Prav tako med krizo dražje poslujejo: zvišale so se cene materiala - tudi zaradi dražjega goriva-, stroške pa višajo tudi visoki prispevki za socialo in zdravstvo. Poslovanje nam je dodatno otežila tudi odločitev davčnega urada o omejitvi gotovinskega poslovanja na 50 evrov. Stroški materiala (čistil, papirnatih brisač ...) večjega frizerskega salona namreč hitro presežejo ta znesek.«

(Povzeto po: <http://www.finance.si/galerije/3541/8/>)



Slika 10: Stevo Pavlovič (vir: <http://beta2.finance-pavlovic-stevo>)

5.2 INTERVJU Z LASTNIKOM SLOVENSKE FRIZERSKE AKADEMIJE (STEVO ACADEMY) STEVOM PAVLOVIČEM

Stevo Pavlovič je izjemen frizer, katerega sem imela čast malce pobliže spoznati tudi sama. Na šovu Superstylish je predstavljal svojo frizersko hišo ter akademijo StevoHairAcademy. Na vprašanja, ki se povezujejo s primerjavo akademij, je z veseljem odgovoril. Še posebej pa me je zanimalo, zakaj se slogan njegove akademije glasi: *"Ne hodite v London, pridite k nam!"*.



Slika 11: Stevo (vir: [vir:http://finance-on.net_pavlovic_stevo](http://finance-on.net_pavlovic_stevo))

1. Prvo vprašanje ste verjetno slišali že kar nekajkrat pa vendarle: Zakaj ste se odločili za frizerski poklic?

Jaz sem želel biti zgodovinar. Mama mi je svetovala, da "spotoma" končam še frizersko šolo, pa sem jo. Življenjska sreča je bila, da sem v drugem letniku dobil prakso v salonu Meta Podkrajšek na Trubarjevi ulici v Ljubljani in od takrat se mi je življenje popolnoma spremenilo.

2. Kje ste opravljali izobraževanja, da ste dosegli takšne uspehe?

Meta Podkrajšek, Peter Klinc na začetku. Potem London vsako leto, v Sloveniji pri nekaterih največjih svetovnih imenih, ob njihovem gostovanju, v Parizu, Barceloni, na Danskem, Nizozemskem, v Italiji. Vglavnem pri največjih frizerskih mojstrih.

3. Kaj menite, je bolj pomembno za uspeh frizerja: dobra akademska izobrazba ali naravni talent?

Pomembni so: vrhunski učitelj, velika želja, strast in garanje. Talent še najmanj. Je pa seveda veliko boljše, če ga imaš. Za mene pravijo, da ga imam, jaz pa bolj mislim, da sem in imam strahotno željo. Pa strast tudi, brez strasti ne gre na vrh.

4. Zakaj je slogan Vaše akademije: "Ne hodite v London, pridite k nam"?

Že ko sem odprl svoj prvi salon in čez pol leta Akademijo za izobraževanje frizerjev (gre za tečaje, akademija pa je mednarodni termin), sem bil vpet v londonsko dogajanje. Logično je bilo, da sem to prenašal na svoje stranke in sodelavce ter na frizerje, ko se hodijo k nam izobraževati iz cele regije.

5. Koliko so po Vašem mnenju v frizerski industriji pomembne ekonomske in podjetniške lastnosti?

Jaz nisem imel blage veze o ekonomiji, poslu, organizaciji ... Hotel sem le imeti svoj salon in "frizirati" stranke. Potem sem se zavedal, da ne bo šlo brez "ekonomije". Moj prvi učitelj v tej smeri je bil Aleš Lisac, pozneje manageri na strokovnih seminarjih velikih svetovnih kompanij, za katere sem delal in delam (Joico, L'oreal, Keune).

6. Koliko so le-te pripomogle k Vašemu uspehu?

Začel sem delati z vizijo, določil cilje in strategijo. Menedžersko in marketinško znanje je nujno za uspešno poslovanje.

7. Kje je prihodnost frizerske industrije: v organskih proizvodih ali v nadgradnji proizvodov na bazi kemije?

Kombinacija obojega je nujna. Ni možno vseh procesov v in na laseh doseči brez kemije. Je pa organska veja industrije frizerskih produktov zelo v trendu.

8. Kakšne so prednosti akademije STEVO hairAcademy?

Verjamem, da z mojimi sodelavci prenašamo znanje zaradi želje, da tečajnike nekaj novega naučimo in navdušimo, motiviramo. To je primarno.

9. Se izobraževanje razlikuje od nekaterih londonskih akademij?

Edina razlika je v tem, da v Londonu doživiš mesto, ki je fascinantno. Pa tudi multietičnost tečajnikov. Ljubljana je pač veliko manj impresivna in multietična. Drugih bistvenih razlik ne vidim.

10. Bi lahko po Vašem mnenju London označili kot "prestolnico modnih frizur"?

London je to že več kot 30 let brez konkurence v svetu.

11. Se strinjate z naslednjo trditvijo: "V frizerski industriji so inovativne zmožnosti že izrabljene"? (Zakaj da, zakaj ne?)

Nikakor. Priča sem mnogim novostim, ki najdejo svoje mesto med modeli poslovanja. S tehnološkim razvojem imamo veliko novitet. Največja v zadnjem času je "online" edukacija, ki je nekaj izjemnega. Verjamem, da bodo nastali še mnogi modeli poslovanja, ki jih še ni na trgu.

12. Je stopnja frizerske izobraženosti nižja zaradi dragega izobraževanja v tujih državah?

V Sloveniji ne. Stopnja izobraženosti je nižja zaradi velikega primanjkljaja kakovostnih učiteljev v frizerskih šolah, salonih, seminarjih... Izjeme so pravilo, seveda.

13. Kakšni so Vaši plani za prihodnost?

Še bolj opazno se uveljaviti internacionalno. Imam že pozicijo, ki jo želim nadgraditi. Menim, da nisem slabši od mnogih, ki so med vodilnimi svetovnimi imeni. Moram pa še trdo delati in se dokazovati, da dosežem zeleni nivo, to pa je svetovni vrh, v katerem je kar nekaj fantastičnih frizerjev, ki jih večinoma tudi osebno poznam. Sicer ne gre za tekmovanje, temveč uveljavljanje, kar zahteva ogromno znanja, dela, močen team, vrhunske zunanje sodelavce (make up, styling, video produkcija, fotografija, design, koreografija, glasbena produkcija...), kar je velik izziv zame.



Slika 12: Stevo na Alternative Hairshow-u v Londonu (vir: <http://www.arhivo.com/-stevo.jpg>)

5.3 INTERVJU Z LASTNIKOM FRIZERSKEGA SALONA GATH IN SOORGANIZATORJEM ŠOVA SUPERSTYLISH GAŠPERJEM SEDMINEKOM

1. Prvo vprašanje ste verjetno slišali že kar nekajkrat pa vendarle: Zakaj ste se odločili za frizerski poklic?

Poklic frizerja v meni daje nekaj posebnega, v meni valovi posebna energija in ta mi da navdih za friziranje. Tako kot morje, ki vedno spreminja barve in obliko.

2. Kje ste opravljali izobraževanja, da ste dosegli takšne uspehe?

Odločil sem se za šolo v Ljubljani potem sem šel v Zagreb in nadaljeval v Italiji. Sem vedno prisoten na angleških tleh. Vendar nam, južnim Evropejcem, je bližja italijanska moda. Uspeh je težko definirati, tako kot je težko opredeliti prostor in čas, ampak obstaja, kaj pravzaprav je? Pa na žalost ni odgovora. Uspeh je, če se te ljudje veselijo spoznati in koristiti tvoje storitve. Mogoče sem preveč preprost, da bi lahko odgovoril na tole vprašanje.

3. Kaj menite, je bolj pomembno za uspeh frizerja: dobra akademska izobrazba ali naravni talent?

Če si frizer želi le od poklica dobro živeti, je dovolj le peščica veselja in osnovne izobrazbe. Če pa želi posegati po višji ravni stiliranja, je potrebna posebna energija, jaz ji pravim jazz. Že vsaka beseda, film, glasba je dovolj, da te napolni s to energijo. Tako se ustvarja visoka moda, ki pa ponavadi ni običajna, ampak je umetniško dodelana.

4. Koliko so po Vašem mnenju v frizerski industriji pomembne ekonomske in podjetniške lastnosti?

Človek ima želje, v kolikor so želje visoke, je več dela. Če zdržiš novi sodobni tempo, ti ekonomija pokaže lepe rezultate, ampak z leti zdravje opeša. Osnovna ekonomija je pomembna za en lokalček, preveč spet ni dobro, ti zmanjka časa. Ko postaneš ekonomist z 10 lokali, stranke postanejo le še številke, za to vrsto industrije rabiš ogromno znanja iz ekonomije in prevladovanja stresa.

5. Koliko so le-te pripomogle k Vašemu uspehu?

Malo mi je že "ratalo", ampak imam trdne cilje in moj največji cilj je ostati zdrave pameti.

6. Kje je prihodnost frizerske industrije: v organskih proizvodih ali v nadgradnji proizvodov na bazi kemije?

Stvari se razvijajo, organsko pomeni trenutni trend. Prihodnost je v nanotehnologiji. »Ko bosta na voljo nanošampon in -maska, to bo hudo«. Organske zadeve bodo le za alternativo.

7. Kakšne so prednosti londonske akademije?

Prednosti akademije so izražene predvsem zaradi tega, ker je tam večja kupna moč in s tem se trendi hitreje menjajo, nam se pa to zdi zelo fantastično. In tako kupujemo njihove zamisli, čeprav se je moda razvila na naših južnih tleh in vse kar znajo, smo jim mi dali. Ko je bil London še navadno barje, so se Rimljani v Celju gredli v savnah. Kdo bo koga zdaj učil?

8. Bi lahko po Vašem mnenju London označili kot "prestolnico modnih frizur"?

Ja je, zaradi tega ker tam živi ogromno ljudi z različnimi načini razmišljanja. Vseskozi so polagali več na modo kot mi. Ampak nekoč ni bilo tako in tudi to se bo spremenilo čez čas. Slovenija je premajhna za velike dogodke.

9. Se strinjate z naslednjo trditvijo: "V frizerski industriji so inovativne zmožnosti že izrabljene"? (Zakaj da, zakaj ne?)

Moda je začaran krog, vse se ponavlja in kopira. Frizerstvo je poklic, ni to nekakšna svetovna umetnost, nekateri frizerji se imajo za prave gurnje mode. Človek dela na podlagi prejšnjih učenj in vse črpa iz podzvesti, čeprav je to že nekje videl, trdi, da je to njegovo delo. Večina se tega sploh ne zaveda, to je res smešno.

10. Je stopnja frizerske izobraženosti nižja zaradi dragega izobraževanja v tujih državah?

Stopnja znanja je odvisna od človeka, koliko mu to pomeni. Meni pomeni veliko, zato berem dosti knjig, se ukvarjam z glasbo in hodim na seminarje frizerstva. Težko je v Sloveniji, ker nimaš ljudi, od katerih bi se učil. Zato grem v tujino ali povabim kakšne svetovne stiliste, ki so polni znanja in izkušenj.

11. Kakšni so Vaši plani za prihodnost?

Moji plani za prihodnost so zanimivi. Da se naučim čim več vicev in for, da bom lahko še dolgo zabaval svoje stranke v salonu. Ljudi imam zelo rad, sploh kadar se smejimo skupaj in to je moj plan.



Slika 13: Gašper Sedminek (Foto: Studio GATH)

5.4 MATIJA ČRETNIK –LONDONSKA AKADEMIJA

Matija Čretnik je lastnik frizerskega salona Matija Mirage v Celju. S svojo ekstravagantno podobo kaže svoje prepričanje, da frizer ne more narediti umetniške podobe, če po drugi strani tega ne kaže sam. Svoje znanje redno obnavlja in nadgrajuje na londonski akademiji. Zato stranke niso nikoli v strahu, da bi iz salona odšle s frizuro »lanskega leta«.



Slika 14: Logo: MatiaMirage (vir: Matija Č.)

1. Prvo vprašanje ste verjetno slišali že kar nekajkrat pa vendarle: Zakaj ste se odločili za frizerski poklic?

Res je, da bi po pravilih in prvotnih željah moral biti v ekonomski smeri, vendar sem kaj kmalu ugotovil, da prisilno gledanje osem ur v ekran pri meni ne bo obrodilo sadov. Belina ekrana in črne številke mi kaj kmalu povzročijo dekoncentracijo, zaradi česar bi bil neefektiven pri opravljanju dela. Sploh pa že iz glasbene šole nisem maral trdih tipk klavirja. Tam so bili za nameček še pisalni stroji za strojepisni predmet. Kot vsak upornik staršev v najstniški dobi sem seveda odklanjal prvotno frizersko stroko, katero opravlja tudi moja mama. Seveda me je prevečkrat vprašala, če bi sledil njenim stopinjam. Kmalu sem ugotovil, da sem imel to skrito željo vseeno v sebi. Povezanost s kemijo mi tudi ni bila tuja. Že kot majhen otrok sem rad eksperimentiral z vsemi različnimi spojinami, ki sem jih našel v naši kopalnici. Teh seveda ni manjkalo, kajti mami je imela veliko frizerskega materiala doma. Kemija je bila druga odločitev srednje šole in pa tretja možnost glasbena šola. Preblisk v moji glavi je kmalu napravil, da sem naenkrat izjavil, da bi bil frizer. Seveda so bili vsi šokirani. Malce privilegijev sem imel po mami, ker je 10 let delala našoli. Ko so iz šole klicali na frizersko šolo, so dejali, da že imam pogodbo sklenjeno z delodajalcem, čeprav bi jo moral prinesiti pol leta pred začetkom šolanja. Seveda pa je privilegijev kaj kmalu zmanjkalo in sem za oceno pet v šoli moral pokazati dosti več znanja kot ostali vrstniki. In to ravno na račun mame. Vseeno sem zaključil šolo z odličnim uspehom. Morda tudi ne, ampak mami mi je obljubila veliko nagrado, če sem zaključil šolanje tako. Tisti denar pa sem čez počitnice uporabil za šolanje v Londonu. Najprej trikrat po tri tedne angleškega jezika na univerzi Els, oktobra pa sva skupaj z mamo odšla na seminar v London. Toso bili moji začetki.

2. Kje ste opravljali izobraževanja, da ste dosegli takšne uspehe?

Kot prej rečeno sem že pri 15 letih bil prvič na seminarju v Londonu, kjer sem videl svetovno elito naše stroke delati na odru. Takrat se je to dogajalo v londonski Wembley areni. Naknadno pa sem napravil prvo akademijo leta 1997 pri 17 letih in pol v Domžalah. Mihaela Žavbi je imela v gosteh Ricarda Rizza, ki je vodil CB akademijo v Cambridgeu. Potem pa sem seveda še eno enako napravil v Zagrebu. Toso bili tedenski tečaji na modelih in z vsebnostjo filozofije videnja individualnosti vsake posamezne osebe. Naknadno pa se vsako leto še izobražujem v Londonu. Sedaj ali pa tedaj že v ExelExsibishion areni. Akademije potekajo preko celega leta. Imamo pa tudi možnost oktobra, takrat ko se prezentira modni trend za celo leto v sklopu

seminarja in šovov na sejmišču, potekajo tudi delavnice v tej isti areni. Tako dobimo vse na istem mestu in ne potrebujemo dvakratnega obiska Londona ali pač različnih lokacij v mestu. Nekajkrat se je seveda zgodilo, da smo vseeno morali oditi na akademski center v središče Londona.

3. Kaj menite je bolj pomembno za uspeh frizerja: dobra akademska izobrazba ali naravni talent?

Mislim, da naravnega talenta ni. Nimam rad, da mi kdo reče, da ni čudno, da sem tako dober, ker sem to podedoval po mami. Naj vam povem, ko sem bil še dijak, sem bil totalni štor. Imel sem seveda zelo strogo mamo in marsikdaj so se celo menili, da bi bilo bolje, da bi bil vseeno ekonomist. Jaz pa iz svojega ega tega nisem hotel in sem si mislil, enkrat vam žepokažem. Še prvi obisk akademije mi je Ricardo Rizza rekel, da naj ne mislim, da bom tako dober kot ona, jaz pa sem mu odvrnil, da verjetno še boljši. Seveda jo je že od prej poznal preko seminarja v Cambridgeu. Nekako sta bila istega "strogega" značaja. Mami mu je enkrat približala stol in takrat si jo je zapomnil. Nekajkrat mu je bila tudi model na akademiji. Ponavadi so vsi pobegnili na akademiji od njega in se raje pridružili njegovim asistentom. Jaz pa ne. Sem si rekel, zakaj bi gledal stvari iz "second hand," če jih je on razvil. Bolj kot je bil naporen in se pogostokrat drl na ljudi, bolj sem se ga držal. Tudi on je nato spremenil mnenje, ko je videl moje prve rezultate dela. Seveda akademija mi je dala osnovo dela, kar pa je prirojeno, pa je občutek za estetiko ter barvne usklajenosti. To ni značilno samo za ta poklic, kajti veliko poklicev zavzema ti dve lastnosti. Npr. notranji dizajner, aranžer, grafični oblikovalec... To je tista individualizacija, katero obliko smo videli v primeru akademije. Nakoncu podajanja znanja pri striženju je Riccardo prijel in končne reze oz. definicijo samnapravil. Pasma si rekli aha, seveda, da bomo morali še večkrat priti, ker nam ne pokaže vsega do konca. Šele po drugi akademiji sem ugotovil, da to ni priprava hrane, deset dag čebule itd. Šegolaž po istem receptu lahko eden napravi bolje od drugega. Tu nastopi individualizacija vsakega posameznika in če imava midva z mamo enake podlage v striženju, bova vsak drugače zaključila podobo stranke. Tega pa se ne da naučiti, to je v tebi. Imel sem eno sodelavko, ki je zelo dobro »klonirala« vsako mojo kreacijo na naslednjo stranko, ko jo je dobila. Morda bi jaz pri njenem primeru postopal drugače, je ta verjetno vadila, kaj se je naučila, oz. poskušala postoriti enako kot jaz. Posrečeno je to, da je ona bila najprej meni vzor pri sušenju bolj bogatih frizur v vajeniški dobi, potem pa je ona postala moja učenka. Povzetek tega je občutek za estetiko, barvna usklajenost, videnje barvnega spektra med komplementarnimi barvami, seveda če je oseba hladnih oči in polti, da ne daješ toplih tonov barve, ker s tem razbliniš izraznost na obrazu. Tu je napaka marsikaterega frizerja, ko barva, na obrazu zabriše polt in izžarevanje oči. Tose da naučiti, je pa deloma tudi v tebi. Drugače pa vaja dela mojstra, kot pravi star slovenski pregovor.

4. Koliko so po Vašem mnenju v frizerski industriji pomembne ekonomske in podjetniške lastnosti?

Zadnje čase opažam, da čedalje bolj, ker se v teh časih moraš malo tudi promovirati, da te ljudje opazijo. Zaradi napornih časov so tudi ljudje zgubili stik s kvaliteto in jim je včasih bolj pomembna kvantiteta. Seveda se dogaja enako kot pri vseh področjih, hrana na primer. Konkurenčnost in nestrokovnost določenih ljudi v moji stroki sta spodkopali trg. Veliko daje poudarek na tem, da če že ni tako dovršeno in pa "sijoče", je pa ceneje. Jaz nočem pri sebi uničiti kvalitete in delati kot povprečna proizvodnja produkta, kajti to mi je primerljivo z delom pri tekočem traku. V praksi pomeni, da se barve za lase gibljejo od 3 do 10 evrov naškatlico inbi prihranil na masi, ki je potrebna za obdelavo kemijskega postopka. Akademija nas je učila dovršenosti in jaz lahko vsako stranko po zaključenem postopku uporabim zaplakat. Toje moj moto. Kot pa da bi rekel, imamo gnečo, naredim samo par tankih navadnih pramenov po laseh, postrizem konice, vse skupaj pa bi izgledalo precej improvizirano, zakamuflirano in pa amatersko. Raje osvežim s prelivom barvno noto las, izrastek ostane, pa se morda naslednjič spraviva početi bolj kompleksno stvaritev. S tem si tudi bolj ponosen, kljub naporom kot jih prinese celo dnevno stanje na nogah, da si napravil kaj izjemnega in osrečil osebe okrogsebe. Tote bogati po koncu delovnega časa.

Povzetek: ekonomija in prezentacije delajo čudeže. Ljudje po navadi sledijo kot čredni nagon.

Ko bo objavljen šampon Pantene kot najboljši v reklami, v katero so vložili veliko denarja v dizajn in ponavljajoče se intervale na televiziji, bo seveda postal najbolj priljubljen.

Seveda pa to ni ponavadi to, kar je res. Temu se reče izgrajevalni monopol nad tržiščem. Pri nas se je pojavila veriga salonov Mitja v Tuših. Mislim, da nobeden sploh ne ve, da je to Mitja Tavčar. Prezentator Narta studija Ljubljana. Kateri delajo na razvoju za Subrino. Seveda pa so vedeli da je iz Ljubljane in vsi so mislili, kot da k nam prihaja Versace po tekstilnih znamki. Četudi delajo notri Celjani, ki so komaj zaključili šolski program.

No toliko o čudežu promocije. Zame pa je najboljša reklama od ust do ust. Inte so se pri meni razširile tudi po Sloveniji.

5. Koliko so le-te pripomogle k Vašemu uspehu?

V sami arhitekturi hitrejšega dela se pozna pri natančnosti dela, če si akademsko izobražen kot pa samouk. Samoučno ponavadi strižejo pod določenimi poznanimi tehnikami striženja, ne poznajo pa zaporedja. Zato lahko en pramen las trikrat krajšajo, da dobijo želeno obliko, kar pa pri akademiji napraviš samo enkrat in slediš drugi nastavitvi kota striženja. Izgled sam pa poznavalec takoj razloči.

6. Kje je prihodnost frizerske industrije: v organskih proizvodih ali v nadgradnji proizvodov na bazi kemije?

Bom rekel, da v obeh. Nikakor ne samo v organskih proizvodih, saj se je življenje izredno spremenilo. Včasih ni bilo tako pogostih barvanj las oz. kemijskih procesov. Čeprav se je kar kmalu začelo in ko so bile »trajne frizure« v modi ter po možnosti

vključujoč s prameni las, izvedenimi z belilom za lase, so se lasje kaj močno uničili. Takrat tudi še ni bilo toliko negovalnih linij za lase in so si ljudje pomagali z alternativnimi metodami babičinih receptov. Kateri so seveda prišli najbolj v uporabo pri naravnih laseh deloma v uteho kemijsko uničenim laseh. Kajti olivno olje in rumenjak sigurno ne moreta popraviti zgradbe las, lahko pa malo po "kamufilirata" z dodanim kislim plaščem pri oljem in delcem proteinov pri rumenjaku. Seveda za enkratno uporabo, do naslednjega pranja las. Pa smo spet na istem groznem stanju. Ker pa se je znanstvenost lasnih kozmetik izredno razvila, lahko "kemijsko" popravimo notranjo zgradbo lasu za vedno. Pomeni, da iz uničenih las napravimo nepoškodovane. Določeni faktorji pri izgradnji se izničijo po 8 pranjih, osnovne peptidne vezi pa ostanejo vseskozi. Tako da poudarjam, tudi mi smo kemija. Iz ogljika, dušika itd. organska tvorba. Tudi olja, katera naj bi bila naravna, lahko napišemo s kemijskimi znaki o njegovi sestavi. Fino je, da so sestavine pridobljene iz okolja, ne pa pripravljene v laboratorijih. To pa so začeli tudi s pridom uporabljati. Primer :včasih je bila globinska nega samo plod kemijske strukture, sedaj pa dodajo za vlažnost las ali kisli plašč tudi organska olja, kot je izredno popularno arganovo olje.

Spet pa nastopijo tudi tukaj kampanje in modni hit. Kot pri hrani v tujini piščanec organic je seveda dražji kot pa normalen farmsko rejen. Ampak tudi pri naši kozmetiki ko rečejo, imamo bio izdelke. Seveda, potem pomeni da nimajo nobenih škodljivih snovi in potemtakem jih lahko zaužijemo. A to pa ne, ker morda v drobnem tisku pa spet zasledimo tisti sulfat ali paraben, kateri pa ne gre ravno v želodec brez posledic.

7. Kakšne so prednosti londonske akademije?

Spoznavanje filozofije stranke kot osebnosti in ne kot objekt za izvršitev modnega trenda, da vključimo vse dejavnike stranke. Službeno dejavnost. Tip človeka, karakter. Modni trend, dejansko stanje las in njeno garderobo. S to usklajenostjo naredimo celovito podobo, če že enega od teh zgrešimo, nismo naredili nič. Gospa dela v banki naprimer, mi pa se odločimo, da jo pobarvamo na roza odtenek in avantgardno postrizemo. Morda na njen obraz naredimo pozitivno spremembo, katera ji morda pristoji, garderoba, služba itd. pa pričajo nasprotno. S tem nismo naredili nič. Zato moramo tudi malce povprašati preden začnemo ali pa se temu prilagajati med delom. Into, kar marsikdo naredi narobe, akademija in njeno izobraževanje prepreči. Kar pa se tiče modne zapovedi, pa jo lahko ali prilagodimo z detajli ali pa v celoti uporabimo, če najdemo takšno osebo. Po navadi jih je za trenutni trend v vsej populaciji 5 %.

8. Bi lahko po Vašem mnenju London označili kot "prestolnico modnih frizur"?

Seveda je! Kot je Milano prestolnica tekstilnih kreacij, je London prestolnica za našo stroko. 4 svetovne akademije predstavljajo modo za cel svet po navadi oktobra. Te so Vidal Sassoon, Tony & Guy, San Rizz ter Patric Cameron. Dodali so še zadnje čase Cobbelamahagony, Rita Rusck itd.

Toda prvi so vodilni, drugi so se uveljavil kasneje. Sepa tudi oni uskladijo s kreatorji oblačil, da se modni svet ne odvija v dveh slogih. Da rečem, pri obleki je zapoved glamur, pričeska pa v rock izvedbi. Ko pridem v London, najprej pred akademijo že takoj ob pogledu v izložbe z oblačili razpoznam, katere barve las bodo verjetno

prikazane. Če je vijolična ali roza obleka, ne bo bakrenih tonov na laseh. Ruski zaprti ovratniki pa tudi ne bodo imeli dolgih razmršenih las za detajl.

9. Se strinjate z naslednjo trditvijo: "V frizerski industriji so inovativne zmožnosti že izrabljene"? (Zakaj da, zakaj ne?)

Tople vode več ne morejo odkriti. Moda kot nekakšna arhitektna diferenčnost vsakega leta ali različnih linij je bila že zdavnaj zasnovana. Npr. letos je v modi spet geometrijska linija, prva se je pojavila z razvojem škarij v 70 letih. Vidal Sassoon je bil prvi, ki je iz britve napravil tehniko striženja s škarkami. Imenovana gobica je bila odraz akademske tehnike, katero pa je popačilo neznanje slovenskih frizerjev in je pri nas predstavljala vse drugo kot pa eno obliko natančnosti z lastovičjim repom v zatilnem delu, kot zaključek striženja na vratu. Z vsakim letom se spreminjajo samo detajli v striženju. Bodisi podstriženje v stranskem delu geometrije paža, kateri detajl je skrit če ne damo lase za uho itd. Bila pa je vseeno 2005 revolucija geometrije. Linija je izgledala, kot bi iz gobice napravil spodnje podaljšane lase. Ostrina črte, da nisi posnel preveč las in da je izgledalo natančno, je še meni nazačetku delala preglavice. Seveda pa je akademija to odpravila.

Velikokrat sam nekaj izumim pa grem v London in doživim, da točno tonapravijo. Pasi rečem, da dobim potrdilo, da pravilno razmišljam, čeprav nisem za te ogromne stroške nič novega odnesel. Moraš pa slediti trendu, ker tudi stranke to zahtevajo. Če si že toliko časa na teh zadevah, že verjetno uskladiš svoje mišljenje ali približno enako razviješ linijo za prihodnost kot oni. Če je letos paž, tudi ne more biti prihodnje leto do zadnjice dolgi las, kajti nikomur ne bo zrasel v letu tako dolgo.

10. Je stopnja frizerske izobraženosti nižja zaradi dragega izobraževanja v tujih državah?

Akademija je izreden strošek, kateri predstavlja minimalno 3000 EUR na leto. Ampak ljudje včasih vidijo samo ceno storitve in ne vložka v delo. Ampak tu ni samo akademija, to so ljudje, kateri površno opravljajo naš poklic. Že iz šole ne odnesejo s seboj nobene kemijske podlage, za nerezultat na laseh potem okrivijo stranko, da ima čuden pigment las in da se drugače ne da. S tem se pokaže njihova nesposobnost.

Vse se da, če se hoče, razen določenih izjem. Akademija te samo nadgrajuje že pri tvojem osnovnem znanju in te ne uči stvari, katere moraš vedeti iz šole. Če greste sedajle spraševati zgradbo las naše frizerje, dvomim, kdo bo znal naštetati zadevo do atoma. In vsi si zato pri nas jemljejo kot dejstvo, da so frizerji tisti, ki eno ali dve komponenti zlijejo po laseh, pustijo 30 min in postrizejo konice las. Že same šole bi morale postati še bolj zahtevne, kot so.

Zakaj kemija? Če vemo, kaj se v laseh dogaja, ko jih že samo omočimo z vodo, kaj šele ko gre za oksidacijo pigmentov, potem lahko ukrepamo, ko gre za poškodbe las ali ko pride kakšen ponudnik lasne kozmetike. Koga izbrati pri vseh regeneracijah na tržišču? Vsak ima v kvazi globinsko obnavljanje las. Ampak če si kemijsko izobražen in če veš, da eden ima nekakšne kremne mase, katere moraš greti pod toploto, drugi pa tekočino z opisom o c.p.p. proteinov in posebej sistemskem napravljanju postopka, potem se seveda ni posebej treba potruditi, katerega boš izbral. Določene

naše kozmetične hiše zahtevajo kemijske seminarje, če želiš imeti njihove produkte. Redkokateri, ki je vodilen na svetu, je zahteval v moji najstniški dobi 7 kemijskih seminarjev samo za izgrajevalno linijo. Celotne njihove izdelke so ti dali po štirih letih, s sprotnimi seminarji seveda. Tu sem jaz imel srečo v srednji šoli, da sem toliko napredoval pri tem.

11. Kakšni so Vaši plani za prihodnost?

Ustvariti revijo! Povedati ljudem kaj je bistvo v našem poklicu, da dobro delaš. To sicer že delam, ker sodelujem z obrtno zbornico in v osnovni šoli predstavljamo poklice in njihovo zahtevnost. Predvsem pa to, kaj vse lahko vsebuje poklic, ki je drugje skrito.

6 FRIZERSKE STORITVE V VELIKI BRITANiji

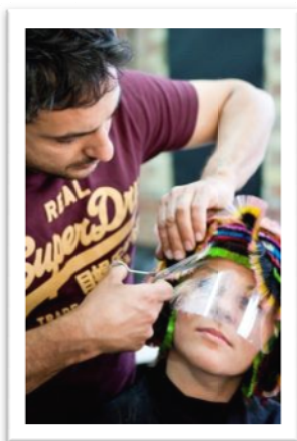


6.1 ANGELO SEMINARA –DVAKRATNI BRITANSKI FRIZER LETA

Angelo je začel svojo kariero kot pripravnik v frizerskem salonu v svojem rojstnem kraju pri 11 letih. Pet let kasneje se je preselil v Rim in začel delati pri priznani lasni modni hiši Toni &Guy, že takrat pa je sanjal o selitvi v London.

Z letom 1995 je Angelo Seminara postal varovanec Trevorja Sorbija in s tem tudi mednarodni kreativni direktor. Sodeloval je na seminarjih in strokovnih predstavah po vsem svetu. Njegov spisek slavnih osebnosti, s katerimi je sodeloval, je dolg, toda Angelo kljub vsemu ostaja zelo preprost, vljuden, vendar prežet z močno karizmo. Pri svojem delu je zelo kreativen, vselej strmi za novimi oblikami in teksturami, meje mogočega pa vedno znova pomika malo naprej. Eden njegovih ciljev je, da strankino notranjo lepoto s pomočjo las spravi na svetlobo! Angelo Seminara vsako leto gostuje v največjih prestolnicah mode: Milanu, Parizu, New Yorku in Londonu in tako utrjuje svojo mednarodno slavo. Njegovega sodelovanja si redno želijo tudi ustvarjalci največjih modnih revij na svetu kot npr: Harper's Bazaar, VanityFair, italijanski Vogue, Mixte, španski Vogue, turški Vogue, korejski Vogue, IoDonna, AnotherMan, Sunday Times, Grazia, Q Magazine, Mojo, Evening Standard, Hello Magazine idr.

Kot glavni akter je nastopil tudi na Supersylshu 2011, kjer je predstavil del svoje zmagovalne kolekcije Natura, s katero je osvojil prestižno nagrado britanskega frizerja leta. Udeležil se je tudi VIP-afterparty-ja, kjer sem dobila ekskluzivno možnost opravljanja intervjuja z njim. Glede na njegovo medijsko prepoznavnost in uspehe, ki jih žanje, je Angelo oseba, katera je v veliki meri lahko vzor vsem mladim frizerjem. Ostaja preprost, ambiciozen, njegovo obnašanje pa daleč od zvezdniskega. Kljub napornemu urniku preteklega dne je na zastavljena vprašanja odgovarjal s polno mero intuziazma in s tako vnemo, da je razblinil vse moje dvome o njegovih namelih opravljanja tega poklica. Ne glede na njegovo finančno stanje, delo opravlja resnično s srcem in prav to je navedel kot največjo zaslugo na poti do uspeha, ki ga doživlja.



Slika 15: Angelo Seminara, priprave na šov (Foto: Gregor Katič)

6.2 INTERVJU Z ANGELOM SEMINARA

1. Vam stranke pri Vašem delu pustijo kreativnost brez lastnih pripomb?

(smeh) "fifty- fifty". Nekateri stranke so bolj konservativne in zadržane, spet druge pa od mene pričakujejo kreativnost kot glavno "sestavino". Vedno se trudim biti karseda kreativen in svojim strankam ponuditi ne ravno osnovno kreacijo ampak tisti korak naprej, po katerem se razlikujejo od drugih. Včasih je potrebno narediti korak nazaj, da lahko potem dva naprej.

2. Menite, da bi subvencije iz Evropske unije pripomogle k večji prisotnosti slovenskih frizerjev na londonskih akademijah?

Če bi, bi to bilo naravnost čudovito. Mislim, da je nekaj, na kar bi morali pričeti misliti za prihodnost. To je socialno omrežje, ki je dandanes največje "orodje" komunikacije, učenja... In tega pred desetimi leti nismo imeli. Predvsem mlajša generacija je lahko precej srečna, saj se lahko ljudje izobražujejo, ne da bi sploh prišli v London. Vse praktično pride do nas. Zato naslednje leto načrtujem seminar, ki bo v celoti potekal na spletu. Ljudje iz celega sveta tako ne bodo imeli nobenih težav z učenjem oz. izpopolnjevanjem, saj jim ne bo treba priti v London. Šole, ki želijo svoje učence usposabljanje na višjem nivoju, tako ne bodo več skrbele za nemogoče stroške.

3. Je po vašem mnenju pomembnejša akademska izobrazba ali naravni talent?

Definitivno dobra akademska izobrazba. Pred kratkim sem zapustil podjetje, s katerim sem sodeloval 15 let v Londonu. Sedaj sem pričel kariero s svojo ekipo, kajti vedno sem ob strani imel ekipo, ki pa ni bila moja. V svoji ekipi želim ljudi, ki so inteligentni in uspešni na mnogih področjih, ne samo da urejajo pričeske.

4. Katere od naštetih mest je po vaše "prestolnica" modnih frizur?

(Milano, London, Sao Paolo, New York, Pariz)

(smeh) Definitivno London.

5. Ali so že vse oblike frizur izrabljene?

Vedno je prostor za nove, kreativne ideje. To je tako, kot če zamahnemo z roko. Vsi delamo isti gib, vendar na različne načine. Isto je pri frizurah. Nikoli ne naredim iste frizure, saj obstaja nešteto kombinacij barvnih tonov in oblik, ki jih nato zgolj združujem v popolno kompozicijo. Mislim, da je doseči mejo pravzaprav nemogoče, vsaj pri meni, kajti domišljija in volja vedno podata nove ideje.

6. Je prihodnost frizerske industrije v biološko razgradljivih izdelkih ali v nadgradnji kemične industrije?

Organsko razgradljivi izdelki so prihodnost ne samo naše panoge, temveč tudi druga področja se usmerjajo v dobrobit narave.

7. Kateri so najpogostejši razlogi za izbiro frizerskega poklica?

Predvsem v preteklosti je na to močno vplival slab uspeh v šoli. Skoraj kot nekakšen izhod v sili, vendar se sedaj trudimo, da bi takšno mišljenje spremenili. Biti frizer bi moral

biti privilegij, kajti če pogledamo življenja nekaterih frizerjev, uvidimo, da so polna čudovitih stvari. Biti frizer pomeni tudi osrečiti ljudi, da se počutijo dobro v svoji koži in s tem pride tudi zadovoljstvo.

8. Kaj menite o Superstylishu?

Če pogledamo že samo to, da so uspeli organizirati tak dogodek, je to zmaga. Resnično upam, da bo naslednje leto v Žalec prišlo še več umetnikov, ki bodo z vami delili svoje ideje in načine dela.

9. Kakšen je občutek delati z nekaterimi največjimi imeni v modni industriji?

To je naravnost fantastično (smeh), saj vlada odlična energija med ekipo. Seveda je pogosto tudi stresno in naporno, vendar je to odvisno od stranke. To se dogaja predvsem, ko smo v času ekonomske krize, kajti vsi želijo, da so njihove investicije karseda donosne. Tako časa za napake ni in s tem je povezan tudi napornejši tempo.

10. Ali imate različne cene za moške in ženske?

Ne, le zakaj bi imel? Glava je pri obeh enake oblike... (smeh).

11. Kakšne so vaše izkušnje s slovenskimi frizerji?

Pravzaprav je današnji šov moja prva izkušnja in definitivno ne zadnja. Občinstvo me je pozitivno presenetilo, saj so kot spužve, ki vsrkavajo novo znanje.

12. In še zadnje vprašanje: načrti za prihodnost?

V prihodnosti želim odpreti nekakšen antsalon. Ne salon v pravem pomenu besede, saj za kaj takšnega še zdaleč nimam časa, ampak le nekakšno mesto za nove upe naše industrije.



Slika 16: Angelo Seminara (vir: Studio GATH)

7 FRIZERSKE STORITVE NA HRVAŠKEM

Ivana Bajsić je svoje frizersko znanje nadgrajevala na številnih akademijah in seminarjih doma in v tujini. Pri dvajsetih letih je začela svoje znanje prenašati tudi na svoje kolege iz iste stroke. Poučevala je predvsem na raznih seminarjih in drugih izobraževanjih. Poleg sodelovanja v Wellaprofessionals timu je učila tudi na akademiji Urban, za tem pa je bila Matrixova ambasadorka za področje Slovenije in Hrvaške. Leta 2011 je bila izbrana za hrvaško frizerko leta. Kljub temu pa ostaja preprosta in izredno pozitivna ženska z mnogo ambicijami.

Svoje poglede na življenje je z veseljem delila tudi z nami! Predstavljam jih v naslednjem intervjuju.



Slika 17: Ivana Bajsić (vir: osebni arhiv Ivane Bajsić)

7.1 INTERVJU S HRVAŠKO FRIZERKO LETA IVANO BAJSIĆ

1. Prvo vprašanje ste verjetno slišali že kar nekajkrat pa vendarle: Zakaj ste se odločili za frizerski poklic?

U frizerstvo sam se zaljubila večkaodjevojčica, gledajućimajku u salonu i razvoj kreativnosti.

(»V frizerstvo sem se zaljubila že kot deklica, ko sem opazovala svojo mamo v salonu in v razvoju kreativnosti.«)

2. Kje ste opravljali izobraževanja, da ste dosegli takšne uspehe?

Nakon završene frizerske škole, educirala sam se na akademijama u inozemstvu, poput: Vidal Sassoon, Toni&Guy, Hob-academy, Myhairdresser.com, te razne akademije kroz kozmetičke kuće poput Wellaprofesional, Loreal=Matrix, Schwarckopf, Keune ... Veća 20 godina sam postala edukator, pa se moje akademsko obrazovanje intenziviralo u inozemstvu, ponajviše u Londonu.

(»Po zaključku frizerske škole sem se izobraževala na različnih akademijah v tujini, in sicer: Vidal Sassoon, Toni&Guy, Hob-academy, Myhairdresser.com in različnih akademijah preko sledečih kozmetičnih hiš: Wellaprofesional, Loreal=Matrix, Schwarckopf, Keune ... Že pri dvajsetih letih sem tudi sama postala izobraževalec, moja akademska izobrazba pa se je okrepila v tujini, in sicer predvsem v Londonu.«)

3. Kaj menite je bolj pomembno za uspeh frizerja: dobra akademska izobrazba ali naravni talent?

Talent je uvijek dobrodošao, no smatram da je najvažnija vježba, rad, ustrajnost, volja i edukacija.

(»Talent je vedno dobrodošel, vendar sem mnenja, da je potrebna vaja, delo, vztrajnost, volja in izobrazba.«)

4. Kakšne so Vaše izkušnje pri delu s slovenskimi frizerji?

Već godinama radim i surađujem sa slovenskim frizerima na raznim radionicama, seminarima, akademijama i show nastupima - i rado ću se odazvati na svaki sljedeći poziv, jer ste fantastični organizatori, divni kolege, gostoljubivi i otvoreni za svaki vid suradnje.

(»Že več let delam in sodelujem s slovenskimi frizerji na različnih delavnicah, seminarjih, akademijah, šovih in z veseljem se bom odzvala tudi na vsak sledeči poziv, saj ste fantastični organizatorji, dobri prijatelji, gostoljubni in odprti za sodelovanje.«)

5. Koliko so po Vašem mnenju v frizerski industriji pomembne ekonomske in podjetniške lastnosti?

Frizerska strukturno ne spava. Ako želimo biti u koraku s vremenom od mode do materijala i inventara - potrebno je kontinuirano ulagati. Najskuplji ulog u akademije, no to je ujedno i najbolji način za napredovanje.

(»Frizerska stroka nikoli ne spi. Če želimo iti v korak s časom od mode do izdelkov in zalog, je potrebno nenehno vlagati. Najdražji vložki so v akademije, a vendar je to najboljši način za napredovanje.«)

6. Koliko so le-te pripomogle k Vašemu uspehu?

Osobnog sam stališta, da ako više zaradiš- više ulažeš. Stoga doprinosi se moguostvariti, no sa njima u paketu kreću i večitroškovi. Poputvečeg kolektiva unutar salona i akademije, boljeginventara, češčegeeduciranja,... a sve to ima svojucjenu. ☺

(»Moje stalište je, da več kot zaslužiš, več vlagaš. Zatorej se prihodki lahko ustvarijo, a pridejo z njimi v paketu tudi večji stroški. Poleg večjega kolektiva v salonu in na akademiji, boljšega inventarja, pogostejšega usposabljanja... Vse to ima tudi svojo ceno.« ☺)

7. Kje je prihodnost frizerske industrije: v organskih proizvodih ali v nadgradnji proizvodov na bazi kemije?

Izuzetno sam sretnašto smo se i mi počeli osvještavati ekološki, te smatram da je budućnost- isključivo na bazi prirodnih i lakoreciklirajućih proizvoda.

(»Zelo sem vesela, da smo se tudi mi začeli ekološko osveščati, tako smatram, da je prihodnost izključno na bazi naravnih in recikliranih proizvodov.«)

8. Kakšne so prednosti akademije IDEA Academy?

Rad naše akademije zasniva se na inventivnosti, kreativnosti i cjelovitomunapređenju frizerske struke. Razmjenaiskustva, istraživanje novih mogućnosti, razvijanje novih metoda rada i stvaranjebezgrana, naša su inspiracija i pokretačka snaga. Individualnim pristupom svakom klijentu i studentu, svojomkreativnošću, umjećem i iskustvomnastojimo pokazati da upornost i ljubav prema strucidoistapomičugranice.

(»Delo naše akademije je zasnovano na bazi domišljije, ustvarjalnosti in spodbujanju za frizerski poklic. Izmenjava izkušenj, raziskovanje novih priložnosti, razvijanje novih metod dela in ustvarjanje brez meja so naša inspiracija ter gonilna sila.

Z individualnim pristopom do vsake stranke in študenta, s svojo kreativnostjo, z znanjem in izkušnjami poskušamo pokazati vztrajnost in ljubezen do poklica ter s tem resnično pomikamo/jo meje.«)

9. Se izobraževanje razlikuje od nekaterih londonskih akademij?

Smatram da svaka akademija ima svoj pravilan i jedinstvenpristup edukaciji, te da se polakobrišu razlike u kvaliteti akademskogobrazovanjavani i kod nas. No, London i dalje vodi "monopol".

(»Smatram, da ima vsaka akademija svoj pravilen in edinstven pristop k izobraževanju, da se počasi izbrišejo razlike v kvaliteti akademskega izobraževanja med tujino in nami. No London pa ima še vedno "monopolni položaj".«)

10. Bi lahko po Vašem mnenju London označili kot "prestolnico modnih frizur"?

Sa obzirom na dugogodišnje razvijanje mode, inventivnosti i mogućnosti- London jest glavni grad za frizerstvo

(»V zvezi z dolgoročnim razvojem mode, iznajdljivosti in možnosti je London prestolnica frizerstva.«)

11. Se strinjate z naslednjo trditvijo: "V frizerski industriji so inovativne zmožnosti že izrabljene"? (Zakaj da, zakaj ne?)

Ako se osvrnemo na povjest i legendarni razvitak mode poputinovatora (Vidal Sasoon, Trevor Sorbie, Galvin, Joshua, Toni&Guy,...) i mnogi drugi, zasigurno se može reći da se vrtimo u krugveć izmišljene forme i tehnike. No, daleko do toga da napredka nema. I dan danassu vidljivi pomaci u modi i industriji, samo što se individue izgube u masi.

(»Če se ozremo v preteklost in razvoj mode z legendarnimi inovatorji Vidal Sasoon, Trevor Sorbie, Galvin, Joshua, Toni&Guy... in mnogimi drugimi, lahko zagotovo rečemo, da se vrtimo v krogu že izmišljenih/iznajdenih oblik in tehnik. No, je pa daleč od tega, da napredka ni. Tudi dandanes so vidni premiki v modi in industriji, samo da so posamezniki izgubljeni v masi (mislim večji krog).«)

12. Je stopnja frizerske izobraženosti nižja zaradi dragega izobraževanja v tujih državah?

Za kvalitetno obrazovanjenijenužno da se ide u inozemstvo. Danas u vrijeme interneta i mnogobrojnihedukativnihcentara i akademija- potrebna je samo volja i želja za napredkom.

(»Kvalitetnega izobraževanja ni nujno potrebno iskati v tujini, v času interneta in številnih izobraževalnih centrov in akademij sta potrebni samo volja in želja po napredku.«)

13. Kakšni so Vaši plani za prihodnost?

Sa obzirom da sam se odlučila na velik korak- uz salon otvoriti i Idea- akademiju (u partnerskim odnosima) moji planovisuulagati i razvijati se maksimalno u struci. Uvijekpolazim od činjenice da se učenjem raste, a u frizerskojstruci to podrazumjeva neprestano usavršavanje i ostvarivanjejošnevidenog. U skladu sazlatnim pravilom - oči širomotvorene. Cilj mi je podjelitistečeno znanje i vještinekoje smo razvili.

(»Glede na to, da sem se odločila za velik korak in poleg salona odpreti tudi IDEA akademijo (v partnerskem odnosu), so moji plani vlagati in razvijati maksimalno na tem področju. Vedno izhajam iz dejstva, da z učenjem rastem, a v frizerski stroki to vključuje stalno izboljševanje in doseganje še nevidnega. V skladu z zlatim pravilom oči široko odprte. Moj cilj je deliti pridobljeno znanje in veščine, katere smo razvili.«)



Slika 18: Ivana ob prejetju nagrade (vir: osebni arhiv Ivane Bajsić)

8 SUPERSTYLISH

Superstylish je organizacija, ki se dobro trži. Pod Superstylish spadajo različni dogodki, modne revije, seminarji, slikanja, snemanja reklam, dobrodelne modne revije ... Beseda ima naboj in si jo je lahko zapomniti, je tako učinkovita, da jo ljudje vzamejo za svojotako v Sloveniji kot tudi v tujini. 13. 11. 2011 je v okviru Superstylisha v Žalcu nastopil med drugim tudi dvakratni frizer leta, lasni stilist mnogih zvezd (kot npr. Rihanna) Angelo Seminara.



Britanski frizer leta prvič v Sloveniji
Angelo Seminara
 13. november, Žalec

Slika 19: LogoSuperstylisha 2011

Na kratko je Superstylish opisal organizator Gašper Sedminek.

RAZSEŽNOST ORGANIZACIJE:

Gašper: Ogromno prireditvev, točnega števila ne vem. Sega v leto 2010, ko je zadeva dobila svetovni pomen. V prejšnjih letih so bile pod tem imenom izvedene različne neprofitne prireditve.

ODZIV OBČINSTVA:

Gašper: Občinstvo prihaja iz vse Evrope in je totalno navdušeno nad našimi dogodki. Delamo le profesionalne dogodke s svetovnimi zvezdami, počasi se širimo tudi v druge države.

ZNANE OSEBNOSTI:

Imen le-teh nebi rad izpostavljaj, ampak to so in še bodo osebe svetovnega formata. Veliko je bilo tudi slovenskih estradnikov. Že sedmo leto je naša ekipa prisotna na Viktorjih, že tretje leto na MissUniverse in še bi lahko naštevali.

ORGANIZACIJA, KI INOVATIVNOSPodbuja MODNI RAZVOJ:

To je Superstylish in to je to. Glede na obisk naših dogodkov, ki polnijo dvorane, dosegamo cilje, ki se zdijo za tovrstne prireditve nemogoči. Da nas ljudje iz tujine prosijo, če lahko nastopijo na naših odrih, je dosti močan razlog, da smo in. Da sta na odru novembra nastopila dva svetovna gosta, in sicer Angelo Seminara in Jennifer Chapman. Jennifer je svetovno znana koreografinja, praktično pleše za vse svetovne glasbenike in modne oblikovalce. Karte našega dogodka je bila med najdražjimi v Evropi, kljub temu je bila dvorana polna in še bi lahko napolnili sedeže, ampak jih je zmanjkalo, ker je bil dogodek na visoki ravni, to južna Evropa redko doživi. Žalec je dobil s tem veliko vlogo v modni industriji, čeprav kritiki še kar ne morejo pozabiti, da se je stvar izpeljala ravno v našem malem kraju Žalec. Obisk je bil mednarodni. Ampak dogodkov vedno ne vežemo le na Žalec, temveč jih povezujemo z vso Slovenijo. Vendar je Superstylish Dejan Tamše najlažje speljal na domačem terenu.

8.1 NAJNOVEJŠI PROJEKT: ANGELO SEMINARA: BRITANSKI FRIZER LETA PRVIČ V SLOVENIJI

13. 11. 2011 je v okviru Superstylisha v Žalcu nastopil med drugim tudi dvakratni frizer leta, lasni stilist mnogih zvezd (kot npr. Rihanna) Angelo Seminara. Na odru pa so se predstavili tudi:

- The One salon,
- Ivana Bajsič,
- Kristijan Petek,
- Gašper Sedminek & Zoran Aragovič ter
- Angelo Seminara, v kulturnem domu v Žalcu so ...

... pričarali enkratno vzdušje ...



Slika 20: SUPERSTYLISH 2011! (Foto: Gregor Katič, Mateja Orožim, Nina Baša; make up: Salon lepote Urška)

To pa je le proces, ki ga vidimo opazovalci od zunaj. "Resne zadeve" se dogajajo v ozadju, kjer se vse prične povezovati s procesom podjetništva ... Nastajajo **stroški** najema prostora, stroški nabave materiala, stroški transporta, sem pa spada tudi cena, ki jo nastopajoči zaračunajo za svoj nastop.

Pojavi se vprašanje?

- Od kod črpati denar za: **a) pokritje stroškov?**

b) za pričakovan dobiček?

Odgovor je preprost. **Iz "šova"!** Nekako takole poteka prenos denarja iz ene v drugo smer:

Glede na nivo, na katerem je potekala prireditev, je bila cena vstopnice korektna. Cene vstopnic so se vrtele od **125 do 160 evrov**. In glede na glavne stroške, ki sem jih že omenila, so več kot očitno cene ustrezale vsem, saj je dvorana bila napolnjena do zadnjega kotička, z lahkoto bi napolnili še večjo. Vendar pa to ni edini vir zaslužka. Poseben prostor v avli Kulturnega doma Žalec je lahko pridobil vsak **razstavljaivec**, ki je bodisi svoj salon ali svoje izdelke želel predstaviti obiskovalcem. Seveda cene, ki so jih za to plačali, ostajajo poslovna skrivnost, ni pa skrivnost to, da so bile dovolj visoke za uspešno izpeljan "šov".

Tretji način pa so sponzorji. Ti so za sponzorstvo praktično čakali v vrsti. Prispevali so svoje izdelke ali druge storitve, v zameno pa pridobili oglas na videoprodukciji glavnega odra.

Prednost Superstylisha je v tem, da organizatorji v prvi meri prirejajo dogodke s srcem, ne pa z enim samim ciljem: zaslužiti premoženje. To se kaže v **pozitivni energiji**, ki je trajala med nastopi in odzivom javnosti na vsako nadaljnjo prireditev.

S tem kaže organizacija vzor in pridobiva ljudi, ki se vedno znova vračajo na prireditve.

Torej **kvaliteta, iznajdljivost, poštenost in strast** so vrline, ki popeljejo na vrh vsakega z ambicijami postati **podjetnik!**

Obiskati prireditev, kot je bila ta, je le še dokaz več, da za vsako uspešno frizersko tvrdko stoji podjeten frizer. Gašper svoje podjetje vodi v sproščenem duhu, vendar pa se ravno s tem in svojimi inovativnimi idejami uvršča pred ostale.

8.2 INTERVJU Z ORGANIZATORJEM ŠOVA SUPERSTYLISH 2011: DEJANOM TAMŠETOM

1. Kakšni so začetki Superstylisha?

Začetki segajo v leto 2010, ko se je proti koncu leta med vrsticami rodila ideja o tovrstnem dogodku, ki naj bi bil nekaj svežega na slovenski sceni. Pobuda se je porodila nama z Gašperjem.

2. Koliko projektov ste že izvedli ter kakšni so odzivi javnosti na le-te?

Superstylish je novorojček. Pod tem imenom smo 2011 izvedli prvi projekt. Odzivi oz. pričakovanja okolice in strokovne javnosti so bili skeptični, toda z brezhibno organizacijo smo jih prepričali in presegli pričakovanja. Sicer smo organizirali že precej modno-družabnih dogodkov, vendar ne pod tem imenom.

3. So pri Vašem poslu pomembne podjetniške in ekonomske lastnosti? Če da, kako vplivajo na priprave posameznih projektov? (Ste pri določenih stvareh zato bolj previdni oz. premišljeni?)

Seveda. Čim več različnih spretnosti imaš, bolje je. Osebnost imam več organizacijskih sposobnosti, kar je moj močnejši del. Se pa še vedno učim iz projekta do projekta. Priprave so dolgotrajne. Za Superstylish celo eno leto. Potrebno je doreči vse do zadnje podrobnosti. Kadar projekt vsebuje več kot 30 "strank", pa je dela ogromno. Pogovori, pogajanja in pogodbe. Vse je potrebno uskladiti. Seveda pa je najprej potrebno dobro predelati finančni plan, sploh v teh časih.

4. Je v savinjski regiji Superstylish edina organizacija, ki vzpodbuja modni razvoj?

Težko trdim. Toda zagotovo je prva, ki se je lotila tako strokovnega dogodka za modne navdušence in predvsem frizerje. Z imeni, ki gostujejo pri nas, sodimo v špico.

5. Kako ste prišli na idejo da v Slovenijo pripeljete frizerja svetovnega kova, kot je AngelloSeminara?

To je Gašperjevo "maslo", ki je frizer in do zadnjega obvlada svetovno frizersko sceno. Natanko ve, kdo je "IN" in kdo ima kaj pokazati. Angelo je zvezda svetovnega formata. Ko si enkrat ali pa celo dvakrat britanski frizer leta, kot je npr. Angelo, je to tako, kot če pri filmu prejmeš oskarja.

6. Kakšne so bile priprave na ta dogodek?

Praktično ni minil dan, da nebi govorili o tem. Tudi čas poletnih dopustov smo preživljali ob organizaciji. Bilo je naporno, a se je potem vse vrnilo z odličnim obiskom in zadovoljno publiko. Morali smo poskrbeti za vse: spletno stran, promocijo, letake, oglaševanje, dvorano, hostese, tehnične zadeve, sponzorje, letalske karte, hotele, pogostitve, VIP-dogodek, gostinski del ... Ko začneš, pol teh stvari niti opaziš ne, potem pa z vsakim dnem prihajajo nove in nove ideje in zahteve.

7. Bi zadevo ponovili, jo pripravili še enkrat?

Ne če bi jo. Bomo jo!

8. Kakšno sporočilo oz. idejo prenaša Superstylish?

Superstylish enostavno na slovenski oder prinaša sporočilo najboljših frizerjev na svetu. Če ti predava ali demonstrira nekdo, ki je v nečem najboljši na svetu, potem sem vse povedal.

9. V kakšen namen ste za lokacijo tako pomembnega šova izbrali ravno Žalec?

Prvič, ker se v tem okolju odlično znajdem. Poznam možnosti in kapacitete. Žalec je med Ljubljano in Mariborom, kar je dobro izhodišče. S parkiranjem ni problemov. Teh pozitivnih lastnosti je še nekaj. Mogoče lahko vse skupaj izpeljemo ceneje, kot bi to bilo denimo v Ljubljani.

10. Kaj menite, da je s tem pridobil Žalec?

Žalec bolj malo, Slovenija pa veliko. Na žalost je edina črna pika ta, da je iz celjsko-žalske regije na dogodek prišlo okoli 6 oseb. Zakaj tako, me niti ne zanima. Upam pa, da ljudje vedo, zakaj niso prišli. Je pa zato ostalih 350 prišlo iz vse Slovenije, in sicer od Lendave do Nove Gorice. To je za nas velika nagrada za trud, ki smo ga vložili.

11. Bomo v prihodnosti še lahko pričali takšnemu spektaklu, kot je bil ta? (seveda izpod vaših rok)

Kot rečeno, da. In tudi ta bo zvezdniški.



Slika 21: Dejan Tamše in Angelo Seminara (foto: Gregor Katič)

9 ANALIZA INTERVJUJEV

Strokovno mnenje o frizerski panogi v svetu sem pridobila na podlagi šestih intervjujev z znanimi frizerji, ki so se predstavili na "šovu Superstylish 2011". Intervjuvala sem osebe, ki so v svoji stroki pokazale že vrsto uspehov in pozele številne mednarodne nagrade. Ni bilo naključje, da sem se odločila ravno za primerjavo treh frizerskih akademij gospodarsko različnih trgov. Temu je pripomogel obisk frizerke leta 2010 Ivane Bajsić, dvakratnega frizerja leta Angela Seminara, lastnika lastne frizerske akademije Steva Pavlovića ... Seveda se mi je vsak trud, ki sem ga vložila v pogajanje s temi frizerji, poplačal v veliki meri. S tem sem namreč pridobila informacije iz prve roke (in iz rok največjih strokovnjakov svojega časa), ki so za raziskovalno nalogo ključnega pomena. Tako nisem intervjuvala le frizerjev, ampak tudi izredno uspešne podjetnike.

9.1 PRIMERJAVA FRIZERSKIH AKADEMIJ

Ena glavnih tem raziskovalne naloge je primerjava akademij: slovenske, hrvaške in londonske akademije.

Da pa ne bo celotna raziskovalna naloga modno obarvana, je ta del namenjen predvsem enemu vprašanju:

- **Kako uspešno prodati idejo o dobri akademiji?**

To bom povzela iz intervjujev, ki sem jih napravila z Ivano Bajsić, Gašperjem Sedminekom Matijo Čretnikom ter Stevom Pavlovićem. Glede na podjetniško prevladujoče vzgibe, zaradi katerih je podjetje nastalo, spadajo frizerski saloni pod: **podjetja življenjskega sloga**.

Takšna podjetja poslujejo po načelu velike tržne konkurence in nenehne promocije. Želja vsakega podjetnika s tega področja je, da pridobi in tudi obdrži stranke. To doseže tako, da stranke iz frizerskega salona odidejo z nasmeškom na obrazu. Seveda to ve vsak, ne vedo pa vsi, kako frizerjem to uspeva. V veliki meri je najpomembnejša kakovost, vendar brez podjetniških lastnosti tudi ta ne bi prevladala.

Še posebej se to kaže pri odločitvi frizerja za odprtje lastne frizerske akademije. Ena izmed najbolj odmevnih in obleganih akademij v Sloveniji je tudi akademija, katere lastnik je Stevo Pavlović. Ta se promovira s sloganom: **»Ne hodite v London, pridite k nam!«**. Slogan je Stevo argumentiral takole: »Že ko sem odprl svoj prvi salon in čez pol leta Akademijo za izobraževanje frizerjev (gre za tečaje, akademija pa je mednarodni termin), sem bil vpet v londonsko dogajanje. Logično je bilo, da sem to prenašal na svoje stranke in sodelavce ter na frizerje, ki se hodijo k nam izobraževati iz cele regije.« Torej na svoje tečajnike prenaša londonsko znanje ob bistveno nižjih stroških. Za mnoge je najpomembnejši utrip in samo mesto London, zato se odločijo za obisk ene od akademij v Londonu. Eden izmed takšnih je tudi Matija Čretnik, ki ima sicer v lasti svoj frizerski salon, ne pa tudi akademije. Letno svoje znanje dopolnjuje na prireditvi, kjer se predstavijo vse akademije in napovejo modo naslednjega leta. Te izkušnje opisuje kot neponovljive in nenadomestljive. Dejstvo je, da so imena, ki se predstavijo, svetovna elita, ki pač stane. Pri **londonskih akademijah** je razpetega

ogromno denarja, ki je v lasti predvsem znanih frizerskih modnih hiš (**Tony & Guy...**), ki zaradi svojega uveljavljenega imena v svetu zaslužijo bistveno več, kot bi zaslužile sicer.

Vmes pa se pojavljajo tako imenovane **akademske gazele**, ki doživljajo izredno hitro gospodarsko rast. Ena izmed takšnih je tudi akademija **IDEA Academy**. Njena soustanoviteljica in lastnica Ivana Bajsić jo opisuje kot organizacijo, ki nenehno pomika meje v kreativnosti in ustvarjalnosti. Uspehi, ki jih omenjena akademija dosega, krepi rast njenega podjetja, ki jo druge akademije dosežejo šele v roku nekaj let. Kako doseči takšen uspeh? Skrivnost se skriva v ekipi. To sestavljajo frizerji, odlikovani z najprestižnejšimi nazivi, kot je **frizer leta** in podobno.

- **Primerjava ekonomskih kazalcev med Hrvaško, Veliko Britanijo in Slovenijo.**

Pri zbiranju podatkov o nalogi sem od uveljavljenih frizerskih mojstrov pridobila tudi povprečne ekonomske podatke o storitvah v frizerski industriji. Stroški preparatov, ki se uporabljajo, med omenjenimi trgi bistveno ne odstopajo. Zaznati je le nekoliko višji strošek (10–20 %) šamponov visoko kvalitetnih rangov v Angliji, vendar le-ti na končno ceno storitve bistveno ne vplivajo. Omeniti je potrebno, da je glavni strošek frizure zajet v delu, tu pa se še dodatno izkažeta kreativnost in modni navdih. Povprečne cene ženskih frizur so predstavljene v spodnji tabeli:

Tabela 3: Primerjava cen frizerskih storitev med državami

Vrsta frizure (ženska)	Normalna (cena v EUR)	Elite (cena v EUR)
Slovenija	30	55–70
Hrvaška	20	30–40
Velika Britanija	70	140–170

Na podlagi podatkov iz tabele ugotavljamo, da je zaradi bistveno višjih cen storitev v Veliki Britaniji možnost vlaganj v promocijo, izobraževanje in posledično gospodarski razvoj mnogo večja, kot pa je v Sloveniji in na Hrvaškem. Torej ni naključje, da je London v samem vrhu visoke evropske in svetovne mode.

(vir: Stevo Pavlovič)

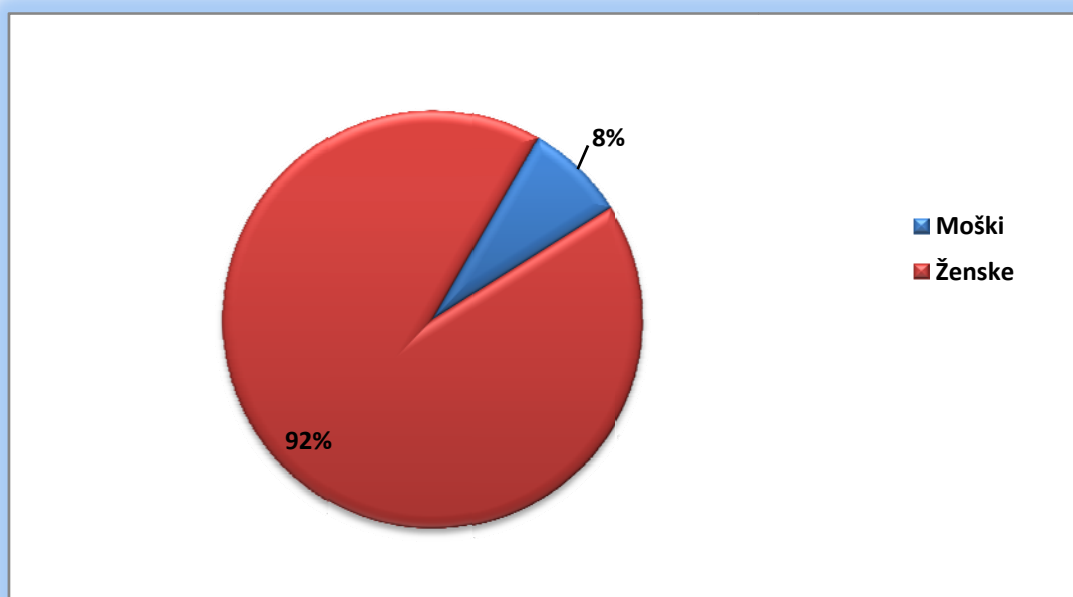
10 ANALIZA PODATKOV ANKETNEGA VPRAŠALNIKA

V povezavi z zavrnitvijo oz. potrditvijo določenih hipotez sem sklenila anketirati tudi dijake tretjih letnikov **srednje Frizerske šole Celje**. O okviru obvezne prakse so dijaki preko celega leta razdeljeni tako, da poleg šole opravljajo tudi šestmesečno prakso. Zaradi odsotnosti nekaterih dijakov mi ni bilo omogočeno izvesti ankete na populaciji celotnih tretjih letnikov. Vprašalnik je izpolnilo 39 dijakov. Z anketo sem želela ugotoviti nekaj pglavitnih dejstev, ki se navezujejo med drugim tudi na njihovo osveščanje o frizerskem poklicu ter njegovi pomembnosti v podjetništvu in ekonomiji. Slednje sem povezala z interesom po ustanovitvi lastnega frizerskega salona. Seveda pa pri tem ne gre brez znanja osnov podjetništva. Zato želim to nalogo posvetiti tako širši kot strokovni javnosti in upam, da jim bo služila kot **priročnik na frizerskih šolah**.

1. SPOL ANKETIRANCEV:

Tabela 4: Spol anketirancev

SPOL ANKETIRANCA	št. odgovorov	%
moški	3	8%
ženski	36	92%
SKUPAJ	39	100%



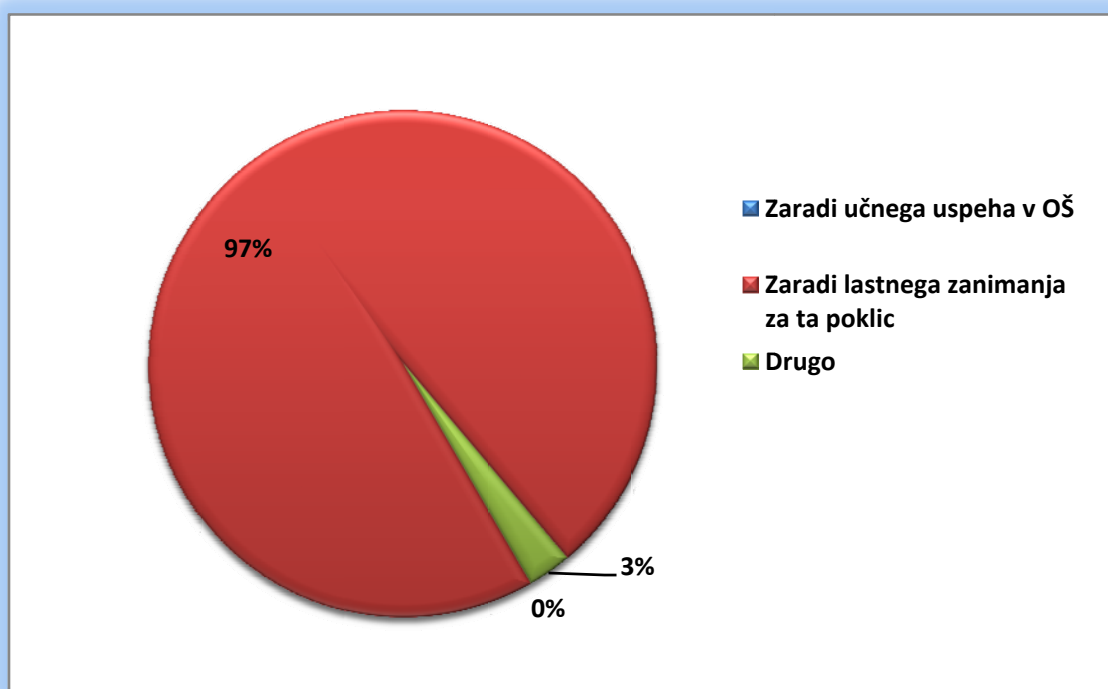
Graf 1: Spol anketirancev

Izsledki, ki kažejo, da je velika večina vprašanih ženskega spola, nakazujejo na veliko feministično obarvanost frizerskega poklica. Verjetno je to posledica razvoja frizerske dejavnosti v Sloveniji zadnjih nekaj let. Nadalje sklepam, da se večina moških, ki obiskuje frizersko šolo, za to odloča zaradi lastnega interesa in ambicij, ne pa zaradi slabšega učnega uspeha v OŠ. Če pogledamo populacijo svetovno znanih frizerjev, uvidimo, da gre predvsem za moške, kar je v primerjavi s slovenskim trgom dokaj neobičajno.

2. ZAKAJ SI SE ODLOČIL/ODLOČILA ZA POKLIC FRIZERJA?

Tabela 5: Zakaj si se odločil/-a za poklic frizerja?

Zakaj si se odločil/odločila za poklic frizerja?	št. odgovorov	%
Zaradi učnega uspeha v OŠ.	0	0%
Zaradi lastnega zanimanja za ta poklic.	37	97%
Drugo	2	3%



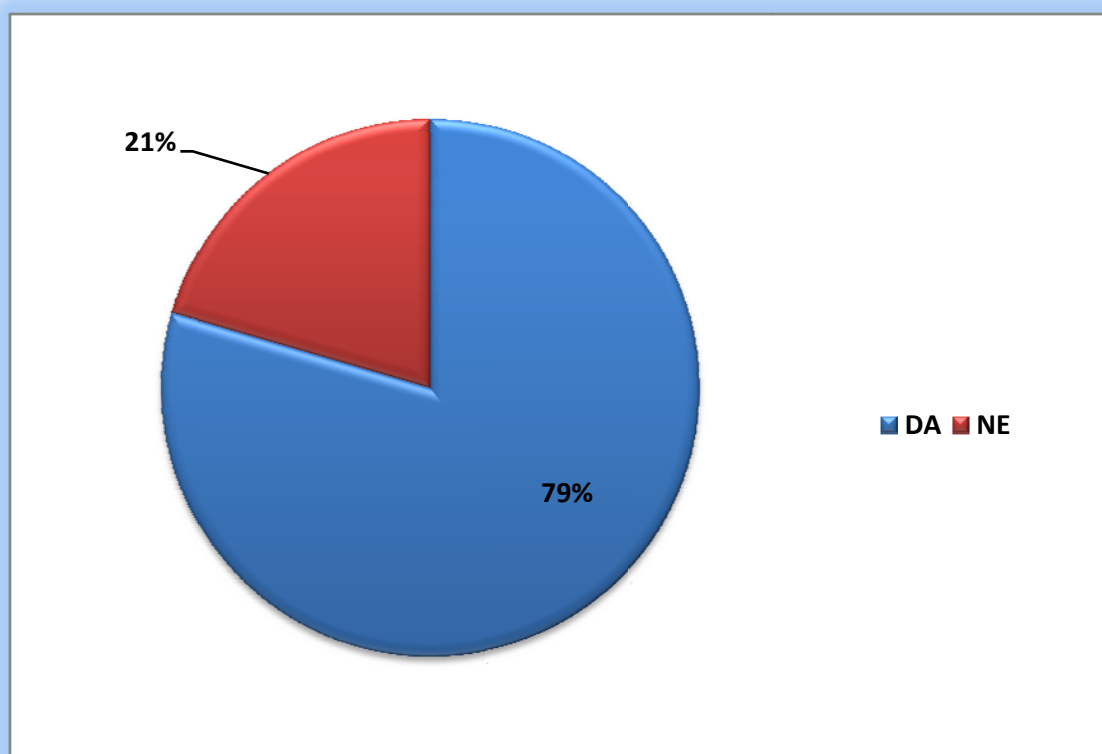
Graf 2: Zakaj si se odločil za poklic frizerja?

Učenci omenjenih oddelkov frizerske šole, ki sem ju anketirala, so na vprašanje »Zakaj ste se odločili za poklic frizerja?« odgovorili, da razlog ni povezan s slabšim učenim uspehom v OŠ. Statistike pa vendarle kažejo, da je večina anketiranih dijakov zaključila osnovno šolo z dobrim ali zadostnim uspehom. Seveda to ne izključuje njihovega interesa za ta poklic, vendar menim, da odgovori na to vprašanje niso bili korektni.

3. ALI SPREMLJAŠ ZADNJE MODNE SMERNICE FRIZUR?

Tabela 6. Ali spremljaš zadnje modne smernice frizur?

Ali spremljaš zadnje modne smernice frizur?	št. odgovorov	%
DA	31	79%
NE	8	21%



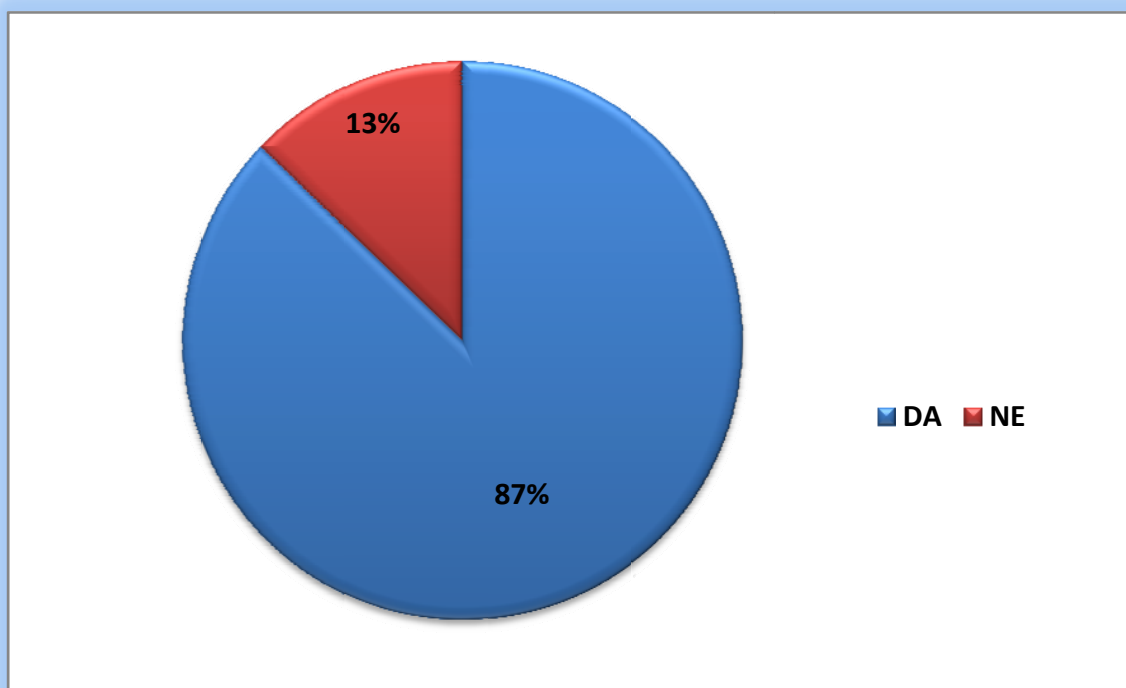
Graf 3: Ali spremljaš zadnje modne smernice frizur?

Skoraj 80 % anketirancev dokaj redno spremlja zadnje modne smernice v frizerski industriji. Dejstvo, da večina vprašanih spremlja nove kreacije, potrjuje domnevo o zgoraj navedenem vzroku za odločitev frizerskega poklica. Vsekakor pa je ugotovitev pozitivna za prihodnost slovenskega frizerstva. Upam, da se bo v bodoče frizerska stroka razvijala v smeri svetovno razvitejših modnih smernic.

4. ALI SE STRINJAŠ, DA SO PODJETNIŠKE IN EKONOMSKE LASTNOSTI KLJUČ DO USPEHA FRIZERJA?

Tabela 7: Ali se strinjaš, da so podjetniške in ekonomske lastnosti ključ do uspeha frizerja?

Ali se strinjaš, da so podjetniške in ekonomske lastnosti ključ do uspeha frizerja?	št. odgovorov	%
DA	34	87%
NE	5	13%



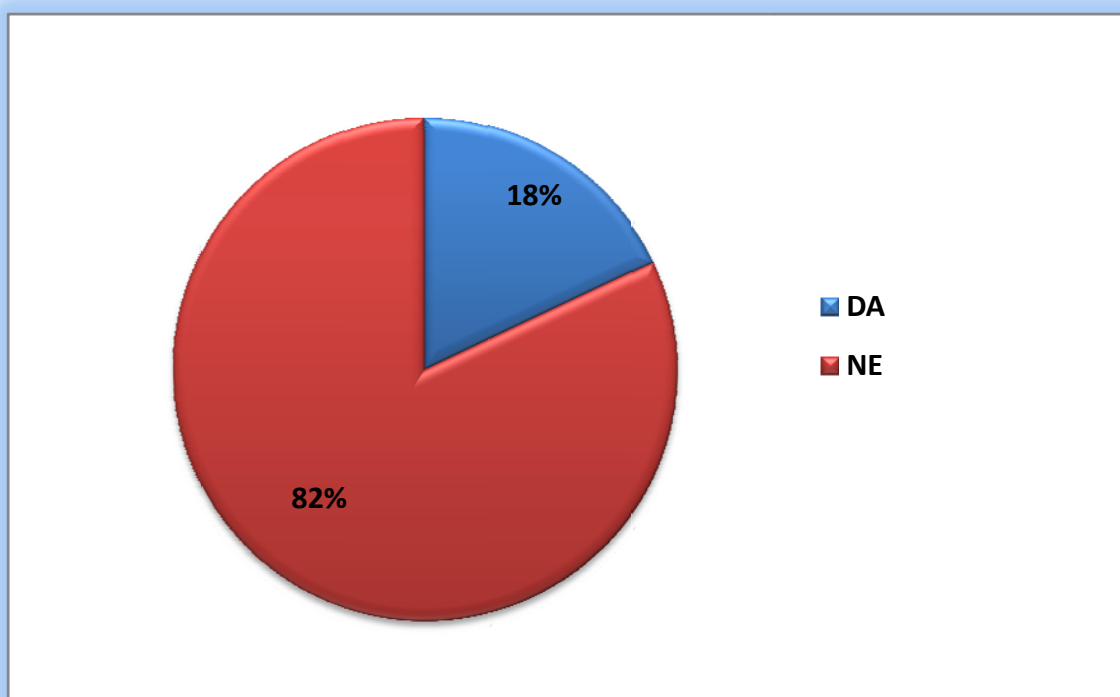
Graf 4: Ali se strinjaš, da so podjetniške lastnosti in ekonomski cilji ključ do uspeha?

Velika večina anketirancev (34) je mnenja, da podjetniške lastnosti in ekonomski cilji v veliki meri pripomorejo k uspehu vsakega frizerja. Tudi ta odgovor je z vidika razvoja stroke pri nas dokaj optimističen.

5. ŽELIŠ SVOJE ZNANJE V PRIHODNOSTI NADALJEVATI NA KATERI OD LONDONSKIH AKADEMIJ?

Tabela 8: Želiš svoje znanje v prihodnosti nadaljevati na kateri od londonskih akademij?

Želiš svoje znanje v prihodnosti nadaljevati na kateri od londonskih akademij?	št. odgovorov	%
DA	35	87%
NE	6	13%



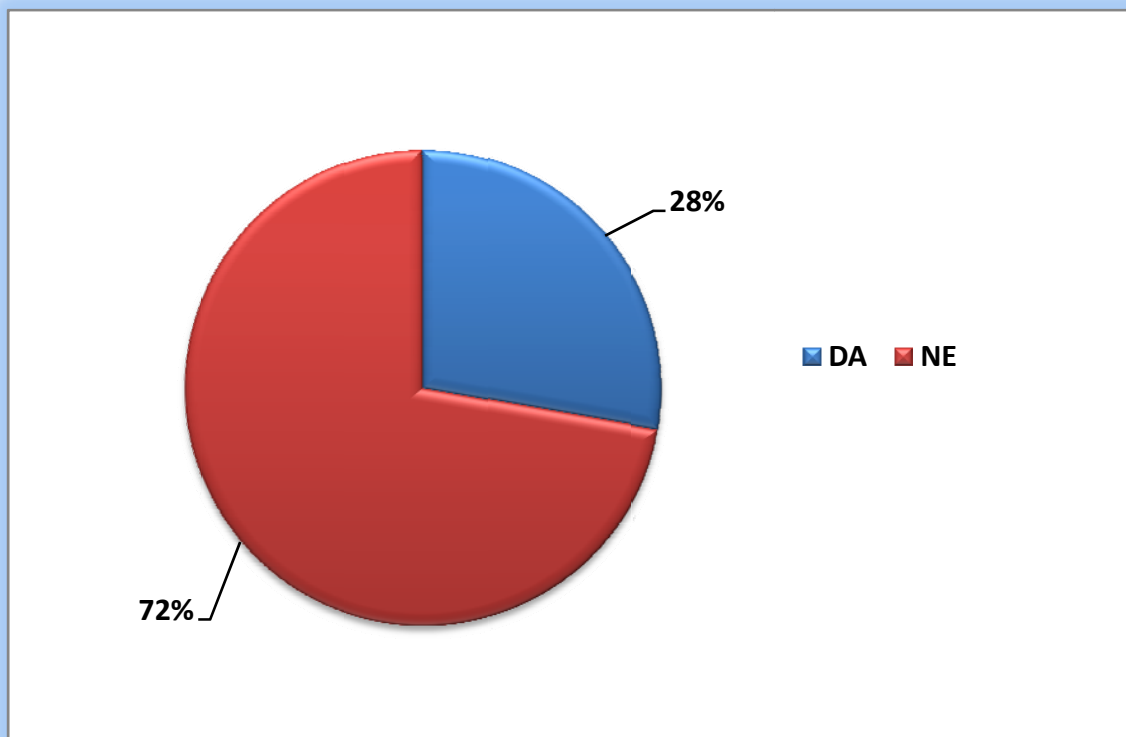
Graf 5: Ali želiš svoje znanje v prihodnosti nadaljevati na kateri od londonskih akademij?

Vprašanje je pomembno predvsem zaradi ozaveščenosti dijakov o akademski izobrazbi, ki se pridobi z raznimi tečaji na frizerskih akademijah po svetu. Ti tako imenovani "look&learn" tečaji poskrbijo za nenadomestljive izkušnje, ki jih je težje pridobiti v okviru rednega šolskega izobraževanja. Kljub navedenemu se velika večina za obisk akademije ne bi odločila. Kot najpogostejši vzrok za to so bili navedeni previsoki stroški tovrstnega izobraževanja.

6. ALI IMAŠ NAMEN SVOJE ZNANJE PO KONČANEM ŠOLANJU NADGRAJEVATI PRI KATERI OD ZNANIH SLOVENSКИH FRIZERSKIH HIŠ?

Tabela 9: Ali imaš namen svoje znanje po končanem šolanju nadgrajevati na kateri id znanih slovenskih frizerskih hiš?

Ali imaš namen svoje znanje po končanem šolanju nadgrajevati pri kateri od znanih slovenskih frizerskih hiš?	št. odgovorov	%
DA	10	28%
NE	26	72%



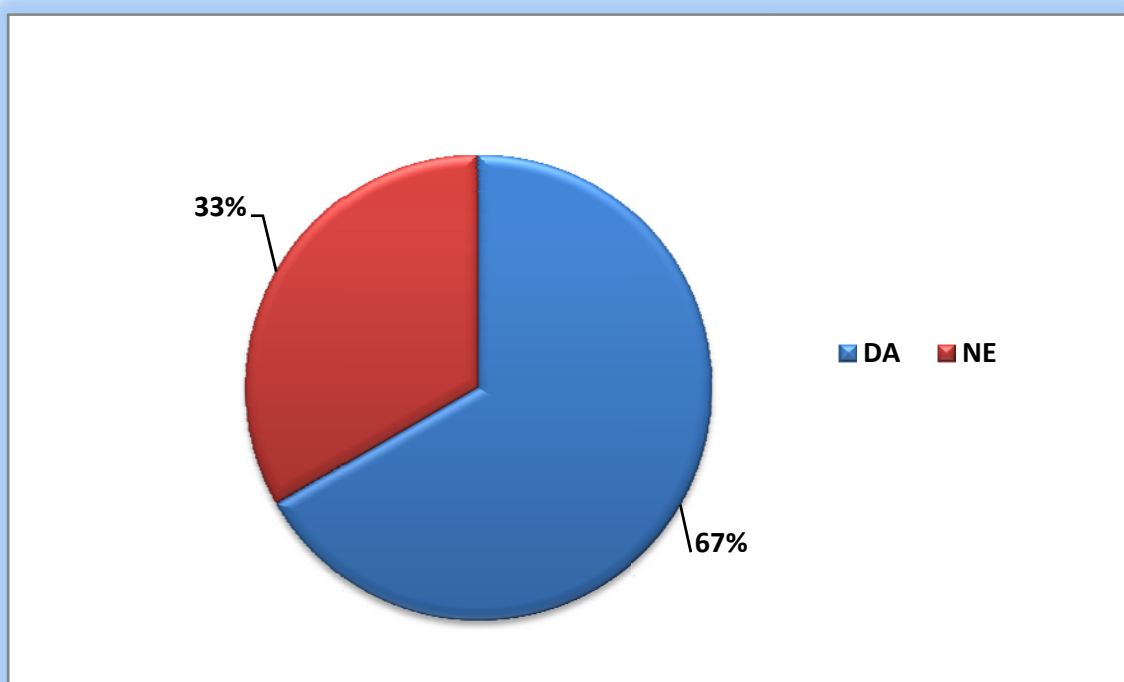
Graf 6: Imaš namen svoje znanje po končani srednji šoli izpopolnjevati pri katerem od znanih frizerskih salonov v Slovenji?

Tudi odgovor na to vprašanje me je precej razočaral. Od 36 anketiranih bi se za nadgrajevanje svojega znanja v enem od znanih frizerskih salonov odločilo le 10 dijakov. Očitno je večina mnenja, da osnovno izobraževanje zadostuje za normalno opravljanje frizerske dejavnosti v bodoče.

7. ALI VEŠ, DA JE 13.11.2011 V ŽALCU POTEKAL MODNI SPEKTAKEL IN ŠOV SUPERSTYLISH 2011: ANGELO SEMINARA PRVIČ V SLOVENIJI?

Tabela 10: Ali veš, da je 13.11.2011 v Žalcu potekal modni spektakel in šov *Superstylish 2011: Angelo Seminara prvič v Sloveniji*?

Ali veš, da je 13.11.2011 v Žalcu potekal modni spektakel in šov <i>Superstylish 2011: Angelo Seminara prvič v Sloveniji</i> ?	št. odgovorov	%
DA	34	87%
NE	5	13%



Graf 7: Ali veš, da je 13.11.2011 v Žalcu potekal modni spektakel in šov *Superstylish 2011: Angelo Seminara prvič v Sloveniji*?

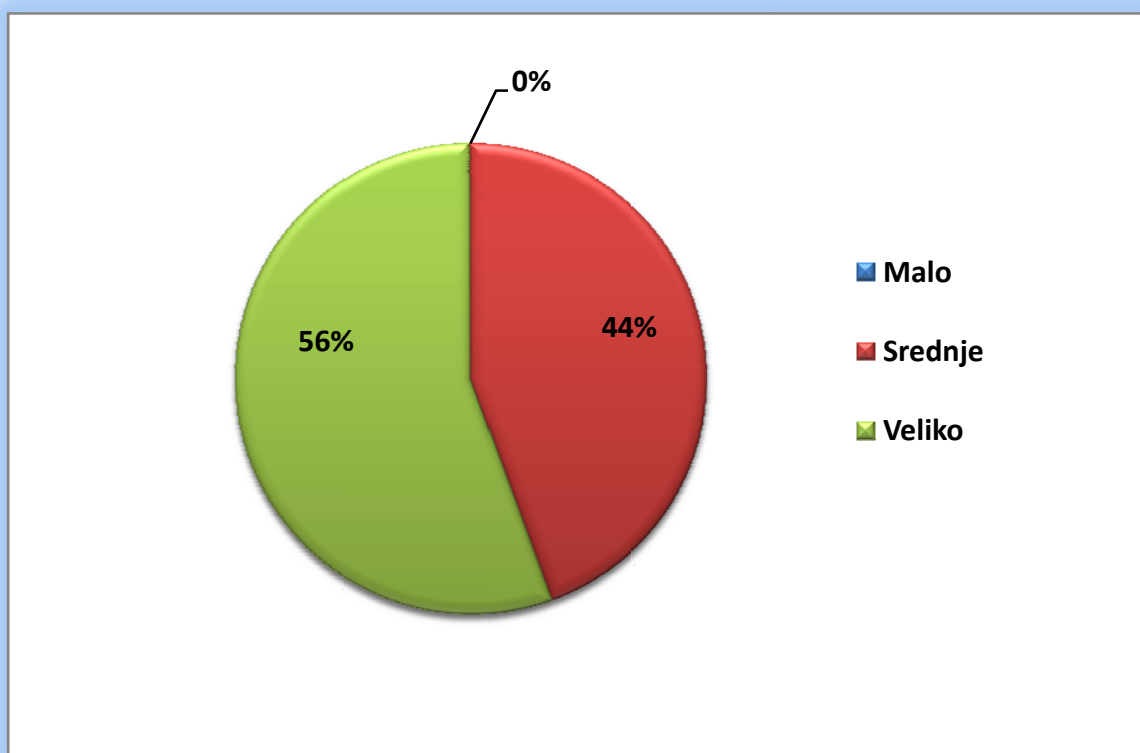
13.11.2012 je v Kulturnem domu Žalec potekal šov *Superstylish 2011: Angelo Seminara prvič v Sloveniji*, katerega sem obiskala tudi sama. Zanimiv je podatek, da je bilo prisotnih največ udeležencev iz Hrvaške in Srbije. Iz bližnje okolice Žalca se nas je udeležila zgolj manjšina.

Čeprav je kar dve tretjini anketirancev bilo seznanjenih z omenjeno prireditvijo, se je večina vprašanih ni udeležila. Predvidevam, da je bil glavni vzrok temu precej visoka cena vstopnine (od 125 do 160 evrov).

8. KOLIKO PO TVOJEM MNENJU LASTEN IMIDŽ IN KREATIVNOST PRISPEVATA K USPEHU FRIZERJA?

Tabela 11: Koliko po tvojem mnenju lasten imidž in kreativnost prispevata k uspehu frizerja?

Koliko po tvojem mnenju lasten imidž in kreativnost prispevata k uspehu frizerja?	št. odgovorov	%
malo	0	0%
srednje	16	44%
veliko	20	56%



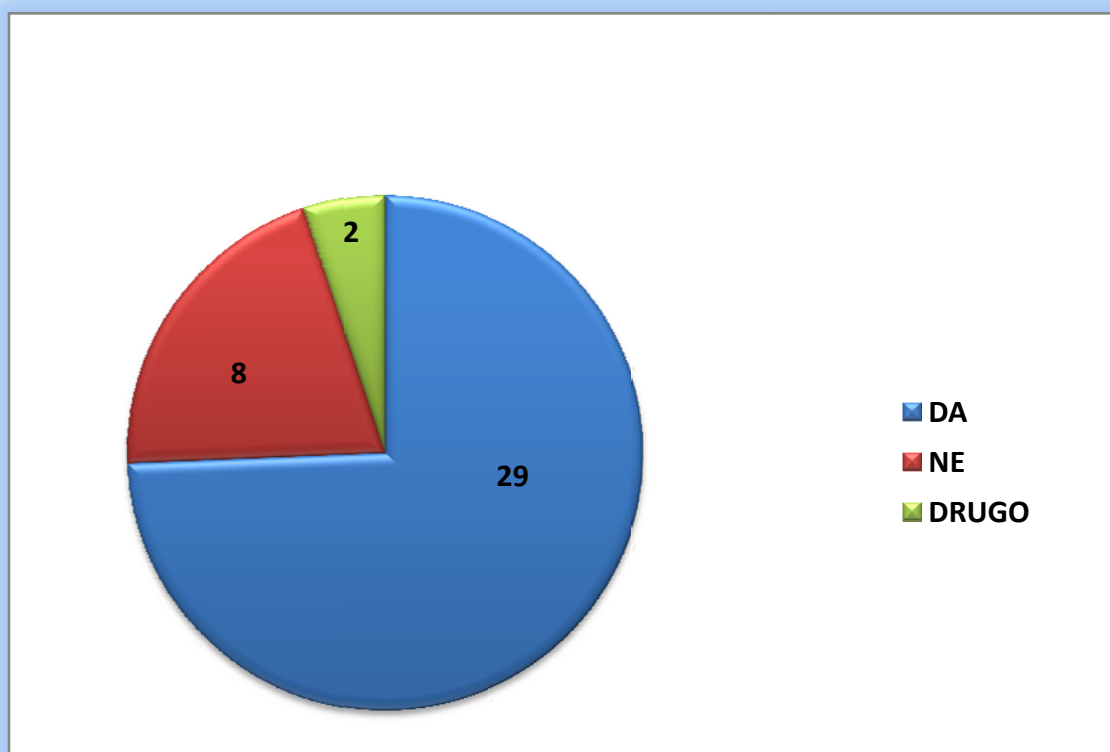
Graf 8: Koliko po tvojem mnenju lasten imidž in kreativnost prispevata k uspehu frizerja?

Odgovor na to vprašanje je v povezavi s prejšnjimi rezultati dokaj pričakovan. Imidž in kreativnost sta po mnenju 20 dijakov predpostavki, ki veliko prispevata k uspehu posameznega frizerja. Manj kot polovica vprašanih pa je mnenja, da zgoraj navedene lastnosti nimajo pomembnejše vloge pri nadaljnjem uspehu v modnih trendih.

9. ŽELIŠ V PRIHODNOSTI ODPRETI LASTEN FRIZERSKI SALON?

Tabela 12: Želiš v prihodnosti odpreti svoj lasten frizerski salon?

Želiš v prihodnosti odpreti lasten frizerski salon?	št. odgovorov	%
DA	29	0%
NE	8	44%
DRUGO	2	56%



Graf 9: Želiš v prihodnosti odpreti lasten frizerski salon?

Odgovori na vprašanje, ki je nekoliko bolj povezano s podjetniškimi interesi dijakov, so dokaj optimistični. Lasten frizerski salon želi imeti tri četrtine vprašanih dijakov srednje Frizerske šole Celje. Le 8 od 39 anketirancev nima tovrstnih ambicij, dva pa se s tem poklicem ne želita ukvarjati.

11 ANALIZA RAZISKOVALNE NALOGE – POTRDATEV ALI ZAVRNITEV HIPOTEZ

Na začetku naloge sem si zastavila nekaj hipotez, za katere sem skozi celotno nalogo iskala rešitve. S pomočjo anketnega vprašalnika in opravljenih intervjujev sem prišla do zanimivih ugotovitev.

Hipoteza 1: *Večina slovenskih strank je zavezanih h konstantni frizuri, kar je posledica vpliva frizerjev, ki se ne udeležujejo seminarjev povezanih z zadnjo modo (se ne izobražujejo na akademijah).*

To hipotezo sem preverila z intervjuji udeležencev modnega šova v Žalcu. Matija Čretnik je npr. razložil, da na akademiji, katere se udeležuje, običajno ni več kot 10 slovenskih frizerjev. Velika večina jih prihaja iz okolice Ljubljane. To je po njegovem mnenju povezano predvsem z velikimi stroški, ki nastanejo ob obisku akademije. Kljub temu zatrjuje, da je strošek dodatnega izobraževanja zelo dobra naložba in se kmalu povrne v celoti. Znanje in izkušnje s tovrstnih izobraževanj so popolnoma neprimerljive z izkušnjami, pridobljenimi v Sloveniji. Najnovejši svetovni modni trendi, ki jih predstavljajo na teh srečanjih, se tako konstantno prenašajo k nam in s tem navdihujejo redne stranke v salonu. Pri takšni obravnavi frizerskega oblikovanja je govoriti o »zastarelih« frizurah praktično nemogoče. Tudi Gašper je mnenja, da akademije izoblikujejo in »določajo« pomen posameznega frizerja v modnem svetu.

Med spraševanjem sem ugotovila, da velika večina slovenskih frizerjev in frizerk še vedno raje ostaja pri tradicionalnih in precej zastarelih metodah dela. Ugotovila sem tudi, da so v zadnjih letih vse bolj pogosti dodatni seminarji za frizerje, ki jih organizirajo razne organizacije pri nas (kot npr. Superstylish). Odziv pri frizerjih, ki delajo po ustaljenih smernicah, je iz leta v leto večji, kar je za razvoj kreativnosti v stroki izjemnega pomena.

Hipoteza 1: DELNO OVRŽENA IN DELNO POTRJENA

Hipoteza 2: *Stopnja frizerske izobraženosti slovenskih frizerjev je nizka, kar je posledica dragega izobraževanja v tujih državah (in predvsem v Londonu) ter slabe osnovne izobrazbe. Z izsledki analize sem ugotovila, da je stopnja izobraženosti večine slovenskih frizerjev na precej nizki ravni, kar je delno posledica pomanjkljivega osnovnega izobraževanja, še bolj pa je to vzrok nezainteresiranosti po dodatnem, permanentnem izobraževanju na mednarodnih akademijah. Vsekakor pa je potrebno omeniti tudi precej visoke stroške izobraževanja v tujini.*

Tudi po mnenju Steva Pavlovića je stopnja izobraženosti slovenskih frizerjev nižja predvsem zaradi velikega primanjkljaja kakovostnih učiteljev v frizerskih šolah, salonih, na seminarjih.

Hipoteza 2: POTRJENA

Hipoteza 3: *Podjetniške in ekonomske lastnosti so ključ do popolnega uspeha kreativnega frizerja.*

Odgovor na zastavljeno hipotezo sem pridobila od dijakov srednje Frizerske šole Celje, hkrati pa je vsebovan tudi v intervjujih znanih frizerjev. Večina vprašanih dijakov se strinja, da je povezanost stroke in podjetništva temeljnega pomena za razvijanje frizerske dejavnosti v bodoče. Dodatno pa so na zastavljeno vprašanje enoglasno pritrdili vsi prej navedeni intervjuvanci. Vsi so mnenja, da brez podjetniških lastnosti in ekonomskih ciljev tudi v frizerski industriji ne gre. Podjetništvo v frizerski dejavnosti vse bolj pridobiva na pomenu in prepoznavnosti. Izraža se predvsem preko stalne promocije, udeležbe na svetovno znanih prireditvah in modnih »šovih«.

Hipoteza 3: POTRJENA

Hipoteza 4: *Večina anketiranih dijakov srednje Frizerske šole Celje ni bila seznanjena z modnim »šovom« Superstylish 2011: Angelo Seminara.*

Po navedbi anketirancev, ki predstavljajo ciljno skupino raziskovanja, je večina bila seznanjena s prireditvijo »Superstylish 2011: Angelo Seminara«, žal pa se je zaradi precej velikih stroškov niso udeležili.

Hipoteza 4: OVRŽENA

Hipoteza 5: *Lasten imidž in kreativnost frizerja precej vplivata na njegov uspeh.*

Lastna kreativnost v frizerski dejavnosti po mnenju anketirancev veliko pripomore k uspešnemu delu in uspehu v frizerski industriji v Sloveniji. Lastnosti, ki odlikujejo posameznega frizerja, so po mnenju dijakov zelo pomembne za promocijo na trgu.

Hipoteza 5: POTRJENA

Hipoteza 6: *Večina mladih frizerjev želi v prihodnosti odpreti svoj lasten frizerski salon.*

Kot je moč razbrati iz ankete, se želi večina vprašanih v bodoče uveljaviti v frizerstvu preko lastnega salona in tako uveljavljati želene interese. Z veseljem ugotavljam, da je ta hipoteza potrjena.

Hipoteza 6: POTRJENA

Hipoteza 7: *Dobra akademska izobrazba je pomembnejša sestavina pri uspehu posameznega frizerja kot pa naravni talent.*

Ob vprašanju »Kaj menite je bolj pomembno za uspeh frizerja: dobra akademska izobrazba ali naravni talent?« so že priznani frizerji v svetu mode enoglasno odgovorili z »akademska izobrazba«. Zato to hipotezo razglašam za:

Hipoteza 7: POTRJENA

12 ZAKLJUČEK

V zaključku želim predstaviti ugotovitve in spoznanja, ki sem jih zasledila skozi celotno raziskovanje in pisanje naloge. Za uspešno razvijanje frizerske stroke v bodoče je nujna njena povezanost s podjetništvom in ekonomskimi cilji. Slednja se izraža predvsem z vlaganji v dodatno izobraževanje na modnih »akademijah« in promociji v različnih medijih. Nujno je potrebno dobičke vlagati v vzgojo in nenehno izobraževanje mladih kadrov. Žal je zaradi gospodarske krize tudi v frizerski dejavnosti prišlo do zniževanja prometa v zadnjih letih, posledično pa se še hitreje znižujejo dobički iz dejavnosti. V raziskovalni nalogi sem ugotovila, da so omenjeni gospodarski trendi v »visoki« modi manj izraženi, torej je permanentno izobraževanje in dvig storitev na višji nivo z ekonomskega stališča še toliko bolj upravičeno.

V zaključku pa vam prav tako želim predstaviti glavne ugotovitve, ki sem jih pridobila na podlagi intervjujev:

- ***Dobra akademska izobrazba je pomembnejša sestavina pri uspehu posameznega frizerja kot pa naravni talent.***

Ob vprašanju »Kaj menite je bolj pomembno za uspeh frizerja: dobra akademska izobrazba ali naravni talent?« so že priznani frizerji v svetu mode enoglasno odgovorili z »akademska izobrazba«.

- ***London je "prestolnica" modnih frizur.***

Ivana Bajsić: »London i dalje vodi "monopol".«*(London še vedno vodi v »monopolnem položaju«.)*

Angelo Seminara: »Definitivo je London "prestolnica" frizur.«

Stevo Pavlović: »London je to že več kot 30 let. Brez konkurence v svetu.«

Matija Čretnik: »Seveda je! Kot je Milano prestolnica tekstilnih kreacij, je London prestolnica za našo stroko.«

Gašper Sedminek: »Ja je, ker tam živi ogromno ljudi in različnih tipov načina razmišljanja.«

- ***Superstylish je organizacija, ki inovativno spodbuja modni razvoj.***

Supersylish je svojo inovativnost pokazal z mnogimi dogodki in prireditvami, med katerimi pa izstopa predvsem obisk Angela Seminara v Žalcu. Svojo inovativnost kaže predvsem v raznih video in glasbenih produkcijah, katere omenjenemu šovu dodajo »fluidno« ozračje.

Kot sem že omenila, pa srčno upam, da bo ta raziskovalna naloga nekomu, ki ima ambicije postati frizer, pripomogla, da zbere pogum in se poda v frizersko stroko, ne glede na učni uspeh in ostale ovire.

Namen vsega je predstaviti **poklic frizerja** kot ga doživljajo največji mojstri in povzetek se glasi nekako takole:

»Kariera frizerja je nedavno bila izbrana za najsrečnejši poklic na svetu. Temu pripomorejo inspirativni in kreativni ljudje, s katerimi se vsak dan srečujemo in ki nas ženejo k vedno večji perfekciji. Vsak dan je drugačen, porajajo se izzivi, ki te naredijo boljšega – tako osebnostno in še bolj seveda karierno. Zato se poklic frizerja uvršča med najbolj dobičkonosne poklice. Dela v modni industriji pač nikoli ne zmanjka in tudi tam ne gre brez dobrih frizur. Vsak, ki ima voljo in talent za poklic frizerja, bo zamudil življenjsko priložnost, če se za to ne odloči. Šole, ki so usmerjene za to področje, dajo osnove in možnost opravljanja prakse za razvijanje dodatnih spretnosti, tiste boljše pa že uporabljajo razna socialna omrežja za izobraževanje prek spleta. Tak način je razširjen predvsem v Londonu, čeprav imajo svetovno priznane frizerske akademije praktično na dosegu rok. Dvakratni frizer leta Angelo Seminara je v svojem intervjuju napovedal serijo takšnih seminarjev tekom leta. Za slovenske frizerske šole je to izjemna priložnost, ki jih bo ponesla na popolnoma drug nivo izobraževanja.«

Nikoli ne pozabite, da kjer je volja, je tudi moč!

13 VIRI IN UPORABLJENA LITERATURA:

13.1 LITERATURA

13.1.1 INTERNETNI NASLOVI:

- <http://superstylish.si/>
- <http://superstylish.si/angelo-seminara>
- <http://superstylish.si/angelo-seminara/105>
- <http://superstylish.si/component/content/article/38>
- <http://www.spletniklin.si/index.asp?p=poklici>
- <http://idea-academy.com/>
- http://idea-academy.com/index.php?option=com_content&view=article&id
- http://idea-academy.com/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid
- http://idea-academy.com/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=10sl
- <http://www.stevo.si/>
- <http://superfarm.net/stevo/index.php/hair-academy-vstop.html>
- <http://superfarm.net/stevo/index.php/kolekcije.html>
- <http://superfarm.net/stevo/index.php/frizerska-hisa.html>

13.1.2 KNJIGE:

- Miroslav GLAS, 2000:*Podjetništvo* (priročnik za učence). Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- —, 2001:*Ekonomija* (učbenik). Ljubljana: DZS.
- —, 2003:*Ekonomija 2* (temelji mikroekonomije). Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- —, 2003:*Podjetništvo 3* (priročnik za učence). Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- Klaus SCHUSTER, 2011: Upaj si postati super menedžer. *Finance*.

13.2 USTNI VIRI

- Intervju z Gašperjem Sedminekom (soorganizator Superstylisha 2011) (21. 2. 2012)
- Intervju z Dejanom Tamšetom (organizator Superstylisha 2011) (21. 2. 2012)
- Intervju z Ivano Bajsić (lastnica lastne frizerske akademije IDEA Academy in frizerskega salona AGI ART, frizerka leta 2011) (13.11. 2011)
- Intervju z Matijo Čretnikom (redni izobraževalec na različnih londonskih akademijah) (13. 1. 2012)
- Intervju z Stevom Pavlovičem (lastnik lastne frizerske akademije StevoHairAcademy in več frizerskih salonov v Ljubljani) (13.11. 2011)
- Intervju z Angelom Seminara (dvakratni frizer leta ter glavna modna ikona Superstylisha 2011) (13.11. 2011)
- Pogovor s Stevom Pavlovičem (12. .3 2012)
- Pogovor z Gašperjem Sedminekom (25. 2. 2012)

13.3 AVDIO-VIZUALNI VIRI

13.3.1 SLIKE

- Gregor Katič
- Osebni arhiv Gašperja Sedmineka
- Osebni arhiv Ivane Bajsić
- Studio GATH
- Špela Terglav
- Internet

13.3.2 POSNETKI

- Diktafonski posnetki (intervju z Angelom Seminara, Ivano Bajsić)
- Video posnetki (kratki prezentativni filmi o Ivani Bajsić, Angelu Seminara, Kristjanu Petku)
- Video produkcije (Supersylsh 2011. Angelo Seminara prvič v Sloveniji)

13.3.3 MATERIALNI VIRI

- Letaki in plakati za Supersylsh 2011
- VIP-vstopnica

14 PRILOGE

- **ANKETNI VPRAŠALNIK**
- **VPRAŠANJA ZA INTERVJUJE Z ANGELOM, IVANO, GAŠPERJEM, MATIJO, DEJANOM IN STEVOM**
- **FOTOMATERIAL S SUPERSTYLISHA 2011: ANGELO SEMINARA**
- **SUPERSYLISH PRIREDITVE**