

REPUBLIKA SLOVENIJA  
UNIVERZA V MARIBORU  
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

***PRIMERJAVA ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA V  
SLOVENIJI IN BiH***

September, 2009

PATRICIJA HALILOVIĆ

RREPUBLIKA SLOVENIJA  
UNIVERZA V MARIBORU  
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

***PRIMERJAVA ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA V  
SLOVENIJI IN BiH***

Patricija Halilović, dipl. ekon.,  
Rojena leta 1982 v Slovenj Gradcu  
Absolventka podiplomskega programa  
na smeri Podjetništvo in inoviranje  
Tema odobrena dne: 09.09.2009  
z delovnim naslovom: Primerjava ženskega podjetništva v Sloveniji in BiH  
Mentor: prof. dr. Miroslav Rebernik  
Somentorica: doc.dr. Karin Širec  
Lektorirala: Lidija Horvat

"Skrivnost uspeha ni v tem, da pred problemom bežite, se ga skušate znebiti ali da pred njim ohromite; skrivnost uspeha je, da zrastete, tako da ste večji od vsakega problema."

*T. Harv Eker, Skrivnost milijonarjevega uma.*

*Zahvala*

*Največja zahvala je namenjena mojima staršema, ki sta mi omogočila študij, mi skozi vsa leta študija stala ob strani, mi pomagala in me spodbujala. Hvala, da verjameta vame in v moj zagon!*

*Hvala mentorju prof. dr. Miroslavu Reberniku in somentorici doc. dr. Karin Širec za vso strokovno pomoč in nasvete pri izdelavi in usmerjanju magistrske naloge.*

Patricija Halilović

## KAZALO

<b>KAZALO SLIK</b> .....	<b>6</b>
<b>KAZALO TABEL</b> .....	<b>6</b>
<b>POVZETEK</b> .....	<b>7</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>8</b>
<b>1. UVOD</b> .....	<b>9</b>
1.1 Opredelitev področja in opis problema.....	9
1.2 Namen in cilji raziskave .....	9
1.3 Osnovne trditve .....	10
1.4 Predpostavke in omejitve .....	10
1.5 Uporabljene metode raziskovanja .....	10
<b>I. TEORETIČNA IZHODIŠČA</b> .....	<b>12</b>
<b>2. PODJETNIŠTVO</b> .....	<b>12</b>
2.1 Opredelitev pojma podjetništvo in podjetnik.....	12
2.2 Prednosti oz. slabosti podjetništva.....	14
2.3 Značilnosti podjetnikov in podjetnic.....	15
2.4 Podjetništvo v Sloveniji.....	18
2.5 Kratka predstavitev države BiH.....	23
2.6 Gospodarstvo in podjetništvo v BiH.....	24
<b>3. ŽENSKO PODJETNIŠTVO</b> .....	<b>30</b>
3.1 Pomen ženskega podjetništva.....	30
3.2 Ovire pri ženskem podjetništvu.....	31
3.3 Spolna diskriminacija.....	33
3.4 Podpore ženskemu podjetništvu .....	34
3.5 Žensko podjetništvo v Sloveniji.....	37
3.6 Žensko podjetništvo v BiH.....	43
<b>4. ŽENSKO PODJETNIŠTVO V VELENJU IN VELIKI KLADUŠI</b> .....	<b>49</b>
4.1 Gospodarstvo v mestni občini Velenje.....	49
4.2 Žensko podjetništvo v Velenju.....	49
4.3 Žensko podjetništvo v Veliki Kladuši.....	51
<b>II. APLIKATIVNI DEL</b> .....	<b>53</b>
<b>5. PREDSTAVITEV IZVEDBE RAZISKAVE</b> .....	<b>53</b>
5.1 Raziskovalne hipoteze.....	53
5.2 Potek raziskave .....	53
5.2.1 Upoštevano časovno obdobje .....	53
5.2.2 Metoda zbiranja podatkov.....	54
5.2.3 Vzorec.....	54
5.2.4 Metode obdelave in prikazovanja podatkov.....	55
<b>6. OBRAVNAVA REZULTATOV RAZISKAVE</b> .....	<b>56</b>
6.1 Predstavitev rezultatov .....	56
6.1.1 Demografske značilnosti anketiranih podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši.....	56
6.1.2. Predustanovitvena faza.....	59
6.1.3 Poslovanje.....	67
6.2 Predlogi za izboljšavo.....	81

<b>7. SKLEPNA SPOZNAVANJA .....</b>	<b>84</b>
7.1 Temeljne ugotovitve.....	84
7.2 Odprti problemi.....	85
<b>SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE.....</b>	<b>87</b>
<b>SEZNAM UPORABLJENIH VIROV.....</b>	<b>93</b>
<b>SEZNAM PRILOG.....</b>	<b>97</b>

## KAZALO SLIK

Slika 1: Štiridimenzionalen podjetnik.....	13
Slika 2: Delujoča podjetja v Sloveniji leta 2008 glede na velikost .....	19
Slika 3: Struktura temeljnih podatkov o poslovanju družb v letu 2008 po regijah .....	20
Slika 4: Odstotek MSP in velikih podjetij v BiH leta 2008 .....	28
Slika 5: Samozaposlene ženske in moški v Sloveniji leta 2008 .....	38
Slika 6: Zaposlenost v BiH glede na status zaposlenosti .....	44
Slika 7: Najem bančnega kredita fizičnih oseb v BOR banki Sarajevo za namen samozaposlitve leta 2008 ..	45
Slika 8: Zaposlene in samozaposlene ženske v MO Velenje leta 2008.....	49
Slika 9: Starost anketiranih podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši (VK) .....	56
Slika 10: Raven šolske izobrazbe anketiranih podjetnic .....	57
Slika 11: Izkušnje anketiranih podjetnic pred ustanovitvijo lastnega podjetja.....	59
Slika 12: Motivi anketiranih podjetnic za ustanovitev podjetja .....	61
Slika 13: Finančna podpora anketiranim podjetnicam ob ustanovitvi podjetja.....	63
Slika 14: Vrste usposabljanja ob ustanovitvi podjetja.....	66
Slika 15: Dejavnost podjetja anketiranih podjetnic.....	67
Slika 16: Mnenje anketiranih podjetnic glede diskriminacije .....	71
Slika 17: Vpliv poslovne kariere na zasebno življenje anketiranih podjetnic .....	72
Slika 18: Donosnost podjetij anketiranih podjetnic .....	74

## KAZALO TABEL:

Tabela 1: Profil podjetnika in podjetnice .....	14
Tabela 2: Značilnosti podjetnikov in podjetnic .....	16
Tabela 3: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in nujnosti .....	17
Tabela 4: Povprečna neto mesečna plača v BiH v (KM) .....	24
Tabela 5: BDP na prebivalca v BiH v (EUR) .....	25
Tabela 6: Stopnja brezposelnosti v BiH v %.....	25
Tabela 7: Struktura zaposlenih v BiH 2008 .....	25
Tabela 8: Delež neposrednih tujih naložb v Bosni od leta 1994 do 2004 v milijonih KM .....	26
Tabela 9: Motivacijski indeks .....	29
Tabela 10: Delovno aktivne ženske v Sloveniji leta 2008 .....	37
Tabela 11: Razlogi slovenskih podjetnic za odločitev za podjetništvo v odstotkih .....	39
Tabela 12: TEA po spolu glede na starost.....	40
Tabela 13: Obrestna mera za kratkoročne kredite .....	45
Tabela 14: Struktura delovno aktivnih žensk po stopnji izobrazbe .....	46
Tabela 15: Priporočila za rešitev problemov podjetnic v BiH .....	48
Tabela 16: Časovni potek raziskave.....	53
Tabela 17: Zakonski stan in število otrok anketiranih podjetnic.....	56
Tabela 18: Razlogi anketiranih podjetnic v Velenju in VK za pričetek z lastnim poslom.....	60
Tabela 19: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H1 .....	62
Tabela 20: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H2 .....	65
Tabela 21: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H3 .....	68
Tabela 22: Ocene problemov, s katerimi se soočajo anketirane podjetnice .....	69
Tabela 23: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H4 .....	70
Tabela 24: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H5 .....	73
Tabela 25: t-test - strinjanje anketiranih podjetnic s trditvijo, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti.....	74
Tabela 26: Deleži pomoči anketiranim podjetnicam pri razvijanju njihovega podjetja .....	75
Tabela 27: Pomembnost ciljev za anketirane podjetnice v Velenju v odstotkih .....	76
Tabela 28: Pomembnost ciljev za anketirane podjetnice v VK v odstotkih .....	76
Tabela 29: t-test pomembnost podjetniških ciljev.....	77
Tabela 30: Pearsonov koleracijski koeficient.....	78
Tabela 31: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H6 .....	79

## POVZETEK

### PRIMERJAVA ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA MED SLOVENIJO IN BIH

Začetki podjetništva segajo daleč v našo preteklost. Večina ljudi si predstavlja podjetništvo kot majhno zasebno dejavnost s povprečnimi dohodki. Strokovnjaki pa bi podjetništvo opredelili kot dejavnost, ki se ukvarja z upravljanjem ekonomskih virov in usmerjanjem letih na nova področja zaradi ustvarjanja čim večjega dobička. V podjetniškem procesu delujejo tako moški kot ženske.

Ali se ženske kot podjetnice razlikujejo od podjetnikov? Pri prebiranju različne literature, člankov in po pogovorih z različnimi podjetnicami smo prišli do spoznanja, da bistvenih razlik med spoloma ni opaziti. Lahko bi rekli, da so razlike v tem, kako sprejemajo tveganje, ter na kakšen način si želijo rasti podjetja. Moški tveganje povezujejo z dobičkom, medtem ko ženske tveganje gledajo z negativne strani in vidijo v tveganih odločitvah izgubo. Pri načinu rasti podjetja pa lahko rečemo, da si ženske želijo rasti podjetja na počasnejši in kontroliran način.

Magistrsko delo je glede na metodologijo dela razdeljeno na dva dela: teoretičnega, v katerem gre zgolj za spoznavanje že napisanega glede na področje ženskega podjetništva, ter empiričnega.

Teoretični del je namenjen predstavitvi ženskega podjetništva, značilnosti podjetnic v Sloveniji in BiH, pojmov podjetništva, podjetnik in njegove lastnosti, razlike med podjetnico in podjetnikom. Osnova za to je razpoložljiva literatura. Empirični del pa temelji na podatkih, ki smo jih pridobili z anketo. Za pridobivanje podatkov v skladu s cilji raziskave smo uporabili metodo pisnega anketiranja. Z anketo smo želeli ugotoviti, kaj vodi podjetnice k ustanovitvi lastnega podjetja, kakšne ovire so pri tem in kdo jih vzpodbuja ter podpira. Ugotovili smo stanje podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši. Odgovore in podatke smo analizirali, jih komentirali ter podali mnenje o ženskem podjetništvu v Velenju in Veliki Kladuši.

Raziskava, ki smo jo izvedli med podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši, je pokazala, da so glavni razlogi, zaradi katerih so se podjetnice odločile za samostojno pot, boljša in bolj donosna priložnost, nezadovoljstvo v prejšnji službi ter želja po večjem zaslužku. Največje podpore ob ustanovitvi so bile deležne s strani partnerja ali moža in ožje družine. Tudi pri razvoju podjetja so bile deležne iste podpore, torej največje s strani družine in moža ali partnerja. Raziskava je tudi pokazala, da anketirane podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši prevladujejo v storitvenih dejavnostih.

Ženske, ki se odločajo za samostojno podjetniško pot, se srečujejo tudi z drugimi težavami, kot so: vpliv družine, pomanjkanje znanja, nezadostno zaupanje vase, odpor do prevzemanja tveganja ter omejeno financiranje. Vendar ženska z močno voljo in željo po uspehu lahko premaga ovire in postane uspešna podjetnica.

**Ključne besede:** podjetništvo, podjetnik, žensko podjetništvo, poslovna priložnost, finančne ovire, diskriminacija, kariera, podpora, analiza ženskega podjetništva v Velenju in Veliki Kladuši.

## SUMMARY

### COMPARISON OF WOMEN ENTERPRISE BETWEEN SLOVENIA AND BOSNIA AND HERCEGOVINA

The beginning of enterprise goes a long way back to our past. Most people think of enterprise as small private activity, with average incomes. But when it comes to experts, they however define enterprise as activity, which manages the economic resources and directs them to new fields in order to make as much profit as it is possible. Either men and women are working in process of enterprise.

Do women as businesswomen differ from businessmen? Through reading various literature, articles and talking to some businesswomen i came to conclusion, which tells me, that there are no obvious differences between men and women. Differences may occur when it comes to how they are willing to take risks or in what way they want their firm to grow. Men are linking risk to profit, when on the other hand, women see risk as a negative thing and are connecting it to loss. When speaking of how they see growing of the firm, we can say that women want their firm to grow in more slowly and supervising way than men do. This dissertation, regarding methodology of work, is divided to two parts: theoretical, which is explaining existing literature, and empirical.

Theoretical part gives us an introduction of women enterprise, then comments on characteristics of businesswomen in Slovenia and BiH, concept of enterprise, qualities of businessman and also on differences between businesswoman and businessman. All information are taken out of the available literature. Empirical part is based on information, gained from a survey. I decided to use a written survey. My intention was to find out what is the reason that businesswomen establish their own firm, what are the obstacles on the way and who encourages and supports them. This method helped me find out situation of businesswomen in Velenje and Velika Kladuša. I analyzed given answers and data, commented them and gave my opinion on women enterprise in Velenje and Velika Kladuša.

The survey showed that the main reasons for establishing their own firm are better and more profitable chances, discontent with former job and a wish for earning more money. The biggest support, when establishing a new firm, came from their husbands and family. The same results regarding support were found when they were questioned about firm development. The survey also showed, that businesswomen, included in the survey and living in Velenje and Velika Kladuša, can be found mainly in service industry.

Women, establishing the firm, have other difficulties, too. Some of those problems are influence of the family, lack of knowledge, insufficient self-confidence, not wanting to take risks and limited financing. In conclusion, despite of difficulties, a woman can overcome all obstacles and with a strong will to succeed become a successful businesswoman.

<p><b>Key words:</b> enterprise, businessmen, women enterprise, business opportunity, financial obstacles, discrimination, career, support, analysis of women enterprise in Velenje and Velika Kladuša.</p>
---



## 1. UVOD

### 1.1 Opredelitev področja in opis problema

Raziskavo lahko uvrstimo na področje podjetništva.

Podjetništvo je definirano kot kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali dejavnost, bodisi da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega podjetja (Rebernik, Tominc, Pušnik 2005, 25).

Število podjetnic v Evropi se povečuje, vendar pa jih vodilna mesta po nekaterih podatkih zaseda le 10 odstotkov. Večina jih opravlja nižje in srednje vodstvene funkcije, na sam vrh podjetij pa uspe priti le redkim (Potočnik 2001, 19). Čeprav so značilnosti podjetnikov in podjetnic podobne, se podjetnice vendarle razlikujejo od podjetnikov glede motivacij, veščin in poklicnih izkušenj (Antonič et al., 96).

Kakšen je torej vzrok, da je v podjetništvu več moških predstavnikov, in kje so razlike med podjetnico in podjetnikom? Ali so lastnosti podjetnic razlog, da jih je manj kot podjetnikov? Kakšni morajo biti ukrepi, ki bi ženskam omogočili enakopravnejši položaj.

Največji problem podjetnicam predstavljajo finance (Bijedić 2008, 5). Zaradi narave njihovega podjetja težko pridobijo bančni kredit. Večina podjetnic raje uporabi za ustanovitveni kapital lastne prihranke in posojila od družine in prijateljev. Problem usklajevanja kariere z družinskimi obveznostmi je eden izmed razlogov, zakaj se manj žensk odloči za lastno podjetje (prav tam, 5).

### 1.2 Namen in cilj raziskave

#### *1.2.1 Namen raziskave*

Namen magistrskega dela sta spoznavanje in razumevanje področja ženskega podjetništva, ki še danes velja kot neizkoriščen vir. Namen je spoznati pomen in vlogo podjetnic v družbi nasploh in v končni fazi predstaviti in analizirati podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši (BiH).

#### *1.2.2 Cilj raziskave*

Cilji magistrskega dela so:

- Opredeliti žensko podjetništvo: (vloga ženskega podjetništva, podpore ženskemu podjetništvu, položaj žensk, ovire pri ženskemu podjetništvu).
- Predstaviti značilnosti podjetnic in težav podjetnic, s katerimi se soočajo ob ustanavljanju in vodenju podjetja.
- Primerjati družbenoekonomski položaj podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši.
- Analizirati rezultate ankete položaja podjetnic izvedene v Velenju in Veliki Kladuši.
- Spoznati profil podjetnice in profil njenega podjetja, ter določiti kritične probleme in pritiske.

### 1.2.3 Osnovne trditve

Osnovne trditve, na katerih smo se lotili magistrske naloge in raziskave, so:

- Pomen podjetništva je vedno večji.
- Podjetnice se srečujejo s številnimi problemi in omejitvami.
- Izboljšanje pogojev spodbujanja ženskega podjetništva je ključnega pomena za nadaljno prisotnost žensk v podjetništvu.
- Položaj podjetnic v Velenju je boljši kot položaj podjetnic v Veliki Kladuši.
- Ženske v Velenju in Veliki Kladuši postajajo vse bolj aktivne in samozavestne, ko se odločajo o svoji prihodnosti, zato razumejo ponujeno možnost samostojne podjetnice ali ustanovitev podjetja kot korak k večji samostojnosti.

### 1.2.4 Predpostavke in omejitve

Predpostavljamo, da je zadostna dostopnost do podatkov in literature na to temo, in bomo s pomočjo tujih in naših avtorjev iz tega področja lahko ocenili pojem ženskega podjetništva. Vprašalnik mora biti dovolj dobro orodje, da bomo dobili vpogled v žensko podjetništvo v Velenju in Veliki Kladuši (BiH).

Omejitve raziskave so, da vse podjetnice niso pripravljene sodelovati pri anketi, niso pripravljene razkriti določenih podatkov, ki se nanašajo na njihovo podjetje in na njih osebno. Omejitve predstavlja tudi področje, saj se bomo omejili le na mesto Velenje v Sloveniji in mesto Velika Kladuša v Bosni in Hercegovini. Veliko omejitev predstavlja čas, ki je na razpolago in tudi okviru magistrske naloge.

### 1.2.5 Uporabljene metode raziskovanja

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

Pristop k raziskovanju je kombinacija deskriptivnega in analitičnega načina. V teoretičnem delu bomo uporabili metodo deskripcije, s pomočjo katere bomo opredelili pojme o podjetništvu, žensko podjetništvo in položaj žensk. Z metodo kompilacije pa bomo povzemali spoznanja, stališča, sklepe in rezultate drugih avtorjev, da bomo natančneje pokazali problem, ki ga rešujemo.

Magistrska naloga bo vsebovala smiselno zaporedje korakov, po katerih bo potekala raziskava.

#### ***Teoretični del;***

Raziskava se bo začela s teoretičnim delom, ki je namenjen predstavitvi ženskega podjetništva, opredelitvi pojmov podjetništvo, podjetnik in njegove lastnosti, pregledu razlik med podjetnico in podjetnikom. Osnova za to je razpoložljiva literatura domačih in tujih avtorjev.

Sledi predstavitev izbrane metodologije in pojasnjene zastavljene hipoteze.

### **Praktični del;**

Praktični del temelji na analizi podatkov, ki jih bomo pridobili z anketo. Za pridobivanje podatkov v skladu s cilji bomo uporabili metodo pisnega anketiranja. Z anketo želimo ugotoviti, kaj vodi podjetnice k ustanovitvi lastnega podjetja, kakšne ovire so pri tem, ter kdo jih spodbuja in podpira. Ugotoviti želimo stanje podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši. Odgovore in podatke bomo analizirali, jih komentirali, ter podali mnenje primerjave ženskega podjetništva med Velenjem in Veliko Kladušo. Anketni vprašalnik mora biti dovolj dobro orodje in pravilno sestavljen, da bomo z njegovo pomočjo pridobili informacije, ki jih bomo potrebovali.

V empiričnem delu bomo uporabili analitičen pristop, s pomočjo katerega bomo opravili terensko raziskavo, in sicer tako, da bomo anketirali vzorec podjetnic v Sloveniji in BiH. Vsem podjetnicam bodo postavljena ista vprašanja, ki se nanašajo na njihovo podjetje in na njih osebno. Zaradi boljšega razumevanja bo vprašalnik, ki bo namenjen podjetnicam v BiH, napisan v njihovem jeziku. Pridobljene rezultate bomo analizirali in podali mnenje.

Raziskava bo temeljila na enotnem vprašalniku za obe mesti, Velenje in Veliko Kladušo (BiH). Anketni vprašalnik bo vseboval zaprta in odprta vprašanja, ki se nanašajo na pridobivanje podatkov za potrjevanje postavljenih hipotez.

Metoda statistične obdelave podatkov je potekala s pomočjo programskega orodja SPSS, ki podpira grafično in tabelarično predstavitev podatkov ter programom Microsoft Office Excel. Pri preverjanju in statistični obdelavi hipotez smo uporabili univariatno in bivariatno analizo.

Pri univariatni analizi podatkov smo uporabili:

- *Aritmetično sredino* = kvocient med vsoto vseh vrednosti spremenljivke v vzorcu in skupnim številom enot v vzorcu.

Za potrditev ali zavrnitev zastavljenih hipotez pa smo uporabili naslednje teste, ki so pokazali, če so rezultati statistično značilni:

- *Pearsonov korelacijski koeficient*. Uporabimo ga, ko želimo na reprezentativnem vzorcu ugotoviti, ali sta dve numerični spremenljivki medsebojno povezani ter kakšna je smer te povezave. Koeficient korelacije tako meri jakost linearne povezanosti med dvema spremenljivkama. Vrednost koeficienta korelacije je definirana na intervalu od -1 do 1, kjer -1 pomeni popolno negativno linearno povezanost, 0 pomeni, da linearne povezanosti med spremenljivkama ni, 1 pa pomeni popolno in pozitivno linearno povezanost med spremenljivkama.
- *t-test za neodvisne vzorce*. Uporabimo ga, ko želimo med seboj primerjati dve neodvisni skupini. Z njim ugotavljamo, ali se aritmetični sredini dveh skupin med seboj statistično značilno razlikujeta.

# I. TEORETIČNA IZHODIŠČA

## 2. PODJETNIŠTVO

### 2.1 Opredelitev pojma podjetništvo in podjetnik

Podjetništvo je dinamičen proces ustvarjanja dodane vrednosti, ki je povezan z načinom ravnanja posameznikov, ki:

- prevzemajo iniciativo za nove proizvode, nove načine poslovanja,
- organizirajo in reorganizirajo družbene in ekonomske mehanizme za bolj učinkovito uporabo virov in pogojev ter
- prevzemajo tveganje za mogoči neuspeh podjetja (Glas 2000, 9).

Rebernik v svojem delu podjetništvo definira tudi kot proces iskanja ali ustvarjanja poslovnih priložnosti, ter njihovo izkoriščanje neodvisno od virov, s katerimi podjetnik trenutno razpolaga (Rebernik 1995, 2).

Podjetništvo je definirano kot kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali poslovno dejavnost, bodisi, da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega podjetja (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2005).

Za vse funkcije podjetnika/-ce, od koordinacije, razsojanja, inovacije do prevzemanja tveganja, velja, da je za uspešno uresničevanje potreben motiv. Motivacija podjetnika/-ce je vidik, ki je v proučevanju podjetništva pritegnil veliko pozornosti. Ekonomska znanost je poudarjala predvsem ekonomske motive, medtem ko je predvsem psihologija raziskovala neekonomske motive človekovega delovanja na ekonomskem področju. Med neekonomskimi dejavniki, ki vplivajo na podjetniško obnašanje posameznika/-ce, so na prvem mestu potreba po uspehu, samostojnosti in finančni samostojnosti. Neekonomski motiv za začetek podjetniškega delovanja je tudi nezadovoljstvo z dosedanjim delom (Žnidaršič 2005, 6).

Za človeka, ki je postavil svoje podjetje, je ta izkušnja polna navdušenja, razočaranj, strahu in trdega dela. Visoka stopnja neuspehov med podjetniki je posledica slabe prodaje, močne konkurence, pomanjkanja kapitala ali managerskih sposobnosti. Finančna in čustvena tveganja so lahko zelo visoka (Antonič, Hisrich, Petrin 2002, 29-30).

Ne gre zgolj za ekonomsko plat delovanja podjetnikov, temveč tudi za kulturo podjetništva, ki dopušča tudi pluralizem interesov, delovanja, ciljev ljudi za pravno državo, ki zagotavlja učinkovit okvir za delovanje tržnega mehanizma, za nevmešavanje države v poslovne zadeve, v gospodarjenje. Ta širši družbeni okvir je zelo pomemben, saj lahko država sicer tudi s povsem dobrimi nameni zelo omejuje podjetniško svobodo delovanja, še v večji meri pa je vprašanje, koliko obstoječ sistem vrednot spodbuja podjetništvo, neodvisnost, težnjo k večanju dobička, ki seveda vodi v večje razslojevanje družbe (Glas 2000, 3).

Podjetnik je oseba, ki združi vire, delovno silo, materiale in druga sredstva tako, da je njihova skupna vrednost večja kot prej, ter oseba, ki vpeljuje spremembe, inovacije in nov red. Podjetniki, ki generirajo ideje, so ponavadi ljudje, ki imajo »na zalogi« vedno dovolj idej, ki jim omogočajo razvijati konkurenčno prednost. Takšni podjetniki so inovativni; idejo najdejo in jo spremenijo v priložnost. Njihove ideje so ponavadi unikatne. Takšen podjetnik nenehno razmišlja o izboljšavi svojega produkta in mu dodaja nove vsebine in vrednosti (Berginc, Krč 2001, 148).

Belak navaja tipične lastnosti podjetnika. Te lastnosti so (Belak 1993, 31):

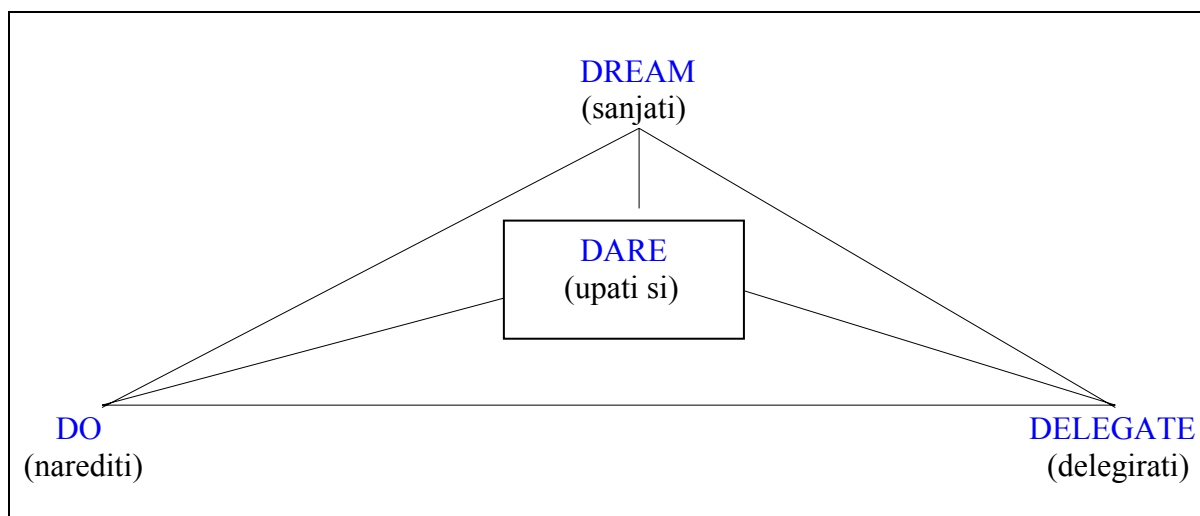
- želja po prevladovanju,
- potreba po dosežkih,
- želja po prevzemanju osebne odgovornosti za odločitve,
- dajanje prednosti odločitvam z nekaj tveganja,
- interes za konkretne rezultate odločitev,
- nagnjenost k razmišljanju o prihodnosti,
- želja biti sam svoj gospodar.

Poleg zgoraj naštetih lastnosti pa imajo podjetnice ponavadi razvite še določene lastnosti (Pahor 2005, 20):

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

Najbolj vplivne lastnosti podjetnika lahko nakažemo s pomočjo njihove večplastnosti. Uspešen podjetnik je »štiridimenzionalen«. Uspešni podjetniki istočasno obvladujejo štiri podjetniške dimenzije (Rebernik 1997, 37)!

**Slika 1: Štiridimenzionalen podjetnik**



Vir: Rebernik 1997, 37

DREAM – Znati mora sanjati, imeti vizijo in vedeti kaj hoče.

DARE – Mora si upati svoje sanje uresničiti.

DO – Sanje niso dovolj, treba je znati narediti, kar si je zamislil.

DELEGATE – Ker vsega ne more narediti sam, mora znati naloge delegirati, zadolžiti sodelavce, da stvari opravijo namesto njega (Rebernik 1997, 36-37).

**Tabela 1: Profil podjetnika in podjetnice**

<i><b>Podjetnik</b></i>	<i><b>Podjetnica</b></i>
Prvorojenec Oče in/ali mati s samostojnim poslom.	Prvorojenka v družini iz srednjega razreda.
Višje izobražen.	Izobrazba klasične smeri.
Poročen.	Poročena.
Prvi pomembnejši posel pri zgodnjih 30-ih letih, predhodne poslovne izkušnje.	Prvi pomembnejši posel pri srednjih 30-ih letih.
Željan neodvisnosti. Samozavesten. Zmerno prevzame tveganje. Visoka toleranca negotovosti. Visoka stopnja energije.	Motiviranje z željo po neodvisnosti in zadovoljstvu pri delu. Majhni in »mladi« posli.
Največja začetna problema sta bila pridobitev zagonskega kapitala in marketing.	Največja začetna problema sta bila pomanjkanje izkušenj in najetje kapitala.
Največja problema trenutnega poslovanja sta upravljanje denarnih tokov in slab poroštveni položaj.	Največja problema trenutnega poslovanja sta pomanjkanje izkušenj s finančnim planiranjem in slab poroštveni položaj.

Vir: Rebernik 1997, 35

Vse našteje lastnosti pa ne pomenijo, da lahko enostavno določimo, kakšen naj bo podjetnik/ca oz. podjetniški profil. Uspešen podjetnik ali podjetnica je človek, pri katerem kombinacija lastnosti, znanja, sposobnosti in motivacije pripelje do poslovnega rezultata oz. uresničevanja poslovne priložnosti – podjema (Pšeničny 2000, 64).

## 2.2 Prednosti oz. slabosti podjetništva

Med prednosti podjetništva lahko prištevamo (Glas 2001, 12-13):

1. Podjetništvo omogoča ustvarjanje delovnih mest. Zaposlovanje delavcev in ustvarjanje delovnih mest je ključni razlog spodbujanja razvoja malih in srednje velikih podjetij po svetu.
2. Prednost podjetništva je vidna v gospodarski rasti in zvišanju produktivnosti.
3. Na področju inovacij povzroča podjetništvo kontinuiran proces sprememb v gospodarstvu in v družbi. Te spremembe so povezane z gospodarsko rastjo in razvojem. Med njimi so pomembne inovacije, tako za razvoj novih proizvodov kot za povečevanje interesa investorjev za vlaganje v novo nastala podjetja. Največ inovacij je t.i. navadnih, sledijo tehnološke inovacije.
4. Podjetništvo prispeva tudi k povečanju dohodka v regiji.

5. So del širše regionalne gospodarske strukture.
6. So gojišče novih srednje velikih in velikih podjetij.
7. V poslovno uporabo učinkovito vključujejo male prihranke in razne druge manjše vire sredstev prebivalstva.
8. Hkrati nastaja tudi rahlo konzervativni srednji sloj, ki visoko ceni spodbude za razvoj, urejeno pravno državo in ekonomsko stabilnost (Glas 2001, 12-13).

Tako kot prednosti ima podjetništvo tudi slabosti. Le-te so sledeče:

Negotovost dohodka je slaba stran podjetništva, saj podjetje ne zagotavlja podjetniku vedno dovolj sredstev za preživetje. Tudi tveganje je zelo veliko, tvegamo namreč izgubo celotne investicije v podjetje. Na začetku poslovanja, dokler se podjetje ne uveljavi na trgu, mora podjetnik investirati ves čas in energijo v podjetje. S tem je pogojen dolg delavnik in naporno delo. Prav tako lahko izpostavimo slabo kvaliteto življenja, dokler se podjetje ne uveljavi na trgu, zato je vloga moža ali žene, očeta ali matere največkrat postavljena v ozadje. Velikokrat imajo podjetniki željo po vodenju, vendar pa za to nimajo dovolj izkušenj in izobrazbe, kar lahko vodi do neuspeha.

### 2.3 Značilnosti podjetnikov in podjetnic

Raziskovalci že vrsto let proučujejo v čem se managerski slog žensk razlikuje od moškega sloga. Analitiki menijo, da so ženske zelo odgovorne in načelne, in imajo drugačna etična pričakovanja kot moški, so redkeje pripravljene sodelovati v skupinskih odločitvah, dobro obvladajo konflikte in dosledno izvajajo spremembe (Rejc 2004, 17).

**Tabela 2: Značilnosti podjetnikov in podjetnic**

<i><b>ZNAČILNOSTI</b></i>	<i><b>PODJETNIKI</b></i>	<i><b>PODJETNICE</b></i>
<i>MOTIVACIJA</i>	Težnja po uresničitvi stvari. Osebna neodvisnost. Želja po nadzoru.	Izpolnitev ciljev. Neodvisnost - narediti stvari sama.
<i>IZHODIŠČNA TOČKA</i>	Nezadovoljstvo z dosedanjo zaposlitvijo. Vzporednica šoli, dosedanjemu delu ali nadgradnja dosedanjega dela .	Zanimanje in prepoznanje priložnosti na znanem področju. Spremembe v osebnem okolju. Frustriranost z delom.
<i>VIRI SREDSTEV</i>	Osebni prihranki in premoženje. Financiranje s strani bank. Investitorji, vlagatelji. Posojila prijateljev in družine.	Osebni prihranki in premoženje. Osebna posojila.
<i>PREDHODNA ZAPOSILITEV</i>	Izkušnje pri podobnem delu. Specialist ali nekdo, ki je imel velike dosežke na tem področju. Znanja z raznovrstnih poslovnih funkcij.	Izkušnje s podobnim poslom. Izkušnje v srednjem managementu ali administraciji. Izkušnje na storitvenih področjih.
<i>OSEBNOSTNE ZNAČILNOSTI</i>	Prepričljiv in trdega mnenja. Ciljna usmerjenost. Inovativen in idealističen. Visoka stopnja samozaupanja. Energičen. Sam svoj gospodar.	Fleksibilna in tolerantna. Ciljna usmerjenost. Ustvarjalna in realistična. Srednja raven samozaupanja. Energija in entuziazem. Zmožnost soočenja z družbenim in poslovnim okoljem.
<i>ZGODOVINA</i>	Starost ob ustanovitvi 25-35 let. Oče je bil samozaposlen. Visoka šola - poslovna ali tehnična usmeritev. Prvorojenec.	Starost ob ustanovitvi 35-45 let. Oče je bil samozaposlen . Visoka šola - usmeritev družbene vede. Prvorojenka.
<i>PODPORNE SKUPINE</i>	Prijatelji, poklicna poznanstva (odvetniki, računovodje). Poslovni partnerji. Zakonec.	Bližnji prijatelji. Zakonec. Družina. Ženska strokovna združenja. Panožna združenja.
<i>TIPI USTANOVLJENIH PODJETIJ</i>	Industrija ali gradbeništvo.	Storitve - izobraževanje, svetovanje ali odnosi z javnostjo.

Vir: Antonič, Hisrich, Petrin, Vahčič 2002, 97

Raziskave kažejo, da se ženske podjetnice razlikujejo od moških podjetnikov v nekaj značilnostih, in sicer v:

- **izobrazbi:** ni zaznati razlik v stopnji izobrazbe, temveč obstajajo razlike v naravi/usmeritvi izobrazbe – ženske si izberejo visoko šolo umetnostne usmeritve namesto podjetništva, strojništva in tehničnih predmetov;
- **izkušnjah:** ženske imajo največkrat izkušnje kot učiteljice, v delu v trgovini na drobno in kot administrativne delavke, medtem ko jih imajo moški na področju vodenja in tehnike;
- **motivih in razlogih za ustanovitev oziroma prevzem podjetja:** ženske se odločijo za podjetniško pot zaradi želje po fleksibilni zaposlitvi, ki jim omogoča dosegati ravnotežje med družino in delom, moški pa zaradi želje po podjetništvu ter opravljanju dela zase in ne za nekoga drugega;



- **postavljanju podjetniških ciljev:** ženske kombinirajo družbene cilje, npr. zadovoljstvo strank z ekonomskimi cilji, npr. dobičkom (doseganje ravnotežja med ekonomskimi in neekonomskimi cilji), medtem ko moški v večji meri težijo k enem samemu cilju, in sicer doseganju oziroma povečanju dobička;
- **slogu vodenja:** ženske posedujejo slog vodenja, ki je usmerjen na človeške vire in zato postavljajo delo z ljudmi na prvo mesto, so komunikativne in strateško usmerjene, medtem ko je za moške značilno, da na prvo mesto ne postavljajo planov o razširitvi in rasti v prihodnosti;
- **značilnostih podjetja:** ženske ustanovljajo majhna podjetja, ki rastejo počasi, moški so pripravljeni tvegati na račun dobička in rasti podjetja (Brush 1997, 5-30).

Klub vsem tem raziskavam in ugotovitvam še zmeraj ne moremo z gotovostjo trditi, da se podjetnice in podjetniki res razlikujejo v vseh zgoraj navedenih področjih. Veliko raziskovalcev je mnenja, da se podjetnice ne razlikujejo od moških glede na želje po podjetništvu, neodvisnosti in samozaposlitvi, temveč se razlikujejo med seboj glede zagona in vodenja podjetja (Dubey 1996, 51-52).

Razlike med podjetnicami in podjetniki so se pokazale tudi pri vključevanju v podjetništvo. Raziskave (Tominc, Rebernik 2003) kažejo, da se ženske bistveno manj pogosto kot moški vključujejo v podjetništvo, ker želijo izkoristiti poslovno priložnost. Tako v Sloveniji kot v svetu se moški v povprečju več kot štirikrat bolj pogosto vključujejo v podjetništvo zaradi priložnosti kot ženske.

Na drugi strani pa je vključevanje v podjetništvo zaradi nuje, ki se pojavi takrat, ko ni boljše možnosti za delo. Tudi pri vključevanju v podjetništvo zaradi nuje se je pokazalo, da se moški zaradi nuje pogosteje vključujejo v podjetništvo kot ženske. Slovenija se po TEA indeksu iz nujnosti uvršča na 35. mesto (0,77%), po TEA indeksu iz priložnosti pa na 25. mesto (5,63%) (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 52).

**Tabela 3: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in nujnosti**

2008	Slovenija	Najvišji	Najnižji	Rang Slovenije
<b>TEA-Nujnost</b>	0,77%	10,15% Kolumbija	0,26% Belgija	35/43
<b>TEA-Priložnost</b>	5,63%	20,95% Bolivija	2,12% Romunija	25/43

Vir: Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 52

Podjetniki, ki ustanovljajo podjetja zaradi nujnosti, imajo manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost za zaposlovanje in razvoj kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 55).

Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti nam kaže takoimenovani *motivacijski indeks*. Le-ta v primeru Slovenije za leto 2008 kaže visokih 7,28, kar nas uvršča na sedmo mesto med 43 državami (prav tam, 53). Zato je še toliko bolj zanimivo vedeti, kaj predvsem žene v podjetništvo posameznike, ki so se za to odločili, da bi izkoristili poslovno priložnost. Med podjetniki, ki so želeli izkoristiti poslovno priložnost, jih je največ to storilo zaradi želje po večji neodvisnosti in osebni svobodi (67,6%). Ostali vzgibi so manj pogosti: 27,3% nastajajočih in novih podjetnikov je želelo

povečati svoje prihodke, 2,9% jih je to storilo zato, da bi zadržali raven svojih prihodkov, 2,2% pa zaradi različnih drugih vzrokov (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 55).

Slovenski raziskovalci ocenjujejo, da je bilo leta 2008 okrog 159.000 podjetniško aktivnih posameznikov. V tej številki pa je zajetih tudi dobrih 54.000 nastajajočih podjetnikov, med katerimi pa jih je kar nekaj, ki nikoli ne bodo realizirali svojih podjetniških namenov, poleg tega pa pričakujejo, da se bo realizacija podjetniških pobud zmanjšala tudi zaradi gospodarske krize (prav tam, 44).

## 2.4 Podjetništvo v Sloveniji

Razvoj podjetništva lahko prikažemo skozi različna obdobja!

- Zgodnje obdobje

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

- Srednji vek

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

- Osemnajsto stoletje

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

- Devetnajsto in dvajseto stoletje

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

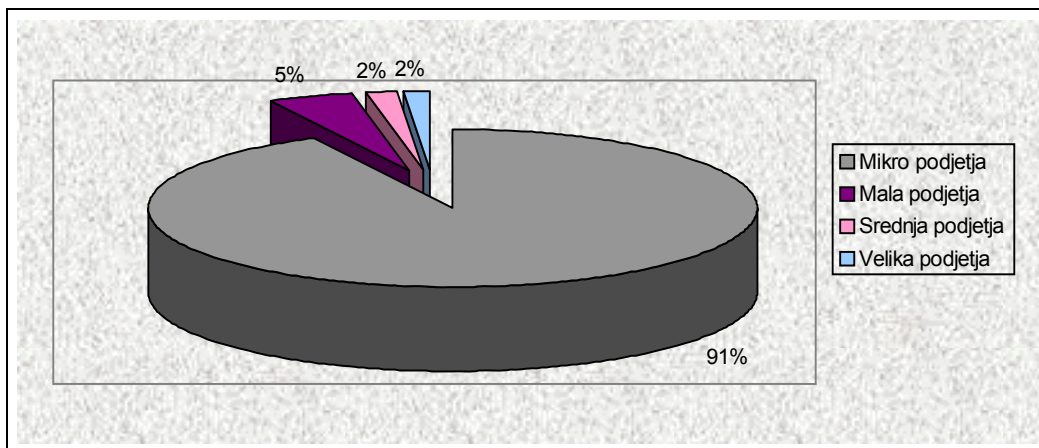
pojem podjetnik inovator (posameznik, ki razvija nekaj posebnega). Vloga podjetnika je izboljšati in temeljito spremeniti načine proizvodnje z izkoriščanjem invencij, ali splošneje, še nepreizkušeni tehnološki možnosti za proizvodnjo novih izdelkov ali starih na nov način, odkriti nov vir za dobavo materiala ali odpreti nov obrat za izdelke (prav tam, 28).

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

Po podatkih Poslovnega registra Slovenije je bilo v letu 2008 ustanovljenih 6.253 podjetij, za 20 % več kakor v preteklem letu, prenehalo pa je 2.587 podjetij, 55 % več kakor v preteklem letu. V letu 2008 je bilo uvedenih 222 stečajnih postopkov podjetij, 8 % več kakor v preteklem letu in 28 prisilnih poravnjav (Vir: Ajpes 2009, 2).

Med podjetji je bilo leta 2008 91,4 % mikro, 4,6 % majhnih, 1,5 % srednjih in 1,5 % velikih podjetij (Vir: Ajpes 2009, 2).

**Slika 2: Delujoča podjetja v Sloveniji leta 2008 glede na velikost**



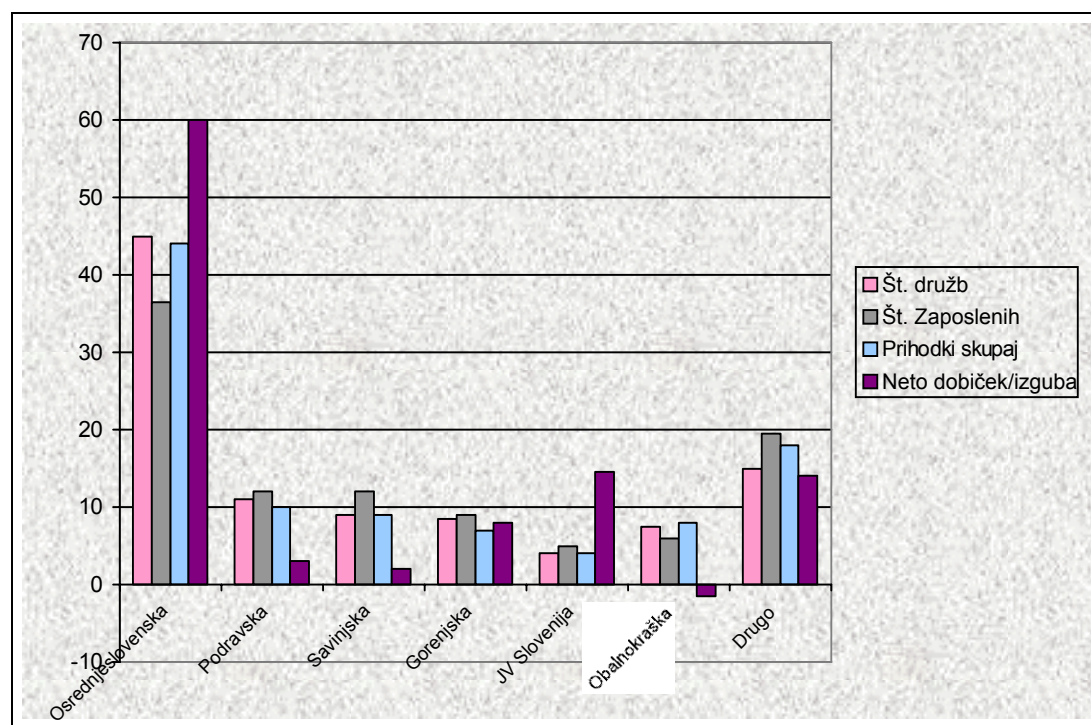
Vir: Ajpes 2008

Za leto 2008 so bile uveljavljene nove vrednosti meril za izračunavanje velikosti družb tako za tekoče kot tudi za preteklo leto. Povečale so se vrednosti aktive in čistih prihodkov, kar je vplivalo na razvrščanje družb v velikostne razrede tako, da se je nekoliko zmanjšalo število srednjih in velikih družb (Vir: Ajpes 2009, 11).

Večina družb, kar 48.070 ali 91 % vseh, je sodila med mikro družbe. Zaposlovale so 26,6 % vseh delavcev, in z 19,5 % vseh sredstev ustvarile 17,7 % vseh čistih prihodkov od prodaje. 15.187 mikro družb ni zaposlovalo nobenega delavca. V letu 2008 je bilo 2.390 majhnih družb, ki so zaposlovale 15,5 % vseh delavcev, dosegle 13,2 % vseh čistih prihodkov od prodaje in imele 12,1 % vseh sredstev. 763 srednjih družb je zaposlovalo 15,6 % vseh delavcev, doseglo 14,6 % vseh čistih prihodkov od prodaje in imelo 10,2 % vseh sredstev družb. 774 velikih družb je zaposlovalo 42,3 % vseh delavcev, doseglo 54,6 % vseh čistih prihodkov od prodaje in imelo 58,2 % vseh sredstev družb (prav tam, 12).

Družbe so leto 2008 zaključile s pozitivnim poslovnim rezultatom. Skupaj so ustvarile 85.555.124 tisoč evrov prihodkov, ki so bili v primerjavi z letom 2007 višji za 3 %, in ugotovile 83.247.816 tisoč evrov odhodkov, 14 % več kakor v letu 2007. Neto celotni dobiček je znašal 2.307.309 tisoč evrov, in je bil kar za 47 % manjši kakor v letu 2007 (prav tam, 4).

**Slika 3: Struktura temeljnih podatkov o poslovanju družb v letu 2008 po regijah**



Vir: Ajpes 2009, 15

Najbolj razvita med regijami je Osrednjeslovenska regija. V tej regiji je bilo 45,2 % vseh družb, ki so zaposlovale 36,3 % vseh delavcev in ustvarile 45,9 % vseh prihodkov (Ajpes 2009, 15).

Medtem ko smo leta 2007 v Sloveniji zabeležili 9,3 odstotka vsega podjetniško aktivnega prebivalstva, torej vseh nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, je bilo v lanskem letu aktivnih kar 11,8 odstotka. V evropskem merilu se je pri nastajajočih podjetnikih Slovenija uvrstila celo na 8. mesto. Med odraslimi prebivalci Slovenije je 2,4 odstotka tistih, ki imajo podjetje več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol-novi podjetniki ter 5,6 odstotka tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol-ustaljeni podjetniki (Rebernik, Tominc, Pušnik

2009, 42). Zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji je v obdobju 2002–2008 narasla s 4,6% leta 2002 na 6,4% leta 2008, s tem da je bila leta 2004 najnižja v tem obdobju (2,5%). V zadnjih štirih letih je aktivnost konstantno naraščala, in se leta 2008 izenačila s povprečjem 17 držav, ki tvorijo skupino inovacijskih gospodarstev (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 64).

Naraščanje podjetniške aktivnosti je dokumentiral tudi *Slovenski podjetniški observatorij*, kjer Rus in Rebernik (2009) na temelju podatkov AJ PES-a ugotavljata, da je v obdobju 2002–2007 celotno število podjetij naraslo od 91.250 leta 2002 na 111.201 leta 2007. Absolutno in relativno je bil največji porast v kategoriji mikro podjetij (1 do 9 zaposlenih), ki so se povečala od 73.346 leta 2002 na 89.611 leta 2007. Tega povečanja pa seveda ne smemo direktno primerjati z rastjo TEA indeksa, saj gre za rast števila podjetij in ne števila podjetnikov. Je pa smiselna in konsistentna, saj se rast števila podjetnikov nujno izkazuje tudi v rasti števila podjetij. Seveda ne na enak način in v enakem deležu, saj ima lahko eno podjetje več lastnikov/podjetnikov oziroma ima lahko en podjetnik več registriranih podjetij (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 65).

Glede starostne dobe, v kateri se posamezniki podajo na podjetniško pot, se Slovenija ne razlikuje od drugih držav. Največ podjetij ustvarjajo ljudje v starostni dobi med 25. in 34. letom. Ustaljeni podjetniki so seveda malo starejši. Največ ustaljenih podjetnikov, torej tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, pa je v starostni skupini med 45. in 54. letom, kjer je v podjetništvu več kot osem odstotkov delovno aktivnega prebivalstva (prav tam, 46).

Za spremembo od prejšnjih let, ko je bilo pri ženskah najbolj pogosto starostno obdobje za ustanavljanje podjetij med 35. in 44. letom, je bilo leta 2008 to enako kot pri moških med 25. in 34. Vse spremenljivke, ki so se izkazale pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, so za ženske manj ugodne kot za moške. Več kot 60% moških in samo 40% žensk verjame, da ima znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Ženske se bolj bojijo neuspeha kot moški – 28% moškim in skoraj 35% ženskam strah pred neuspehom brani stopiti na podjetniško pot (prav tam, 46).

V primerjavi s prejšnjimi leti se postopoma izboljšuje izobrazbena struktura podjetnikov. Nastajajoči in novi podjetniki so se leta 2008 izkazali za bolj izobražene kot ustaljeni podjetniki in izrazito bolj kot tisti, ki niso podjetniki. So pa nadpovprečno (glede na druge države) bolj pogoste oblike lastnega samoizobraževanja – neformalno izobraževanje o tem, kako ustanoviti podjetje ali pričeti nov posel, na primer branje literature v prostem času, opazovanje drugih podjetnikov, ali pomoč pri poslih, ki jih je ustanovil nekdo drug (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 81). Posamezniki, ki se odločajo za podjetništvo, ne prihajajo iz revnejših plasti prebivalstva. Slovenski podjetniki v veliki meri rekrutirajo iz prebivalstva, ki je po svojih dohodkih pri vrhu (prav tam, 48).

V Sloveniji je med nastajajočimi in novimi podjetniki leta 2008 v povprečju 17,3% takšnih, ki pričakujejo, da bodo v prihodnjih petih letih povečali število delovnih mest za najmanj 50%. Prav tako je med nastajajočimi in novimi podjetji v povprečju 10,53%

takšnih, ki ocenjujejo, da na tržišču ni konkurenčnih podjetij, med ustaljenimi pa je takšnih v povprečju 3,75% (prav tam, 69).

Slovenski podjetniki v znatno večjem deležu kot v drugih državah opustijo podjetništvo zaradi dogodkov, ki jih niso pričakovali in pa zato, ker se jim je pokazala možnost za drugo delo (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 56 povzeto po Duh 2009).

Prav tako so rezultati GEM pokazali, da več kot polovica Slovencev pozna vsaj kakšnega podjetnika. Ugoden je tudi kazalnik spoštovanja podjetniškega poklica, saj dobri dve tretjini odraslega prebivalstva v Sloveniji meni, da so uspešni podjetniki spoštovani in ugledni. Žal pa jih precej manj (57,6%) meni, da je podjetništvo tudi primerna izbira kariere. Zaskrbljuje pa zelo visoka stopnja egalitarizma, saj več kot 80% ljudi meni, da bi bilo večini ljudi ljubše, da bi imeli vsi enako raven življenjskega standarda (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 61).

Poglejmo si tudi, kakšne so prednosti in slabosti okolja za razvoj podjetništva v Sloveniji ter nujnost ukrepanja (Prav tam, 99):

Med najpomembnejšimi *prednostmi*, ki po mnenju izvedencev prispevajo k podjetniški aktivnosti v Sloveniji, so izvedenci največkrat navedli odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, podjetniške zmogljivosti na področju usposobljenosti za podjetništvo ter podjetniške zmogljivosti, povezane z motivacijo za podjetništvo, pa tudi zasnovanost in vodenje vladnih politik, kulturne in družbene norme, ki podpirajo podjetniško aktivnost, ter razpoložljivost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo ter kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja. Pri najpomembnejših *slabostih*, ki po mnenju izvedencev zavirajo podjetništvo v Sloveniji, posebej izstopajo vladne politike, katerih poglavitni cilj še vedno ni podjetniška družba, ter kulturne in družbene norme. Čeprav so oba podjetniška okvira izvedenci navedli tudi kot prednosti za spodbujanje podjetništva, očitno menijo, da sta to dimenziji okolja, ki najbolj zavirata nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji. Med njimi so tudi podporni mehanizmi in ekonomske politike, usmerjene v rast podjetij, ki jih je premalo ali pa so neučinkoviti (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 99).

Izvedenci menijo, da bi morali v Sloveniji povečati razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, doseči, da bi kulturne in družbene norme podpirale in ne zavirale podjetniško aktivnost, zasnovati in voditi vladne politike tako, da bi se čim več posameznikov odločilo za ustanovitev podjetja, managerjev pa za rast podjetij, ter izvajati vladne programe, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 100).

V Sloveniji je potrebno realnejše ovrednotenje podjetništva in družbene vloge podjetnikov. Prepričani smo namreč, da je v slovenskih mikro in malih podjetjih še veliko neizkoriščenih priložnosti za gospodarsko rast, ki jo Slovenija želi doseči, da bi čimprej dosegla povprečje razvitosti Evropske unije, in jo v nekaterih segmentih tudi preseгла (Pšeničny 2004, 2).

Da bi Slovenija to dosegla, mora država v prihodnosti še bistveno več vlagati v zagotavljanje ustrezne in poceni infrastrukture za vstopanje novih in rast malih in tudi srednje velikih gospodarskih subjektov, ne le ob podpori obstoječe podjetniško

spodbujevalne infrastrukture, ampak predvsem z zagotavljanjem poceni ali brezplačnih lokacij za podjetniške cone, tehnološke parke, inkubatorje ipd. (Pšeničny 2004, 3).

Če Pšeničny meni, da mora Slovenija v prihodnosti še bistveno več vlagati v zagotavljanje ustrezne in poceni infrastrukture za vstop novih podjetij, pa Mulej meni, da zlasti v malih in srednjih podjetjih ni dovolj inovativnega podjetništva in podjetnosti kot lastnosti ljudi, ki naj bi se npr. odzvali na pospeševalne pobude, da bi iz pravno obstoječega razvili ekonomsko, t.j. inovativno podjetje. Torej osrednji problem ni denar, ampak dovolj ljudi z dovolj inovativne podjetnosti (Mulej, 2003).

V Slovenji vlada nizka pozitivna podjetniška kultura, ki jo je potrebno okrepiti. Pozitivna podjetniška kultura je tista, ki je pripravljena sprejemati tveganje. Pozitivni odnos do sprejemanja tveganja je gonilna sila podjetništva. Sprejemanje tveganja ni pomembno samo za začetek poslovanja, ampak tudi za vse druge stopnje življenjskega obdobja podjetja (Tomanič, Vidovič 2002, 4-5).

Dubey in Monga opozarjata, da se je v Sloveniji treba zavedati, da je podjetništvo in razvoj podjetništva pomembno predvsem zaradi prispevka, ki ga prispeva k blagajni. Prav zaradi državne blagajne je potrebno spodbujati razvoj podjetništva v primarnem, sekundarnem in terciarnem sektorju. Avtorja govorita o naslednjih prispevkih podjetništva (Dubey 1996, 32-35 in Monga 1993, 16-21):

- *Podjetništvo (delno) rešuje problem brezposelnosti:*

Rešitev problema brezposelnosti je v samozaposlovanju, ki ga ponuja podjetništvo.

- *Razvoj podjetništva prispeva h gospodarski rasti:*

Razvoj podjetništva prispeva k povečanju BDP-ja.

- *Razvoj podjetništva prispeva k enakomernemu gospodarskemu razvoju:*

Pospešen razvoj velikega števila javnih storitev (infrastruktura, zdravstvo itd.) so dosegla le večja mesta, medtem ko so manjša mesta ostala nerazvita. Prav zaradi tega je pomembno, da s podjetništvom zapolnujemo vrzeli, ki so v manjših krajih.

- *Podjetništvo spodbuja in pospešuje podjetniško energijo:*

Podjetništvo narašča zaradi naraščanja stopnje izobrazbe ljudi, ki se čutijo sposobni za vodenje podjetja in druge podjetniške projekte.

- *Podjetništvo skrbi za ohranjanje tesnega odnosa med odjemalci in podjetji:*

Majhna podjetja poudarjajo značilnosti proizvodov, kakovost in osebne storitve, zato lahko hitreje in lažje navežejo stike z dobavitelji in kupci kot velika podjetja.

- *Razvoj podjetništva je zaslužen za slabljenje monopola in spodbuja konkurenco*

(Dubey 1996 in Monga 1993).

## 2.5 Kratka predstavitev BiH

Država, ki jo je močno zaznamovala vojna na Balkanu, je nastala po Dayton-skem sporazumu leta 1995. Ta je BiH razdelil na dve tvorbi, Bosansko-hercegovsko federacijo in Republiko Srbsko. Vsaka od njiju ima tudi svojega predsednika. Posledice vojne so v Bosni in Hercegovini vidne še dandanes. Uradni jezik v BiH je bosanski. BiH je multietnična država, v kateri po popisu leta 2008 živi 4 milijone prebivalcev, od tega 44 odstotkov predstavljajo Bošnjaki, 31 odstotkov Srbi, 17 odstotkov Hrvati, ostalih 8 odstotkov pa druge narodnostne manjšine. Po vojni se je etnična struktura nekoliko



spremenila, zmanjšal se je predvsem delež Hrvatov. Vojna je vplivala tudi na starostno strukturo prebivalstva, saj je veliko mladih ljudi zapustilo državo. V letu 2008 naj bi bilo po ocenah 70,7 % prebivalstva starega med 15 in 64 let. Vračanje beguncev je počasno. Ocenjuje se, da se je od konca vojne, od skupno 1,8 milijona beguncev, v BiH vrnilo okoli 950.000 ljudi (Izvozno okno 2009).

BiH se nahaja na osrednjem delu Balkanskega polotoka. Površina 51.209 km<sup>2</sup> uvršča BiH med manjše evropske države. Kopenske površine je 51.197m<sup>2</sup>, morske pa 12,2 km<sup>2</sup>. Dobrih 57 % ozemlja leži nad več kot 500 metrih nadmorske višine, povprečna nadmorska višina pa je 150 m. BiH sestavljajo štiri velike geografska območja oziroma regije. Srednja Bosna velja za najrazvitejši del države (12.920 km<sup>2</sup> ) z 1.249.000 prebivalci. Bosansko-hercegovski visoki del (11.842 km<sup>2</sup> ), s 325.000 prebivalci, je najslabše naseljen in med najsiromašnejšimi deli države (samo 9 % površine je obdelovalne, v mestih pa živi manj kot 30 % prebivalcev). Najmanjše geografsko območje je Mediteranska regija, imenovana tudi Nizka Hercegovina (5.399 km<sup>2</sup> ) z 296.000 prebivalci. Četrta je Severna Bosna, ki v glavnem zavzema ravninski del z obdelovalnimi površinami ob reki Savi (Privredna komora BiH, 2005).

## 2.6. Gospodarstvo in podjetništvo v BiH

Vojna v letih 1992-1995 je v veliki meri vplivala na današnji makroekonomski položaj BiH. Poleg civilnih žrtev je uničila večino infrastrukture in več ali manj onemogočila gospodarsko dejavnost. Izvoz in proizvodnja sta drastično upadla, poslovne vezi so bile pretrgane. Povojna rekonstrukcija je bila v celoti financirana z mednarodno finančno pomočjo v skupni vrednosti 5,1 milijarde dolarjev. V splošnem velja, da je gospodarski položaj v Republiki srbski nekoliko slabši kot v Federaciji BiH, vendar se hitro izenačuje (Izvozno okno 2009). Na slabe razmere pričajo tudi zelo nizke plače prebivalstva.

Tabela prikazuje povprečne neto mesečne plače od leta 1998 do 2004.

**Tabela 4: Povprečna neto mesečna plača v BiH v (KM)**

LETO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
BiH	296	343	374	409	441	524	533

Vir: Izvozno okno 2005

Povprečne neto mesečne plače z leti naraščajo. V prvem trimesečju leta 2009 so bruto plače znašale 1200 konvertibilnih mark (612,24 EUR). V primerjavi z enakim obdobjem v letu 2008 so bile bruto plače višje za 14,8 odstotka, neto plače za 11,6 odstotka. Povprečna mesečna neto plača v prvem trimesečju 2009 je bila 788 konvertibilnih mark (402,04 EUR) (Izvozno okno 2009).

V zadnjih letih je BiH naredila opazen napredek pri prehodu v tržno gospodarstvo. Vzpostavljena je bila osnova za reforme, vključno z enotnim carinskim sistemom, usklajevanjem davčne politike in privatizacijo (prav tam, 2009).

Iz tabele je razvidno, da BDP na prebivalca niha. Tako lahko vidimo, da je bil BDP na prebivalca v letu 2004 1.952 EUR. Večjo rast BDP lahko zasledimo po letu 2005, ko je



naraščal in je po ocenah v letu 2006 prvič presegel 3.000 EUR na prebivalca (prav tam, 2009).

**Tabela 5: BDP na prebivalca v BiH v (EUR)**

LETO	2004	2005	2006	2007	2008
BiH	1.952	2,564	3,154	2,536	2,927

Vir: Izvozno okno 2009

Velik problem pri razvoju BiH pomeni visoka stopnja brezposelnosti, ki velja za eno največjih v Evropi (v obdobju od leta 2001 do leta 2008 je bila najvišja stopnja brezposelnosti leta 2006, in je znašala kar 44 %).

**Tabela 6: Stopnja brezposelnosti v BiH v %**

LETO	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
BiH	40,1	42,0	40,0	39,0	39,0	44,0	29,0	24,0

Vir: Izvozno okno 2009

Omeniti pa je potrebno, da je dejanska stopnja brezposelnosti zaradi sive ekonomije manjša in po nekaterih ocenah znaša med 25 in 30%. Razlika med obema ocenama je rezultat izredno razširjene sive ekonomije, v kateri po splošnih ocenah deluje okrog 40.000 ljudi. Veliko državnih podjetij ne prijavlja zaposlenih in poslovnih rezultatov poslovanja, da bi se izognili visokim davkom in zapleteni administraciji (Izvozno okno 2009).

Brezposelnost se je v letu 2008 znižala na 24,0 odstotka. V tem letu je bilo registriranih 451.440 nezaposlenih, od tega 48,6 % kvalificiranih z najmanj srednješolsko izobrazbo. Po ocenah naj bi v letu 2009 brezposelnost ponovno narasla kot posledica gospodarske in finančne krize tudi v BiH (Privredna komora BiH 2009).

Pod pragom revščine živi 25 % prebivalstva, še nadaljnjih 30 % pa se nahaja tik nad njim. Poleg nezaposlenosti in sive ekonomije predstavlja velik problem visoka stopnja politične korupcije, ki jo dopolnjuje neučinkovita oblast (Mal, Rus, Voh Boštic 2008).

Spodnja tabela prikazuje strukturo zaposlenih v BiH leta 2008 glede na dejavnost.

**Tabela 7: Struktura zaposlenih v BiH 2008**

	<i>Ženske</i>	<i>Moški</i>
<i>Kmetijstvo</i>	25,80%	18,60%
<i>Industrija</i>	16,40%	40,40%
<i>Storitve</i>	57,90%	41,40%
<b><i>Skupaj</i></b>	100,00%	100,00%

Vir: Agencija za statistiko BiH 2009

BiH je še vedno, in še nekaj časa bo, med državami z najnižjim prilivom neposrednih naložb. Le-te prihajajo v BiH, čeprav veliko bolj počasi kot bi si to želeli njeni politiki in prebivalci (Ateljević 2004, 243).

Po najnovejših podatkih Ministrstva za zunanjo trgovino iz januarja 2005, ki so bolj spodbudni kot prej, je v obdobju od maja 1994 do 31.12.2004 v BiH investiran kapital iz 85 držav v višini 3,3 milijarde KM, kar je za 1,2 milijard več od obdobja, ki se zaključuje s koncem leta 2003. Večinoma gre za evropske države, ki so v Bosni skupaj investirale 80,8% od skupnega zneska naložb (Šabović Brezac 2006, 32).

BiH je država, ki vse bolj privlači tudi slovenske investitorje. Dvostranski odnosi med Slovenijo in BiH so tradicionalno dobri. V BiH je bilo ustanovljenih že več kot 220 mešanih podjetij s slovenskim lastniškim deležem. S slovenskimi naložbami je bilo v BiH ustvarjenih več kot 2000 novih delovnih mest. Neposredne naložbe slovenskih podjetij v BiH in druge naložbe v lastniške deleže so po podatkih Banke Slovenije v letu 2004 skupaj znašale 162,5 milijonov evrov, v letu 2002 pa 86,7 milijona evrov. Neposredne naložbe podjetij iz BiH v Sloveniji so v letu 2004 znašale 27 milijonov evrov, v letu 2002 pa 22,5 milijona evrov. Slovenski podjetniki se zavedajo, da je še veliko neizkoriščenih priložnosti, ki bi jih lahko izkoristili tudi na račun poznavanja trga, kulture in jezika (Podjetnik avgust, 2006).

**Tabela 8: Delež neposrednih tujih naložb v Bosni od leta 1994 do 2004 v milijonih KM**

	<i>Država</i>	<i>Znesek v mio KM</i>	<i>Delež %</i>
1.	Hrvaška	518,2	15,9
2.	Litva	493,6	15,2
3.	Avstrija	431,0	13,3
4.	Slovenija	295,3	9,1
5.	Nemčija	242,6	7,5
6.	Nizozemski Antili	233,3	7,2
7.	Kuvajt	197,6	6,1
8.	Srbija	167,0	5,1
9.	Nizozemska	115,3	3,5
10.	Italija	99,1	3,0

Vir: BiH, Ministrstvo za zunanjo trgovino in gospodarske odnose, Informacija o neposrednih tujih naložbah od maja 1994-31.12.2004, januar 2005, povzeto po Šabović Brezac 2006, 32.

Država je bogata tudi z naravnimi viri. Najpomembnejši naravni viri, s katerimi razpolaga BiH, so: prebivalstvo, gozdne površine, hidropotenciali, obdelovalna zemljišča in naravne klimatske ter reliefne ugodnosti. Država je bogata z vodnimi resursi, ki predstavljajo enega od glavnih pogojev za razvoj hidroenergetskega sektorja. Vodni viri so večinoma reke, jezera in tudi termalni vrelci. Eden od obilnih resursov so tudi gozdne površine, ki obsegajo 2,4 milijona ha oz. 46 % celotne površine države. Uradna valuta je Konvertabilna bosanska Marka (KM).

Kot smo že omenili, je vojna pustila velike posledice. M. Bašić ocenjuje, da so direktne in indirektne posledice vojne v BiH povzročile za 90 milijard USD neposredne škode bosanski državi, (Bašić, Ekonomija BiH 2005, 24).

Bosanci in Hercegovci so se leta 1996 znašli v razrušeni državi in podjetništvo se je razvijalo bolj kot instrument preživetja, kot želja po udejanjanju svojih poslovnih zamisli ali inovacij in ustanavljanju potencialnih dinamičnih podjetij. Največji delež bosanskih podjetnikov v BiH je ustanovil tako imenovana life style podjetja, ki jim, in včasih tudi članom družine, z zelo majhno kapitalsko intenzivnostjo omogočajo spodoben dohodek. Večina podjetnikov nima formalno pridobljenih znanj na področjih marketinga, financ, prava ali upravljanja s človeškimi viri. Njihova podjetja temeljijo na strokovnih znanjih in prirojenem čutu za pravilne in dobičkonosne odločitve. Največ takšnih podjetij je registriranih na področju trgovine in storitev – predvsem gostinstva (Tajnikar 1997, 174).

Za Bosno je pretiran razvoj trgovine in storitev lahko negativen, ker ni veliko inovacij in dinamičnega podjetništva, ki vplivajo na razvoj gospodarstva in ustvarjanje prebojnih točk, ki pomagajo, da neko gospodarstvo pridobiva, ohranja ali celo presega konkurenčne prednosti, ki vladajo v svetu“ (Prav tam, 24).

Mala in srednja podjetja (MSP) so gonilna sila razvoja države. Nova metodologija EU razdeli MSP na:

1. *Mikro podjetja* – zaposlujejo manj kot 10 zaposlenih in njihov promet in bilanca stanja ne presegata 2 MIO EUR.
2. *Mala podjetja* – zaposlujejo med 10-49 zaposlenih in njihov promet ne presega več kot 10 MIO EUR in bilanco stanja 10 MIO EUR.
3. *Srednje velika podjetja* – zaposlujejo do 250 ljudi, njihov promet je manjši od 50 MIO EUR in letna bilanca manjša od 43 MIO EUR (Šabović Brezac 2006, 35).

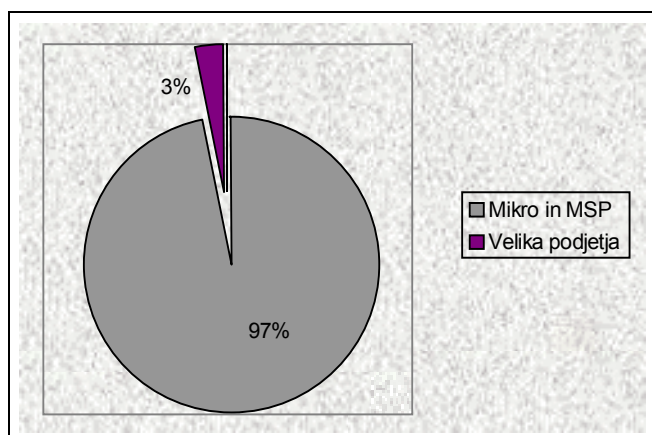
V BiH je bilo leta 2005 okoli 60.000 registriranih podjetij V zadnjih letih se je inšpekcijski nadzor zelo poostiril zato, ker je ugotovljeno, da je veliko podjetij registriranih, ne zaradi opravljanja dejavnosti, ampak zaradi različnih malverzacij kot je pranje denarja. Takšna podjetja so funkcionirala tudi brez enega zaposlenega in na neobstoječih naslovih. Dejstvo je, da je s kvalitetnejšim delom odgovornih inšpekcijskih služb kaj takšnega čedalje manj mogoče. Bosansko gospodarstvo sloni na delovanju registriranih podjetij in le-ta predstavljajo temelj, na katerem lahko BiH gradi tržno orientirano gospodarstvo. Z ustreznimi programi in ukrepi bodo tudi podjetja iz neformalnega sektorja lahko registrirala dejavnosti in začela pozitivno vplivati na razvoj gospodarstva (prav tam, 35).

Večina bosanskih podjetij so mikro in mala podjetja, a dinamično podjetništvo je bolj izjema kot pravilo. Podjetja se ustanovljajo večinoma zaradi preživetja in kot način samozaposlovanja, le majhno število je ustanovljeno z namenom, da se iz inovacij naredi tržno zanimiv produkt (Ateljević 2004, 43).

Leta 2008 je bilo v BiH skupno 98.195 registriranih podjetij, od katerih je bilo 97% mikro in MSP (Statistični urad BiH, 2009). Da se je od leta 2005 do 2008 število registriranih podjetij tako povečalo, lahko pripišemo novim podjetnikom, ki so vstopili na samostojno podjetniško pot in investitorjem, ki so investirali denar v nova podjetja in že propadla podjetja, ter jih s tem ponovno oživel. (Privredna/gospodarska komora BiH, 2009).

Spodnja slika prikazuje odstotek MSP in velikih podjetij v BiH leta 2008.

**Slika 4: Odstotek MSP in velikih podjetij v BiH leta 2008**



Vir: Agencija za statistiko BiH 2009

Vidimo lahko, da je struktura podjetij v BiH zelo podobna strukturi podjetij v Sloveniji.

Je pa v BiH velik problem pri registraciji podjetja. Registriranje podjetja traja tudi do 70 dni, za primerjavo lahko navedemo Albanijo, kjer postopek registracije podjetja traja le 7 dni in Makedonijo, kjer je za registracijo potrebnih 10 dni (Doing Business in 2008, 5). Tako dolgo obdobje registriranja podjetja povzroča zamude pri začetku delovanja – različni nivoji oblasti zahtevajo izpolnjevanje nestandardiziranih obrazcev, ki jih spremlja plačevanje različnih in nepotrebnih dajatev in številne, po navedbah podjetnikov tudi nepooblaščen inšpekcije, tudi na samem začetku poslovanja. Drugo pomembno odstopanje je, da so stroški registracije novega podjetja dokaj visoki. Registracija v Mostarju stane 155 KM, v Sarajevu 405 KM, v Republiki Srpski 600 KM in 1600 za podjetja, ki se ukvarjajo z zunanjo trgovino (Šabović Brezac 2006, 37).

V cazinski banki zagotavljajo, da je kapitala za razvoj podjetništva dovolj, čeprav podjetnikov ne pritegnejo z visokimi obrestmi, ki jih po njihovih trditvah zahteva takšno rizično okolje (Vir: Intervju z zaposlenim v Banki Cazin, junij 2009). V banki Cazin so nam dejali, da se lizing kot način financiranja pojavlja šele v zadnjih letih.

Podjetniki, ki se v BiH poslužujejo programov, ki podpirajo razvoj podjetij so redki. Ravno tako se ne zavedajo pomena dodatnega izobraževanja ali usposabljanja, vendar se zavedajo, da se s korupcijo lahko reši marsikateri problem (Bašić, Ekonomija BiH 2005, 30). Že uveljavljenim in novim podjetnikom v BiH, so na voljo različni samoplačniški programi na temo podjetništvo in razvoj podjetja, ki jih ponujajo različne organizacije.

Podatki iz leta 2008, glede skupne mere celotne podjetniške aktivnosti, so pokazali, da je v BiH celotna mera podjetniške aktivnosti 17% (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 44). V BiH se je leta 2008 za podjetništvo zaradi priložnosti odločilo 5% podjetnikov, zaradi nuje pa 4% (prav tam, 51 in 52).

Motivacijski indeks za BiH leta 2008 kaže 1,29, kar državo uvršča na 41. mesto med 43 državami (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 54).

**Tabela 9: Motivacijski indeks**

<b>2008</b>	<b>Motivacijski indeks (TEA priložnost/TEA nujnost)</b>	<b>Rang med 43 državami</b>
<b>BiH</b>	1,29	41
<b>Slovenija</b>	7,28	7

Vir: Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 54

V bosanski podjetniški reviji Glas je bilo maja 2008 mogoče zaslediti podatek, da so finančne težave, pravne ovire in slaba dobičkonosnost podjetja najbolj pogost razlog za opustitev podjetništva med podjetniki (Glas 2008, 5). Davek, ki so ga v BiH uvedli 01.01.2006, predstavlja podjetnikom velik strošek in nekaterim podjetnikom vzrok, da so opustili posel, saj niso bili zmožni pozitivno poslovati (prav tam, 6).

Za razliko od BiH, pa Rebernik in soavtorji navajajo, da je v Sloveniji slaba dobičkonosnost podjetja kot razlog za opustitev podjetništva redkeje prisoten (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 56).

V BiH dobrih 40% odraslega prebivalstva pozna vsaj kakšnega podjetnika, 67% odraslega prebivalstva je mnenja, da so uspešni podjetniki spoštovani in ugledni. Zelo visok odstotek odraslega prebivalstva v BiH (82%) pa je za razliko od prebivalstva v Sloveniji mnenja, da je podjetništvo primerna izbira kariere (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 60). Sicer pa izvedenci raziskave v BiH menijo, da podjetniki v njihovi državi, prej da kot ne, potrebujejo zunanjo pomoč preden ustanovijo podjetje (prav tam, 75).

Najbolj pomembne naloge, ki so pred bosansko vlado, so sprejemanje Zakona o malih in srednjih podjetjih, vzpostavljanje Agencije za razvoj in podporo podjetništvu na nivoju BiH, kot tudi nadaljevanje s projektom usklajevanja z Evropsko listino o malih in srednjih podjetjih. Šele takrat bo vzpostavljen okvir, v katerem se bodo lahko razvile specifične politike, ki bodo spodbudile razvoj podjetništva (Šabović Brezac 2006, 66).

### 3. ŽENSKO PODJETNIŠTVO

Žensko podjetništvo se širi po vsem svetu. Njegov pomen raste tako v razvijajočih se kot v razvitih ekonomijah. Ženske iz različnih družbeno-kulturnih okolij in z različnimi znanji kažejo vse več zanimanja zanj. S svojim delovanjem pa čedalje bolj prispevajo k razvoju lokalnega okolja, odpiranju priložnosti in ustvarjanju delovnih mest. Vplivajo tudi na način poslovanja, oblikujejo in postavljajo nova pravila delovnega in poslovnega okolja, finančnih ustanov in kulture (Pahor 2005, 21).

#### 3.1 Pomen ženskega podjetništva

Podjetništvo predstavlja pomembno življenjsko priložnost zlasti za tiste skupine žensk, ki niso pripravljene sprejeti bremen managerske kariere oziroma ne izpolnjujejo formalnih pogojev zanj, težijo pa k samostojnosti in so ambiciozne. S svojim delovanjem zapolnjujejo podjetnice mnogo vrzeli v ponudbi storitev, kar je pomembno z vidika kakovosti življenja. Ženska si s tem, ko postane samostojna podjetnica, omogoča večji nadzor nad lastnim razvojem. Dosedanji rezultati kažejo, da Slovenija po deležu podjetnic še zaostaja za razvitimi državami, vendar tudi Strategija razvoja malega gospodarstva in kasnejša strategija razvoja podjetništva iz MSP računata na potencial podjetnic (Glas, Drnovšek 2000, 1).

V preteklosti je prevladovala kultura, v kateri so bile ženski dodeljene tiste lastnosti, ki družbeno niso imele take veljave kot moške lastnosti. Ženske so skrbele predvsem za dom in družino in vzgajale otroke. Ta podrejenost se je ohranjala iz generacije v generacijo, ženske pa so jo razumele kot nekaj samoumevnega in naravnega. Ženske, ki so se želele zaposliti zunaj doma, so se srečevale s predsodkom, da zaposlovanje žensk razdira družino. V njej naj bi bile vloge razdeljene ustrezno človeški naravi: moški naj bi bil hranilec družine, ki odhaja na delo izven doma, finančno skrbi za družino in jo preživlja, ženska pa naj bi bila žena in vzgojiteljica otrok (Zorko 1996, 22-23).

V 20. stoletju so se začele prve večje spremembe. Leta 1940, ko so bili v vojsko vpoklicani mošje, se je pokazala priložnost, da si ženske pridobijo znanje in spretnosti ter nadaljujejo posle, ki so jih začeli mošje. Ta čas jim je prinesel nekaj samostojnosti in spoštovanja (Miklavčič 1996, 4).

V devetdesetih letih smo bili priča povečanemu sodelovanju žensk na trgu dela in njihovemu vedno večjemu prispevku h gospodarski rasti – tako v deželah zahodne Evrope kot v Združenih državah Amerike. Ženske so veliko prispevale k povečanju števila aktivnega prebivalstva v obdobju 1991-1996. Tudi na področju izobraževanja so ženske ujele ali celo presegle moške (Pšeničny 2000, 175).

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

### 3.2 Ovire pri ženskem podjetništvu

Ovire, ki so razlog za manjšo zastopanost žensk na vodilnih položajih, obstajajo tudi znotraj podjetij. Začne se že med izborom za prosto delovno mesto. Ovire v velikih podjetjih, ki ženskam preprečujejo dostop do najvišjih položajev, so: organizacijska politika in organizacijska struktura, metode izbora kandidatov, metode vrednotenja kandidatov (Linehan 2001, 56).

Delodajalci se zelo radi izogibajo zaposlovanju žensk, ker menijo, da so manj produktivne, ustvarjalne in povzročajo podjetju več stroškov. Delodajalci so tudi mnenja, da so ženske več odsotne z dela kot moški zaradi materinstva. Voditi uspešno podjetje pomeni najti zdravo ravnovesje med družino in delom (Coulter 2001, 343-344). Prav tako obstaja strah s strani delodajalca, saj le-ta meni, da sodelavci ne bi želeli izvršiti ukazov, ki jim jih daje nadrejena ženska, zato pri napredovanju največkrat izberejo moškega predstavnika. Prav tako delodajalci menijo, da so ženske veliko manj predane delu, ter da v veliki meri delajo v svojo korist in ne v korist podjetja, čeprav se je to že velikokrat pokazalo kot neresnično. Ženske želijo pokazati svoje zmožnosti, vendar največkrat obtičijo na delovnih mestih, kjer so male možnosti za napredovanje. Spretnosti žensk so dolgo podcenjevali in jih ponekod še danes podcenjujejo, nočejo jih opaziti, čeprav so lahko ženske v veliki meri celo bolj spretno kot moški. Nekatera podjetja imajo ženske za vlečne konje, torej so primerne za kariero v srednjem managementu in nikakor ne na najvišjih vodstvenih položajih. Takšni predsodki razjezijo veliko žensk, ki pa raje odidejo iz podjetja in si ustanovijo lastno podjetje, kot da ostanejo v podjetju in se počutijo manj vredne (Koražija 2001, 47).

Ovire, ki nastanejo pri ženskem podjetništvu lahko razdelimo v več skupin:

- *Finančne ovire*

Finance so pomembna ovira pri ustanavljanju podjetja za mnoge ženske podjetnice (Young in Brenner 2000, 32). Glavna ovira, s katero se srečujejo pri pridobivanju financ, je pomanjkanje lastnega kapitala ob ustanovitvi novega podjetja. Pomanjkanje lastnega kapitala povečuje potrebo po zunanjem financiranju. Pridobivanje zunanjega kapitala pa predstavlja novo oviro. Otežen dostop do zunanjega kapitala je bila od nekdaj glavna ovira ženskih podjetnic (Gundry, Yoseph in Posig 2002, 72). Za ustanovitev podjetja so ženske v glavnem uporabljale osebna privarčevana sredstva, kreditne kartice in neformalna posojila od družine in prijateljev (Young in Brenner 2000, 33).

Kljub temu, da so takšni načini financiranja značilni tako za podjetnike kot za podjetnice, so podjetnice bolj nagnjene k sposojanju od družine in prijateljev (Gundry, Yoseph in Posig 2002, 72).

Pospeševalni center za malo gospodarstvo navaja vzroke, ki kažejo na to, da finance predstavljajo največjo oviro pri podjetnicah:

- pomanjkanje zagonskega kapitala;
- pomanjkanje virov financiranja;

- podpora pri ustanavljanju in razvoju podjetij s strani države je premalo učinkovita in nezadostna (pomanjkanje nepovratnih sredstev, pomanjkanje mikrokreditov);
- neustreznost informiranja o obstoječih finančnih pomočeh držav;
- nizka ponudba tveganega kapitala;
- neprijazen davčni sistem (visoki davki, pomanjkanje posebnih davčnih spodbud za mala podjetja, posebej na začetku);
- neugodni krediti (sorazmerno visoke obresti, visoki stroški zavarovanja posojil in zagotavljanje garancij), težaven in dolgotrajen postopek za pridobivanje kreditov;
- neprimeren odnos bank do malih podjetij (naklonjenost večjim podjetnikom, neustrezen pristop bančnega osebja k delu s podjetnicami);
- finančne pomoči in podporne storitve premalo povezane (PCMG 2004, 29).

- *Pomanjkanje ustrezne izobrazbe in izkušenj*

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

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

- *Družbeno kulturne ovire*

Te ovire so povezane z družbenimi stereotipi o vlogi spola. Usklajevanje poklicnih in družinskih dejavnosti v vsakdanjem življenju je zelo pomembno in tudi težavno področje z vidika enakopravnosti spola. Usklajevanje družinskih in poklicnih obveznosti je razlog, da so ženske manj mobilne na trgu delovne sile kot moški. Veliko podjetnic se srečuje s konflikti pri njihovih vlogah, kot žene, matere in lastnice podjetja. Večina žensk še vedno opravlja vsa gospodinjstva dela in vzgaja otroke, ker je po določenih normah to njihova obveznost. Podjetnice pa se velikokrat srečujejo z občutkom krivde, ker zaradi poslovnih obveznosti ne morejo izpolnjevati njihove tradicionalne vloge (Smolej 1995, 33 – 35).

- *Tehnološki dejavniki in zakonske prepreke*

Za podjetja, ki so v lasti žensk, je značilno, da pri proizvodnji ne uporabljajo zahtevne tehnologije. Ženske se temu lahko izognejo tako, da si pridobijo potrebna znanja in izkušnje na področju novih tehnologij. Mnogo zakonov v svetu daje ženskam status



manjšine, ker jim ne omogočajo samostojnosti in jih potisnejo v odvisnost od moških sorodnikov (Dubey 1996, 53– 65; Monga 1993, 46 – 57).

### 3.3 Spolna diskriminacija

Ženskam in moškim naj bi bile zagotovljene enake možnosti in enaka obravnava pri zaposlovanju, napredovanju, usposabljanju, izobraževanju, prekvalifikaciji in plačah. Vendar, ali v praksi to res velja?

Spolna diskriminacija je poleg rasne diskriminacije najpogostejša oblika diskriminacije. O njej govorimo, ko se različno obravnavajo moški in ženske, čeprav imajo le-ti enake lastnosti oziroma izpolnjujejo enake pogoje za delo. Diskriminacija na podlagi spola pogosto temelji na stereotipih, da so ženske preveč čustvene, premalo trdne, neagresivne in premalo ambiciozne pri karieri (Žnidaršič 2005, 20).

Spolna diskriminacija je lahko (Kozmik, Salecl 1999, 2-3):

- posredna (indirektna): obstaja, če navidezno nevtralne določbe, kriteriji in praksa učinkujejo tako, da postavljajo znatno večji delež pripadnikov enega spola v slabši položaj, razen če so te določbe, kriteriji in praksa ustrezni in potrebni ter upravičeni z objektivnimi dejstvi, ki niso povezana s spolom;
- neposredna (direktna): obstaja, kadar je oseba deležna manj ugodne obravnave zaradi svojega spola. Za razliko od posredne diskriminacije je neposredna diskriminacija direktno zapisana v zakonu, posredna pa je tista, kjer je v zakonu sicer nevtralno definirana norma namenjena obema spoloma enako, učinki pa so različni, slabši za en spol (Kozmik, Salecl 1999, 2-3).

Številne mednarodne organizacije (OZN, MD, ILO, UNESCO) in regionalne integracije se ukvarjajo s svetovnim problemom neenakosti in diskriminacije med spoloma. Integralno in institucionalno vodeno uresničevanje načela enakih možnosti za oba spola na različnih ravneh življenja in dela je že dve desetletji jedro strategije družbenega razvoja v povezujoči se Evropi (Žnidaršič 2005, 20).

Enakost spolov pomeni enako prepoznavnost, moč in udeležbo obeh spolov na vseh področjih javnega in zasebnega življenja. Je nasprotje neenakosti in ne različnosti spolov, in skuša vzpodbuditi spolno sodelovanje žensk in moških v družbi. Pomeni sprejemanje in enako vrednotenje razlik med ženskami in moškimi ter njihovih različnih vlog, ki jih imajo v družbi (Kozmik, Salecl 1999, 1).

Enakost spolov pomeni, da so ženske in moški enako udeleženi na vseh področjih javnega in zasebnega življenja, da imajo enak položaj ter enake možnosti za uživanje vseh pravic in za razvoj osebnih potencialov, s katerimi prispevajo k družbenemu razvoju, ter enako korist od rezultatov, ki jih prinaša razvoj (Uradni list RS, št. 59/2002).

V Sloveniji je načelo enakosti pred zakonom oziroma načelo pravne enakosti kot eno izmed temeljnih človekovih pravic in svoboščin zapisano v 14. členu Ustave Republike Slovenije (Uradni list RS/I, št. 33/91). Ta določa, da so v Sloveniji vsakomur zagotovljene enake človekove pravice in temeljne svoboščine, ne glede na narodnost, raso, spol, jezik, vero, politično ali drugo prepričanje, gmotno stanje, rojstvo, izobrazbo,

družbeni položaj ali katero koli drugo osebno okoliščino. Ustava določa tudi, da je vsakomur zagotovljena svoboda dela, prosta izbira zaposlitve in dostopnost do vseh delovnih mest pod enakimi pogoji (Uradni list RS/I, št. 33/91).

Slovenija je v obdobju od leta 2001 do leta 2003 na področju diskriminacije naredila velik napredek, saj je sprejela tri zakone, ki so pomembni za ta problem. Ti zakoni so: Zakon o enakih možnostih žensk in moških (Uradni list RS, št. 59/2002), Zakon o delovnih razmerjih (Uradni list RS, št. 42/2002) in Zakon o starševskem varstvu in družinskih prejemkih (Uradni list RS, št. 97/2001).

V BiH so leta 1994 podpisali konvencijo o odpravi spolne diskriminacije in načelo enakosti spolov. Istega leta sta bila sprejeta zakona o zaščiti žensk in ženskih pravicah, med katerima sta družinski zakon in zakon proti nasilju nad ženskami. Po letu 2003 se je zakon o enakosti spolov še bolj razširil, in sicer na področje zaposlovanja, medijev, izobraževanja, in podjetništva. Zakon prepoveduje diskriminacijo žensk na delovnem mestu in narekuje isto plačilo za isto delo (Federalni zavod za statistiko BiH 2007).

### 3.4 Podpore ženskemu podjetništvu

Pri podjetniškem uveljavljanju potrebujejo ženske posebno podporo, ki je močnejša kot podpora moškim. Gre predvsem za ženskim potrebam prilagojene oblike izobraževanja in usposabljanja, ugoden dostop do znanj, pospešeno spodbujanje podjetniških in mentorskih mrež za ženske, financiranje in sofinanciranje vlaganj v nove tehnologije. To so ukrepi, s katerimi razvite evropske države, ZDA in Kanada pospešujejo podjetništvo (Lužar 2001, 2).

Ženske potrebujejo drugačne spodbude kot moški, zato jih ne smemo enačiti. Ženske potrebujejo več spodbud na ravni pozitivnega mišljenja, samozavesti, motiviranosti in naravnosti k ciljem (Pahor 2005, 19).

Avtorica navaja štiri dejavnike, ki vplivajo na učinkovitost aktivnosti, ki so namenjene spodbujanju ženskega podjetništva. Ti dejavniki so (Lužar 2001, 3):

- Postopek: metoda izvedbe kakršnegakoli programa, namenjenega spodbujanju ženskega podjetništva, mora biti prilagodljiva in vključevati tehnike učenja.
- Vsebina: usposabljanje za pridobitev podjetniških veščin naj bi vključevalo obsežno analizo pred razvojem, poseben poudarek pa naj bi bil na izgradnji osebnega razvoja in zaupanja. Program naj bi vseboval tudi vpliv obstoječih uspešnih podjetnic, ki bi se predstavile kot vzornice.
- Časovna usklajenost: trajanje programov mora biti usklajeno s potrebami podjetnic.
- Podpora: na voljo mora biti formalna podpora v obliki svetovanj, kot tudi neformalna v obliki različnih interesnih skupin, mrež ali podjetniških združenj.

K pospeševanju ženskega podjetništva pa bi pozitivno pripomogli tudi naslednji ukrepi (Vir: Metka informacijsko središče, april 2009):

- uvajanje različnih fleksibilnih oblik dela,
- fleksibilnejše in cenejše varstvo otrok,

- davčne olajšave na začetku poslovanja,
- promocija ženskega podjetništva in informiranje o ženskem podjetništvu,
- animiranje, motiviranje, izobraževanje,
- razvoj storitvenih dejavnosti,
- odprava administrativnih ovir,
- lažji dostop do virov financiranja za začetnice,
- posebna podpora ženskam pri ustanavljanju lastnih podjetij,
- večja udeležba žensk v program izobraževanja in usposabljanja,
- zmanjševanje zapostavljanja na trgu dela in plačne neenakosti med ženskami in moškimi,
- ukrepi za preprečevanje, odkrivanje in opravljanje vseh oblik diskriminacije pri iskanju zaposlitve in zaposlitve sami,
- ohranjanje zaposlitve in napredovanje ter dostop do pravic in ugodnosti delovnega razmerja,
- spodbuditi razvoj podjetniške kulture in odprava omejitev za razvoj zasebnih podjetij v poslovnem okolju,
- povečanje dostopnosti mikro kreditov za podjetnice začetnice,
- spodbujanje odkrivanja in širjenja poslovnih priložnosti za podjetnice,
- spodbujanje žensk za vključevanje v podjetniški proces,
- spodbuditi nastajanje različnih ženskih podjetniških inštitucij in mrež, namenjenih izmenjavi informacij in izkušenj ter spodbujanje vključevanja v mednarodna združenja podjetnic,
- spodbujanje nenehnega razvoja, usposabljanja,
- spodbujanje večjega vključevanja žensk v svetovalno in mentorsko vlogo v pospeševalni mreži,
- nadaljevati z razvojem baze podatkov o podjetnicah,
- spodbuditi večjo udeležbo žensk v poslovno informacijskih centrih, inkubatorjih in drugi poslovni infrastrukturi,
- izobraževanje žensk za uporabo sodobnih tehnologij in večja dostopnost sodobnih informacijskih tehnologij.

### Mreže:

Za vsakega podjetnika je pomembno, da si zgradi mrežo za moralno podporo, ki jo sestavljajo člani družine, prijatelji. Večina podjetnikov pravi, da so člani družine njihova največja podpora. Prijatelji dajejo nasvete in ponujajo pomoč. Tudi sorodniki so lahko močan vir podpore še posebej takrat, če so tudi sami podjetniki. Dober vir nasvetov je tudi mreža poslovnih partnerjev, med katere spadajo kupci, ostali podjetniki, strokovnjaki, svetovalci, pravniki, računovodje... Podjetnice so se začele združevati v mreže in podporne skupine z namenom, da se srečajo z družbenimi in poslovnimi cilji. Mreže, združenja in poznanstva so ključni gradniki širjenja tehnike, poslovnih informacij in priložnosti. Ženske uporabljajo mreže manj kot moški, saj imajo manj časa za oblikovanje in razvoj mrež, in ker so bile odvrnjene pri poskusu vstopa v mrežo.

### Izobrazba in trening:

Pravilna izobrazba in trening sta ključ za širjenje in spodbujanje podjetniške duše. Najpomembnejša oblika podpore je trening. Skozi trening ženske razvijejo svoje podjetniške sposobnosti in znanje, da lahko ustanovijo in vodijo podjetje. Tudi svetovanje in nasveti so pomembni, vendar se s svetovanjem rešujejo trenutni problemi.

### Mentor:

Poleg moralne podpore potrebujejo podjetnice tudi nasvete. Le-te jim lahko da mentor, poslovni partnerji in drugi. Odnos med mentorjem in podjetnico je lahko zelo koristen, saj podjetnica tako pridobi potrebne informacije in nasvete za reševanje problemov. Če ima podjetnica izbranega mentorja, ga mora redno obveščati o napredovanju poslov. Uspešne podjetnice učinkovito vodijo mentorstvo drugim ženskam, ki vstopajo v svet podjetništva.

### Promotorke:

Promotorka ženskega podjetništva spodbuja žensko podjetništvo. Promotorka sodeluje v procesu od promocije do oblikovanja skupin zainteresiranih žensk, povezuje ženske na različnih področjih in prepoznava podjetniške priložnosti.

V intervjuju z *mag. Darinko Lečnik-Urbanc, direktorico podjetja Fitto d. o. o. Maribor, podjetniško svetovalko in mentorico v mednarodnem projektu Dione*, ki je bil narejen konec januarja leta 2008, je bilo zaslediti, da v Sloveniji NI ukrepov za vzpodbujanje in pospeševanje ženskega podjetništva! Le sporedično se pojavljajo posamezne aktivnosti, ki so zreducirane na enodnevne »motivacijske delavnice, na katere organizatorji povabijo predvsem brezposelne ženske, ki morda razmišljajo o samozaposlitvi. Nimamo pa sistematične podpore razvijajočim se ženskim podjetniškim mrežam in ukrepe za hitrejšo rast podjetij, ki jih ustanavljajo ženske, da bi na ta način omogočili nastajanje kvalitetnejših delovnih mest. Žensko podjetništvo ni samo ukrep za zmanjševanje brezposelnosti žensk in samozaposlovanje, temveč je in bi predvsem moral biti ekonomska kategorija, torej potencial za nova in kvalitetna delovna mesta, do tega pa ni mogoče, če ne obstaja posebno, družinam in ženskam prijazno poslovno okolje!

V Sloveniji deluje informacijsko središče za povezovanje žensk v podjetništvu pri Zavodu za razvoj družinskega in ženskega podjetništva Meta, katerega ustanovitelj je med drugim tudi Gospodarsko interesno združenje *PODJETNOST*. Trenutno teče v okviru tega zavoda kar nekaj evropskih projektov, usmerjenih v žensko podjetništvo. Na splošno bi lahko rekli, da je še vedno premalo povezovanja med vladnimi organi in inštitucijami, ki se ukvarjajo z enakimi možnostmi ter predstavniki nevladnih organizaciji, ki opozarjajo na dejstvo, da na tem področju že krepko zaostajamo.

### 3.5 Žensko podjetništvo v Sloveniji

V 90-ih letih prejšnjega stoletja so se v podjetniški val, ki je sledil prehodu v tržno gospodarstvo in privatno lastnino, aktivno vključile tudi Slovenke. Temu je botrovala vrsta razlogov (PCMG 2002, 28):

- v času tranzicije je bila odpravljena vrsta administrativnih ovir za ustanavljanje novih podjetij;
- vse bolj se je povečeval storitveni sektor in odprl priložnosti za zaposlitev žensk na področjih, ki so jih pokrivala v okviru družine;
- poleg tega je v storitvenem sektorju mogoče ustanoviti podjetje z dokaj skromnim kapitalom, kar je z vidika bodočih podjetnic velikega pomena, saj zanje predstavlja dostop do kapitala večjo oviro kot za moške;
- ženske večinoma težko napredujejo v politični in managerski karieri, medtem ko jim status podjetnice omogoča večji nadzor nad lastnim razvojem;
- omeniti velja tudi psihološki pritisk zaradi gospodarske krize, čigar posledica je odpuščanje (PCMG 2002, 28).

V Sloveniji, podobno kot v velikem številu GEM držav, ženske v manjši meri kot moški ustanovljajo podjetja (Rebernik, Tominc Pušnik 2009, 48).

Razlika nekoliko preseneča, saj je za Slovenijo značilno, da:

- so ženske v visokem deležu redno zaposlene, čeprav se v zadnjem času v večji meri uveljavljajo tudi oblike zaposlitve za krajši delovni čas, delo na domu in podobno;
- je izobrazba žensk pri mlajših generacijah enaka ali celo boljša kot formalna izobrazba moških, čeprav je izbira smeri izobraževanja tradicionalna in ne nudi toliko možnosti za podjetniške iniciative;
- v splošnem obstaja primerna zakonodaja proti spolni diskriminaciji, vendar se o tem problemu v slovenski družbi premalo razpravlja (Sušec 2008, 19).

Po podatkih Statističnega urada RS je bila zaposlenost in brezposelnost žensk v Sloveniji leta 2008 sledeča:

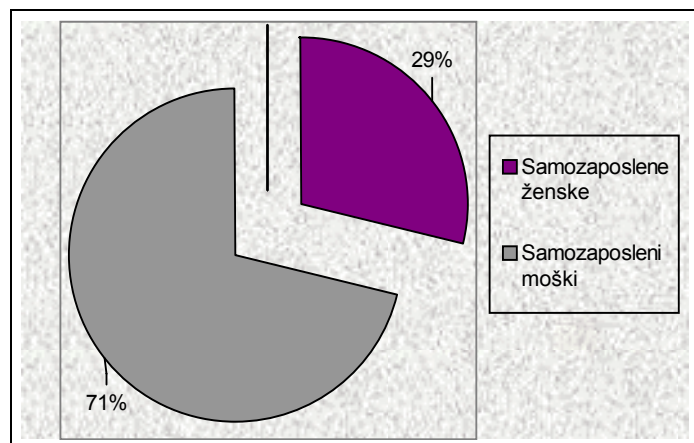
**Tabela 10: Delovno aktivne ženske v Sloveniji leta 2008**

	Aktivno prebivalstvo	Delovno aktivno prebivalstvo	Delovno aktivno prebivalstvo		Registrirane brezposelne osebe
			Skupaj	Zaposleni	
<b>Ženske</b>	415.173	378.317	351.787	25.530	36.856
<b>Moški</b>	521.407	428.025	426.143	62.882	32.382

Vir: Statistični urad RS, 2009

Čeravno v poročilih številnih raziskav (Širec, Tominc in Rebernik 2003, Tominc in Rebernik 2004, Tominc in Rebernik, 2006) ugotavljamo, da se podjetnice v Sloveniji večinoma ne soočajo s predsodki do svoje podjetniške kariere ter da dejansko ni pravnih ovir, ki bi ženske omejevale pri podjetništvu, pa se ženske bistveno manj pogosto kot moški vključujejo v podjetništvo, kar je vidno tudi iz tabele 10. V Sloveniji v vseh starostnih skupinah, ne glede na to ali podjetniška aktivnost poteka zaradi priložnosti ali zaradi nujnosti, prevladujejo moški (Rebernik, Tominc Pušnik 2009, 48).

**Slika 5: Samozaposlene ženske in moški v Sloveniji leta 2008**



Vir: Statistični urad RS, 2009

Konec leta 2008 je imelo največ podjetnic v Sloveniji končano srednjo strokovno izobrazbo. Med ustanovitelji novih podjetij je bilo leta 2008 27 % žensk. Delež moških je bil višji od deleža žensk v vseh dejavnostih, razen v gostinstvu, kjer je bilo med ustanovitelji novih podjetij 53 % žensk. Najmanj, samo 5 %, je bilo podjetnic, ki so ustanovile novo podjetje v gradbeništvu. Novonastalo podjetje so podjetnice vodile same manj pogosto (75 %) kot podjetniki sami (85 %). Podjetja, ki so jih ustanovile ženske, so po donosnosti zaostajala za podjetji, katerih ustanovitelji so bili moški: zelo dobro donosnost je doseglo le 4 % njihovih novih podjetij (podjetniki tudi 4 %), dobro 45 % (podjetniki 53 %), komaj zadostno 35 % (podjetniki 32 %) in slabo 16 % (podjetniki 11 %) (Statistični urad RS, 2009).

Če pogledamo celotno zgodnje podjetniško aktivnost v Sloveniji leta 2008, znaša za moške 8,8% in samo 4,0% za ženske. Vendar pa razmerje med podjetniki in podjetnicami, ki leta 2008 znaša 2,2, kaže rahlo izboljšanje glede na leto 2007, ko je bilo 2,5. Če primerjamo slovensko udeležbo žensk v podjetništvu z ostalimi državami, ugotovimo, da je najmanjši delež podjetnic v Turčiji in Egiptu, največji pa v Angoli in Argentini. V Sloveniji jih je manj kot tretjina (Rebernik, Tominc Pušnik 2009, 48).

Razlogi in motivi za ustanovitev podjetja pri slovenskih podjetnicah so podobni. Najpomembnejša dejavnika za prehod v podjetništvo sta nezadovoljstvo z delom v nekdanjem družbenem podjetju ter zaznava in uresničevanje donosne priložnosti. Druga pomembna dejavnika sta družinska tradicija podjetništva in vstop v podjetništvo kot edina izbira zaradi pomanjkanja drugih priložnosti za delo. Najpomembnejša motiva pri slovenskih podjetnicah sta neodvisnost (hotenje po delu na svojem) in dosežki (želja po uporabi svojih zmožnosti). Drugi pomembni motivi so še služenje denarja, gradnja kariere in zagotavljanje varnosti (Antonič et al. 2002, 92-93).

**Tabela 11: Razlogi slovenskih podjetnic za odločitev za podjetništvo v odstotkih**

<i>Razlogi za ustanovitev podjetja</i>	<i>Podjetnice</i>
Videla je donosno priložnost in jo realizirala.	32
Frustracija z delom v družbenem sektorju.	41
Nezadovoljstvo s plačo, hotela je večji zaslužek.	10
Starši/sorodniki so imeli privatno podjetje.	16
Malo drugih priložnosti za delo, edina izbira.	4
Brezposelna, izgubila je delo ali pa je to pričakovala.	17
Želela je izkoristiti svoje zmožnosti.	0
Želela je prispevati k blaginji okolja.	0
Drugi razlogi.	11
Velikost vzorca.	106

Vir: Glas, Pšeničny 2000, 173

Tudi Glas in Pšeničny na podlagi raziskave, ki je bila narejena med 106 podjetnicami, ugotavljata, da je za ženske zelo močan razlog za pričetek z lastnim poslom nezadovoljstvo z delom v večjem podjetju, želele pa so tudi izkoristiti poslovno priložnost (Glas, Pšeničny 2000, 173).

V raziskavi, opravljeni leta 2003 med uveljavljenimi podjetniki in podjetnicami, so moški - podjetniki mnenja, da je v Sloveniji stanje na področju razpoložljivih storitev, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino, boljše, kot to menijo ženske – podjetnice. Sodobne raziskave celo ugotavljajo, da se ženske prav zaradi usklajevanja družinske vloge in podjetniške kariere odločajo za samozaposlitev in so se celo pripravljene odpovedati višjim dohodkom na formalnem trgu dela v zameno za večjo fleksibilnost, ki jo omogoča samozaposlitev (Rebernik et al. 2003, 49-50).

Ženske v Sloveniji so še velika neizkoriščena priložnost za podjetništvo, to je razvidno tudi iz tabele 12. V najbolj zastopani starostni skupini 25-34 let je razmerje v korist moških kar 5:1. Drugače pa je največji delež zastopanosti žensk v podjetništvu v starostni skupini od 35 – 44, ki so izkoristile podjetniško priložnost (Rebernik, Tominc, Glas, Širec Rantaša 2004, 14).

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

**Tabela 12: TEA po spolu glede na starost**

Slovenija	Starost	Moški	Ženske
<b>TEA</b>			
	18-24 let	4,65	0,71
	25-34 let	10,48	2,25
	35-44 let	5,41	2,34
	45-54 let	7,23	2,15
	55-64 let	2,02	0
<b>TEA- priložnost</b>			
	18-24 let	4,65	0,71
	25-34 let	10,48	1,49
	35-44 let	3,31	2,34
	45-54 let	4,15	0,65
	55-64 let	0,67	0
<b>TEA- nujnost</b>			
	18-24 let	0	0
	25-34 let	0	0,76
	35-44 let	1,46	0
	45-54 let	2,4	1,5
	55-64 let	1,35	0
<b>TEA- nastajajoča podjetja</b>			
	18-24 let	4,65	0,71
	25-34 let	7,89	2,25
	35-44 let	1,97	1,97
	45-54 let	5,07	2,15
	55-64 let	1,36	0
<b>TEA- nova podjetja</b>			
	18-24 let	0	0
	25-34 let	2,59	0
	35-44 let	3,44	0,83
	45-54 let	2,16	0
	55-64 let	0,66	0

(Vir: Rebernik, Tominc, Glas, Širc Rantaša 2004, 14).

Postavlja se vprašanje, zakaj se v Sloveniji tako malo žensk odloča za podjetništvo? Zagotovo gre po eni strani za tiste dejavnike v okolju, ki niso osebne, ampak infrastrukturne narave: prezaposlenost in odsotnost podpore v družini, pomanjkanje ustreznih služb za kakovostno (zlasti popoldansko) varstvo otrok, odsotnost podpornih mehanizmov, ki bi upoštevali specifične potrebe podjetnic. Vendar pa se dozdeva, da je problem globlji. Vse spremenljivke, ki so se izkazale za pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, so za ženske manj ugodne kot za moške (Rebernik, Tominc Pušnik 2009, 49).

Ali se v Sloveniji tako malo žensk odloča za podjetništvo zato, ker biti podjetnica ni sprejemljiv poklic za ženske? Ne bo držalo, saj je več predhodnih raziskav Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij (IPMMP) potrdilo, da se podjetnice v Sloveniji večinoma ne srečujejo s predsodki do svoje podjetniške kariere. Ker imajo drugačne kompetence kot moški? Tudi to ne bo držalo, saj imajo ženske kot podjetnice, ugotovljeno v eni od raziskav IPMMP, podobne lastnosti in uporabljajo enake poslovne strategije kot moški. Za podjetništvo se odločajo, ker izkoriščajo dobro poslovno priložnost, in ne, ker ne bi imele druge možnosti za delo, prevzemajo poslovno tveganje, zaupajo v svoje podjetniške sposobnosti in izboljšujejo svoje poslovne veščine (Pušnik 2007, 46).



Posamezne skupine slovenskega prebivalstva so različno prodorne pri podjetniškem uveljavljanju. Veliko neizkoriščenih priložnosti je, poleg drugih skupin, pri ženskah – podjetnicah. Pri tem kažejo mnenja nacionalnih izvedencev, kot tudi podjetnikov in podjetnic samih, da ni problem v splošnih opredelitvah, ki so za podjetnice spodbudne, temveč predvsem v manjših ovirah, ki kumulativno povzročajo bistveno zaostajanje žensk v podjetništvu. Kot pomemben omejujoč faktor pri vključevanju žensk v podjetništvo je v ospredju težji dostop žensk kot moških do dobrih poslovnih priložnosti (Rebernik, Tominc, Pušnik 2007, 59-60).

V Sloveniji se ženske morda še vedno preveč naslanjajo na moške tako v poslovnem kot zasebnem življenju. Oklepajo se tradicionalnih vzorcev vzgoje, ki vodijo k manjši samozavesti, ki pa je ključna za podjetniško delovanje. Posledica je, da svojih idej in znanja ne udejanjijo, kot bi lahko (Pahor 2005, 20).

Širec Karin je v svoji doktorski disertaciji (2007) analizirala psihološke in nepsihološke motivacijske dejavnike slovenskih podjetnikov. Psihološke motivacijske dejavnike prikazuje skozi naslednje sklope: potrebe po dosežkih, pripravljenosti prevzemanja tveganja, želji po neodvisnosti, samospoštovanju in samoučinkovitosti. Kar se tiče potreb po dosežkih, so ženske bolj samokritične, ne zadostuje jim minimalno izpolnjevanje kriterijev zastavljenih nalog in imajo večjo potrebo po dosežkih kot moški. Ženske niso pripravljene prevzemati velikega tveganja. Ženske so pripravljene nekoliko bolj spoštovati pravila in vzpostavljene postopke pri delu ter občutijo več nelagodja ob sprejemanju odločitev o tem, kako in kdaj narediti svoje delo. Ženske beležijo za spoznanje boljše rezultate na segmentu proučevanja samospoštovanja in samoučinkovitosti. Zanimivo pa je dejstvo, da so ženske v povprečju bolj prepričane v to, da nadzorujejo svojo usodo, ter da je hkrati dogajanje v poslu bolj kot od zunanjih vplivov odvisno od njihovih lastnih sposobnosti, nadzora in vodenja (Širec 2007, 124-128).

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

Odločitev žensk za začetek posla je precej bolj zapletena kot pri moških, saj so ženske dovzetnejše za nedenarne spodbude. Na žensko podjetniško vedenje vpliva poleg osebnosti še vrsta drugih dejavnikov, kot so starost, izobrazba, delovne izkušnje in stik z drugimi podjetniki. Ženske, ki poznajo druge podjetnike in podjetnice, so bolj nagnjene k temu, da bodo začele svoj posel. Subjektivno zaznavanje priložnosti in samozaupanje sta ključna dejavnika, ki vplivata na ženske pri odločitvi za posel (Pahor 2005, 18).

V Sloveniji je kar nekaj organizacij, ki se ukvarjajo s problematiko in spodbujanjem ženskega podjetništva. Iz predstavitvenega gradiva na internetu ali po telefonu smo dobili podatke o organizacijah, ki se ukvarjajo s tovrstno problematiko v Sloveniji. Te organizacije so naslednje!

- Mesto žensk

*Področje delovanja:* kultura

*Namen delovanja:* omogočiti napredek žensk na področju kulture in znanosti

*Program in cilji:*

- sodelovanje s kulturnimi in izobraževalnimi institucijami v Sloveniji in tujini,
- organizacija kulturnih prireditev, srečanj in festivala Mesto žensk,
- spodbujanje zastopanosti žensk na področju kulture in znanosti,
- promocija enakopravnosti med spoloma.

*Kje se nahajajo:* Kersnikova 4, 1000 Ljubljana

*Spletna stran:* [www.cityofwomen-a.si](http://www.cityofwomen-a.si)

- Zveza kmetič Slovenije

*Področje delovanja:* kmetijstvo

*Namen delovanja:* dati kmetici v družbi spoštovanje, ki ji pripada.

*Program in cilji:*

- izobraževanje in usposabljanje,
- organizacija srečanj,
- krepitev samozavesti žensk na podeželju.

*Kje se nahajajo:* Celovška 34, 1000 Ljubljana (predsednica Irena Ule)

*e-naslov:* zvezakmeticslovenije@siol.net

- GIZ podjetnost sekcija podjetnic

*Področje delovanja:* podjetništvo

*Namen delovanja:* razviti gospodarsko in družbeno okolje, ki bo nudilo enake možnosti za oba spola.

*Program in cilji:*

- poklicno uveljavljanje žensk,
- raziskave o ženskem podjetništvu v Sloveniji,
- razvoj dejavnosti, ki omogočajo razbremenitev podjetnih žensk pri njihovem uveljavljanju v družbi.

*Kje se nahajajo:* Šmartinska 32, 1000 Ljubljana (kontaktna oseba Mojca Vadnjajl)

*Spletna stran:* [www.podjetnost.org](http://www.podjetnost.org)

- Združenje Manager Ženska sekcija

*Področje delovanja:* podjetništvo in ženske v managementu

*Namen delovanja:* promovirati ženske na področju managementa, jih spodbujati in učiti, kako najboljše uveljaviti svoje sposobnosti.

*Program in cilji:*

- medsebojno informiranje o problemih, ki nastajajo v podjetjih, ki jih vodijo,
- sodelovanje s podobnimi organizacijami,
- spodbujanje žensk na področju managementa,
- izmenjava izkušenj pri vodenju podjetij.

*Kje se nahajajo:* Dunajska 22, 1000 Ljubljana

*Spletna stran:* [www.zdruzenjemanager.si](http://www.zdruzenjemanager.si)

Zelo dejavno je informacijsko središče META kot koordinator in pobudnik skupnih programov in dejavnosti, promotorke poklicnega uveljavljanja žensk, sekcije podjetnic pri regijskih združenjih podjetnikov pri Gospodarski zbornici in drugi (Pahor 2005, 20).

Informacijsko središče META – Mreža elektronskih tehnologij in znanja – je neprofitna organizacija, ustanovljena z željo, da bi se podjetnice in podjetniki bolje povezali, da bi se uveljavile enake možnosti tudi v podjetništvu, da bi bili razvojni programi naravnani na dejanske potrebe v praksi, in da bi omogočili hitrejše in učinkovito povezovanje malih podjetij in njihov dolgoročnejši obstoj na skupnem evropskem trgu in širše (Informacijsko središče META).

Za večje uresničevanje podjetniških možnosti žensk bi bilo koristno spodbujati razvoj podjetniške kulture, ki bi ženskam pomagala odpravljati ovire za podjetniško kariero, spodbujati ženske k podjetniški karieri že v obdobju šolanja, ustanoviti institucije, ki bi podpirale ženske podjetnice pri poslovnih zadevah in spodbujati razvoj neformalnih ženskih mrež za izmenjavo informacij.

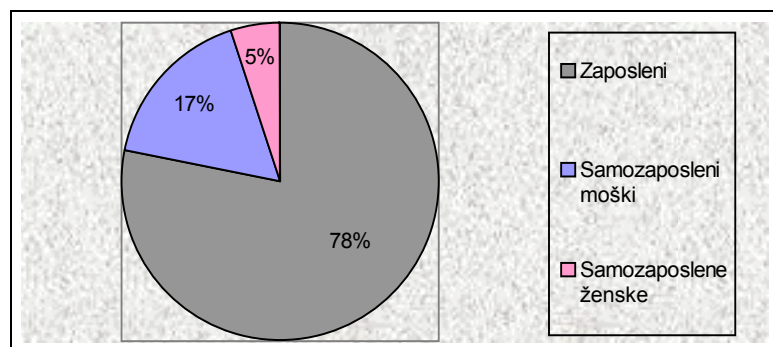
### 3.6 Žensko podjetništvo v BiH

Tudi v BiH so ženske neizkoriščena delovna sila in žensko podjetništvo neizkoriščen vir. Položaj podjetnic v BiH se je v zadnjih dvajsetih letih močno spremenil. Potrebno je današnji položaj podjetnic obravnavati ob upoštevanju zgodovine BiH, ki so jo zaznamovale vojne, etnični spori, politična in gospodarska preobrazba itd. Takoj po vojni so se začele spremembe tudi na področju diskriminacije in enakosti spolov. Leta 1994 je BiH podpisala konvencijo o odpravi vseh vrst diskriminacije žensk. Zakon BiH o enakosti spolov iz leta 2003 je bil poglobljen na področju zaposlovanja in podjetništva (Cutura 2008, 6).

Kljub temu pa so ženske še vedno manj prisotne v podjetništvu kot moški. Leta 2007 je bilo v BiH 33% nezaposlenih žensk od skupno 51% delovno sposobnih žensk. Visoka stopnja nezaposlenosti je pri mladih ženskah v starostni skupini od 16 do 24 let. Anketa, ki jo je izvedel Labour Force Survey leta 2007 v BiH, je pokazala, da je 22% aktivnega prebivalstva samozaposlenih, od tega je samozaposlenih žensk samo 27%. Podjetnice v BiH se v večini spuščajo v storitveni sektor, kot je na primer trgovina na drobno, kozmetični ali frizerski salon (prav tam, 6).

Tako nizka zaposlenost žensk in ženskega podjetništva v BiH je primerljiva z državami, kot so Kosovo, Albanija, Angola in Turčija (Yemtsov in Tiongson, 2008).

**Slika 6: Zaposlenost v BiH glede na status zaposlenosti**



Vir: Agencija za statistiko BiH 2007

Če pogledamo statistiko, je opaziti, da žensko podjetništvo v BiH pada. Podatki ankete Doing Business in 2008, ki jo je izvedla Svetovna Banka, so pokazali, da je bilo v BiH leta 2007 več podjetnic, kot leta 2008 (Glas Poduzetnica v BiH 2008). Po drugi strani pa anketa, izvedena leta 2002, prikazuje, da se je procent žensk, ki so zainteresirane za podjetništvo, izrazito povečal iz 18% leta 1998 na 60% leta 2002 (Cutura 2008, 13).

Mogoče je razlog za takšen rezultat težavnost pridobivanja zunanjih kreditov. Cutura v svojem delu navaja, da se ženske v BiH raje zatečejo po finančno pomoč k družini in sorodnikom kot v banke. Podjetnice se zaradi težavnega postopka in visokih obrestnih mer izogibajo bančnih kreditov. Podatki, pridobljeni leta 2008, prikazujejo, da se ženske, ki so se odločile za kredit v banki, v največji meri poslužujejo kratkoročnih kreditov. Povprečna višina kredita, ki so ga ženske najemale v letu 2008, je znašala 2.702,50 KM (2.169,40USD), in je nižja od povprečne višine kredita, ki so ga najemali moški 3.395,82KM (2.725,96 USD). (Cutura 2008, 7).

Obrestne mere za kratkoročne kredite se gibljejo od 15% pa vse do 25% (Cutura 2008, 21).

Spodaj navajamo razliko v obrestni meri šestih bank v BiH za najem kratkoročnega kredita v vrednosti 3000 Konvertabilnih Mark, namenjenega za poslovanje.

**Tabela 13: Obrestna mera za kratkoročne kredite**

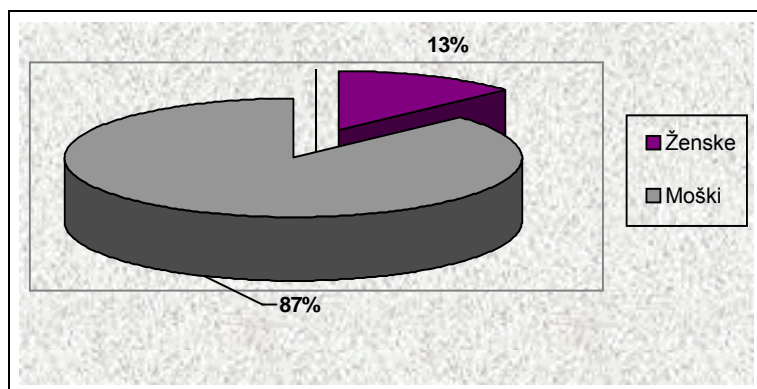
<b>Banka ali hranilnica</b>	<b>Višina kredita</b>	<b>Rok odplačila kredita</b>	<b>Obrestna mera</b>
BOR banka d.d. Sarajevo	3000 KM	12 mesecev	15,05%
HYPO Alpe Adria Mostar	3000 KM	12 mesecev	15,45%
Investicijsko komercialna banka Zenica	3000 KM	12 mesecev	18,43%
Intesa SAN PAOLO banka	3000 KM	12 mesecev	18,50%
Tuzlanska banka Tuzla	3000 KM	12 mesecev	19%
Poštenska banka BiH	3000 KM	12 mesecev	22%

Vir: Predstavitveno gradivo bank

Najem kredita predstavlja podjetnicam problem tudi zato, ker banke dajejo pretežno hipotekarne kredite, za kar je potrebno imeti lastnino, s katero podjetnica jamči vračilo dolga. Zakon v BiH dopušča registracijo skupne lastnine, vendar še vedno prevladuje tradicionalna praksa in se lastnina registrira na ime moškega. Samo 6,5% podjetnic, ki so sodelovale v anketi Star Network leta 2007, je potrdilo, da imajo lastnino, ki je registrirana na njihovo ime. Vse ostale podjetnice ne posedujejo nobene lastnine ali premoženja. Velik procent podjetnic 60% je potrdilo, da jim to zelo otežuje pridobivanje bančnega kredita (Cutura 2008, 20).

V BOR banki d.d. Sarajevo so oznanili, da je leta 2008 zaprosilo za kredit namenjen za samozaposlitev, 6 žensk in 39 moških.

**Slika 7: Najem bančnega kredita fizičnih oseb v BOR banki Sarajevo za namen samozaposlitve leta 2008**



Vir: BOR banka d.d. Sarajevo 2009

Zelo zanimiv je podatek, da se podjetnice posvečajo svojemu lastnemu poslu manj časa, kot bi se posvečale, če bi bile zaposlene drugje. Podjetnice v BiH se povprečno posvečajo poslu manj časa kot podjetniki, in sicer 29,2 uri tedensko, medtem ko so bosanski podjetniki predani poslu praktično 24 ur na dan. Tako nizki posvečenosti poslu lahko pripišemo skrb za dom in družino. Stroški vrtca in privatnega varstva otrok so tako visoki, da si ga marsikatera ženska ne more privoščiti. V letu 2008 je bilo zabeleženo, da je bilo v vrtce vpisanih manj kot 9% otrok. Mesečno plačilo vrtca znaša od 100 KM (USD 80) do KM120 (USD 96). Ti stroški pa so zelo visoki, če jih primerjamo s povprečno plačo podjetnic, ki znaša 129 KM (USD 104) v Federaciji in samo 60 KM (USD 48) v Republiki Srbski. Podjetnice, ki pa so samske in brez otrok, se v večji meri posvečajo poslu (Cutura 2008, 7 in 24).

Mnogim podjetnicam v BiH primanjkuje samozaupanja vase in v svoje sposobnosti. 146 podjetnic od vseh 428 podjetnic, ki so bile anketirane leta 2002, so potrdile, da niso prepričane v svoje sposobnosti vodenja podjetja (Glas poduzetnica 2008, 7).

Na agenciji za statistiko BiH so prikazali podatke, da so ženske v letu 2005/2006 v povprečju pridobile višjo stopnjo izobrazbe v primerjavi z moškimi. Ženske se v večini odločajo za zdravstveno, filozofsko ali likovno fakulteto (ASBiH 2007). Te fakultete pa podjetnicam niso dale dovolj znanja o vodenju podjetja, zato so morale ta znanja pridobiti na raznih tečajih in usposabljanjih. Fakulteto obiskujejo ženske, ki prihajajo iz finančno bogatejših družin, saj so stroški šolanja v BiH zelo dragi (Cutura 2008, 11).

**Tabela 14: Struktura delovno aktivnih žensk po stopnji izobrazbe**

	<i>Delovno aktivne ženske</i>	<i>Delovno aktivne ženske</i>	<i>Neaktivne ženske</i>
	<i>Zaposlene</i>	<i>Nezaposlene</i>	
<b>OŠ in manj</b>	25,50%	26,80%	72,20%
<b>Srednja šola</b>	56,10%	68,30%	26,30%
<b>Višja šola in več</b>	18,40%	4,90%	1,50%
<b>SKUPAJ</b>	100%	100%	100%

Vir: Agencija za statistiko BiH 2007

Obstaja več razlogov, da se ženske odločijo za podjetništvo. Podatki iz leta 2008 pravijo, da se je največ podjetnic v BiH odločilo za podjetništvo zaradi nuje in potrebe, saj niso imele druge možnosti zaposlitve (Glas poduzetnica 2008, 13 povzeto po Cutura 2008).

Kot smo omenili že zgoraj, se podjetnice v BiH v večini odločajo za storitveni sektor, kot je na primer trgovina na drobno, kozmetični ali frizerski salon, podjetja pa so največkrat organizirana kot s.p.. V večini so podjetnice poročene in imajo otroke. (Cutura 2008, 6). Razlog za to je lahko v nizkih začetnih kapitalskih vložkih in kvalifikaciji potrebni za ta sektor. Posledično s tem so ženska podjetja v večini manjša (Cutura 2008, 16-17).

V BiH se podjetnice v veliki meri ukvarjajo z obrtjo. Veliko obrtnic je obrt podedovalo od staršev ali starih staršev. Tem obrtnicam obrt predstavlja družinsko tradicijo. Obrtnice menijo, da z obrtjo niso obogatele, da pa zaslužijo toliko, da lahko normalno živijo. Ženske imajo v največji meri krojaške in čevljarske delavnice, ukvarjajo se tudi z ročno izdelavo izdelkov iz lesa in gline ter pletenjem slamnatih izdelkov (Bijedić 2008, 9).

Podjetnice se na začetku poslovanja in tudi med samim poslovanjem srečujejo z različnimi problemi in preprekami. Podjetnice v BiH so v anketi, v kateri so sodelovale leta 2007, navedle, da so se na začetku poslovanja srečale s problemi, kot so: pridobitev dovoljenj, registracija lastnine, plačilo visokega davka. V BiH je namreč za registracijo podjetja potrebnih 16 vrst procedur. Problem jim je predstavljal tudi sam začetek poslovanja, pomanjkanje znanja, izkušenj in informacij (Cutura 2008, 17-18).

Da bi ženskam, ki vstopajo na samostojno pot, bilo lažje, so na voljo podjetniške svetovalnice in združenja, ki bodočim in že uveljavljenim podjetnicam pomagajo z nasveti in informacijami. Najbolj znano v BiH je podjetje MI-BOSPO, ki deluje več kot 13 let, in je zasnovano z namenom, da bi ženskam, ki vstopajo na samostojno pot pomagali z nasveti, jih usmerjali in jim dajali potrebne informacije. MI-BOSPO pomaga ženskam skozi delavnice in predavanja pridobiti ne samo znanje, ampak tudi samozavest. V podjetju beležijo, da se število žensk, ki se zatekajo po pomoč, iz leta v leto povečuje.

Poleg MI-BOSPA so v BiH tudi druge organizacije, ki spodbujajo žensko podjetništvo, in v katere naj bi se bodoče in sedanje podjetnice vključevale. Te organizacije pomagajo podjetnicam reševati probleme, s katerimi se srečujejo, dajejo informacije in nasvete.

Poglejmo si glavne tri organizacije za spodbujanje ženskega podjetništva in pomoč podjetnicam pri poslovanju!

- National Association of Women Business Owners (Nacionalno združenje podjetnic)

*To združenje ima preko 80 podružnic po svetu, med njimi je tudi podružnica v BiH. V organizacijo se vključujejo podjetnice z namenom pridobiti potrebne in koristne nasvete in informacije.*

Internetna stran: <http://www.nawbo.org/>

- Jordan Forum for Business and Professional Women (Forum Jordana za poslovne in profesionalne ženske)

*Osnovan je bil leta 1976. Forum nudi pomoč podjetnicam in zastopa podjetnice v določenih situacijah.*

Internetna stran: <http://www.bpwa.org.jo/>

- Global Directory of Women's Business Associations (Globalni imenik združenja ženskega biznisa )

*Globalni imenik vsebuje potrebne informacije in podatke, ki jih podjetnice potrebujejo pri poslovanju. Podatki in informacije so sveži in jih je možno dobiti za območje celotnega sveta.*

Internetna stran: <http://rru.worldbank.org/External/psd-gender/>

Spodaj v tabeli so prikazana priporočila za rešitev treh problemov, s katerimi se v največji meri srečujejo podjetnice v BiH!

**Tabela 15: Priporočila za rešitev problemov podjetnic v BiH**

<i><b>Problem:</b></i>	<i><b>Priporočilo:</b></i>	<i><b>Odgovorna organizacija:</b></i>
Dolgotrajen in težaven postopek pridobitve papirjev, ki so potrebni za začetek z lastnim poslom!	Kreirati centralni register, ki bi pripomogel k hitrejšemu in lažjemu načinu pridobitve potrebnih dovoljenj za začetek z lastnim poslom!	Donatorji, vladni organi, poslovna združenja.
Primanjkovanje znanja in izkušenj je lahko vzrok, da se ženske ne odločijo za podjetništvo!	Vsem bodočim podjetnicam je potrebno ponuditi podjetniške delavnice in tečaje po sprejemljivih cenah, na katerih bi se ženske naučile osnov vodenja podjetja.	Podjetniške organizacije, vladne oblasti, mentorji, podjetniške mreže, ženska združenja, centri za vprašanja podjetnic.
	Podjetnice in bodoče podjetnice se morajo povezati z organizacijami, ki ponujajo podjetnicam pomoč in z že uspešnimi in uveljavljenimi podjetnicami, ki bi jim lahko pomagale kot mentorice.	
	Podjetnicam bi bilo potrebno ponuditi finančno pomoč pri zagonu podjetja!	
Velik odstotek podjetnic v BiH ne verjame v svoje sposobnosti voditi podjetje!	Podjetnice je potrebno seznaniti z uspešnimi podjetnicami, ki so tudi mentorice. Še več publikacije o ženskem podjetništvu in uspešnih podjetnicah. Podjetnicam je potrebno nuditi moralno podporo, jih motivirati ter usmerjati!	Uspešne podjetnice, organizacije za pomoč podjetnicam.

Vir: Glas poduzetnica v BiH 2008, 28



## 4. ŽENSKO PODJETNIŠTVO V VELENJU IN VELIKI KLADUŠI (VK)

### 4.1 Gospodarstvo v Mestni občini Velenje

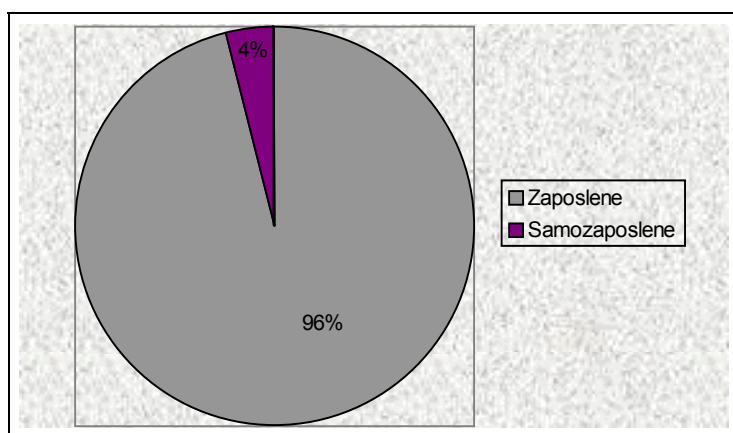
Velenje je z 33.707 prebivalci središče Šaleške doline. Leži na nadmorski višini 396 metrov. Moderno mesto je nastalo v desetletjih po drugi svetovni vojni v bližini starega mestnega jedra pod Velenjskim gradom. Premogovnik in svetovno znana tovarna Gorenje že dolgo nista več edina razpoznavna znaka Velenja. Od vseh prebivalcev je 14.967 aktivnega prebivalstva in 2.225 evidentirano brezposelnih oseb. Podatki, pridobljeni pri Ajpes-u, kažejo, da so pred tridesetimi leti na območju Velenja prevladovala podjetja, kot so: Gorenje d.d., Vegrad d.d., Premogovnik Velenje, Termoelektrarna Šoštanj d.o.o., ESOTECH d.d.. Vsa ta podjetja so bila ustanovljena pred letom 1960. Ta podjetja so še danes vodilna in največja po številu zaposlenih na območju Velenja. Po letu 1975 so se na trgu pričela pojavljati manjša podjetja, ki so bila v največji meri organizirana kot s.p., razvijala so se in rasla ter so danes stabilna in konkurenčna podjetja. Mednje lahko prištejemo Veplas d.d., ERA d.d., Plastika Skaza d.o.o., Gradbeništvo Pluton s.p. itd. Po podatkih, dne 31.12.2008, je bilo v mestni občini Velenje 698 gospodarskih družb in 1228 samostojnih podjetnikov. Skupaj torej 1926 podjetij. Podjetja se med seboj razlikujejo po dejavnosti, številu zaposlenih, velikosti in dobičku. Največ podjetij, več kot polovica, se ukvarja s storitveno dejavnostjo (Vir: Ajpes–Velenje, 2009).

### 4.2 Žensko podjetništvo v Velenju

Ženske v Velenju so se v podjetništvo aktivno in številčneje začele vključevati po letu 1987. Glavni razlog za to je bil, da so težko napredovale v politični in menedžerski karieri. Velenje in tudi Slovenija po deležu podjetnic zaenkrat še zaostaja za bolj razvitimi mesti in državami. Velenjske podjetnice v svoji dejavnosti vidijo možnost za lastno emancipacijo in pomemben vir prihodkov (Vir: Ajpes-Velenje 2009).

Leta 2008 je bilo v Velenju 6.973 delovno aktivnih žensk, od tega je bilo 4,1% žensk samozaposlenih (prav tam, 2009).

Slika 8: Zaposlene in samozaposlene ženske v MO Velenje leta 2008



Vir: Lasten

Ženska podjetja so v Velenju največkrat organizirana kot d.o.o. ali s.p.. Podjetnice se največ ukvarjajo s finančnimi, poslovnimi, frizerskimi in kozmetičnimi storitvami, trgovino in inženiringom in manj s proizvodnjo. Večina jih ima končano srednjo šolo, in imajo več kot 7 let delovnih izkušenj. Pripravljene so na novo izobraževanje, predvsem so zaželena znanja iz računovodstva, podjetništva in managementa. Ženske se najpogosteje odločajo za podjetništvo zaradi neodvisnosti, ker želijo izkoristiti svoje znanje in razvijati svojo kariero. Večina poslov, ki jih začnejo ženske, vključuje nižje začetne naložbe kot moška podjetja, zaradi omejenega dostopa do finančnih virov in visoke stopnje rizika (prav tam, 2009).

Podjetnice v Velenju imajo kar nekaj skupnih lastnosti (Vir: Ajpes-Velenje, 2009), in sicer:

- so racionalne in dobro pretehtajo tveganje,
- veliko jim pomeni podpora,
- zadovoljne so že, če jim stvari lepo tečejo,
- so odgovorne in premišljene.

Srečujejo se tudi s težavami, kot so vpliv družine, pomanjkanje znanja, nezadostno zaupanje vase ter odpor do prevzemanja tveganja (prav tam, 2009).

Kljub vsem tem težavam lahko rečemo, da žensko podjetništvo v Velenju narašča, da se vedno več žensk odloča za samostojno pot. Leta 2008 je bilo zaznati rast ženskih podjetij. Tudi v prvi polovici leta 2009 je veliko žensk v Velenju pričelo s svojo dejavnostjo. Razlog za takšen porast lahko iščemo v brezposelnosti žensk. Svetovna ekonomska kriza je pustila, in še vedno pušča, velike posledice. Veliko žensk, ki so bile zaposlene v velikih korporacijah, je ostalo brez dela in so bile prisiljene pričeti s svojim poslom. Prav tako na Zavodu za Zaposlovanje RS območna enota Velenje poudarjajo, da je leta 2008 zaprosilo za subvencijo za samozaposlitev 22 ljudi, od tega je bilo 27% žensk, kar je približno 18 odstotkov več kot leta 2007 (Zavod za zaposlovanje RS). Do konca leta 2009 pričakujejo, da bo ta odstotek še višji.

Tudi na Ljudski univerzi v Velenju, kjer s sodelovanjem z Ljudsko univerzo Celje in Šolskim centrom Velenje ponujajo programe izobraževanja, so zabeležili v letu 2008 večjo udeležbo žensk pri podjetniških delavnicah kot leta 2007 (Vir: Intervju z zaposlenim v Ljudski univerzi Velenje).

Na območju Velenja se ženske še vedno preveč naslanjajo na moške, tako v poslovnem kot v zasebnem življenju. Oklepajo se tradicionalnih vzorcev vzgoje, ki vodijo k manjši samozavesti, ki pa je ključnega pomena za podjetniško delovanje. Posledica je, da svojih idej in znanja ne udejanjijo, kot bi lahko (Vir: Portal MO Velenje 2009).

Za razvoj podjetništva v Velenju skrbijo Inkubator za razvoj podjetništva Velenje, Podjetniški center Velenje, Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Gospodarska ter Obrtna zbornica, občine ter druge podjetniške institucije. Podjetniški center Velenje je razvil veliko projektov za razvoj ženskega podjetništva. Organizirali so več srečanj na temo poklicnega uveljavljanja žensk v Velenju. Ženske so na teh srečanjih ugotovile, da je potrebno misliti nase, na svoja hotenja in pozitivne občutke (Vir: Ajpes-Velenje 2009).

Podjetnice čutijo, da so še vedno v ozadju, in da jih družba obravnava drugače kot podjetnike. Čeprav je govor o razlikah med podjetnico in podjetnikom, pa se v Velenju kaže tudi razlika med samimi podjetnicami. Največja razlika je v uspehu. Na območju Velenja je veliko podjetnic, ki so uspešne in prodorne, je pa tudi nekaj takšnih, ki niso uspele v tolikšni meri, kot bi želele (Vir: Portal MO Velenje 2009).

#### 4.3 Žensko podjetništvo v Veliki Kladuši

Velika Kladuša je mesto v Bosni in Hercegovini, ki leži čisto na severu. Tudi tukaj je vojna pustila velike posledice, kar se vidi tudi v sami strukturi prebivalstva. Danes sestavlja prebivalstvo Velike Kladuše: Muslimani- Bošnjaki (91,29%), Srbi (4,28%) in Hrvati (1,39%). (3,13%) je ostalih narodnosti (Prosta enciklopedija, februar 2009).

V zgodnjih 80-ih letih prejšnjega stoletja je Velika Kladuša ustvarjala največji gospodarski razcvet v zgodovini svojega obstoja. V tem času je prišlo do razcveta občine kot tudi države, kajti v večini regijah v državi so bili deli takrat vodilnega podjetja s prehrabeno industrijo Agrokomerc d.d., ki je imel upravo in največjo proizvodno halo ravno v Veliki Kladuši. To podjetje je predelovalo sadje in zelenjavo, ter proizvajalo ostale prehrabene izdelke (sirupe, konzervirane jedi...) na osnovi biološke predelave. Agrokomerc je pred vojno zaposloval okoli 13.000 ljudi, danes je večina obratov zaprta. Trenutno obratujejo le določeni obrati kot npr. obrat za proizvodnjo sladkarij, juh, biskvita, konzerviranih vrtnin. Temu primerno je tudi število trenutno zaposlenih, to je 200 ljudi. Prepoznavnost Velike Kladuše kot mestne občine ni bila le zaradi podjetja Agrokomerc. K prepoznavnosti so pripomogla tudi podjetja Sanitex d.d., ki je aktivno v tekstilni industriji in podjetje Grupex d.d., ki je aktivno na področju gradbeništva in proizvodnji betonskih konstrukcij (prav tam, februar 2009).

Ko govorimo o ženskem podjetništvu v Veliki Kladuši, je najprej potrebno opomniti, da ni točnih podatkov o številu podjetnic v Veliki Kladuši. Leta 1999 so sicer bile narejene raziskave položaja podjetnic v Veliki Kladuši, vendar so ti podatki že zastareli. Trenutno se ne more govoriti o številki, koliko je podjetnic v Veliki Kladuši, lahko se samo predpostavlja, da jih je približno 250. Velik vzrok takšni situaciji je, da večina podjetij, katere vodijo ženske, so registrirane na njihove može. Tako so možje tudi uradni zastopniki podjetja. To je nekakšna tradicija, pa ne samo v Veliki Kladuši, ampak na območju celotne BiH. Banka Velika Kladuša in Banka Bihać, sta posredovali leta 2001 podatek, da so ženske v zelo mali meri dvigovale podjetniške kredite za namen poslovanja (Selesković 2009, 2).

Podjetnice v Veliki Kladuši niso toliko prepoznavne. Tudi uspešne podjetnice se ne pojavljajo v medijih ali se kako drugače izpostavljajo. Raje so v ozadju. Ženskam po eni strani predstavlja problem, da se predstavijo kot podjetnice, ki vodijo svoje podjetje. Zakaj jim predstavlja to problem, ni natančno znano, lahko pa je vzrok v temu, da se ženske v Veliki Kladuši, kot tudi drugod po BiH, počutijo še vedno manj vredne in manj sposobne od moških (Selesković 2009, 3).

Ceničeva v svojem delu navaja, da podjetnice v Veliki Kladuši mnogokrat ne verjamejo vase, svoje kvalitete in sposobnosti. Niso dovolj samozavestne. Samozavest jim zbijajo ljudje, ki jih ne sprejmejo kot podjetnice in se iz njih norčujejo: »Kaj pa ti veš o poslu«? Podjetništvo je veljalo in še danes velja kot moški posel. Zato se o moških poslih naj ne bi pogovarjalo z žensko, ker se smatra, da ženska ne more dojeti določenih stvari o podjetništvu. Ženske bi morale biti bolj samozavestne in verjeti v svoje sposobnosti, saj so lahko ženske še boljše podjetnice od moških (Cenić 2009, 1). Ceničeva tudi poudarja, da ženske v Veliki Kladuši v podjetništvu nimajo pravega položaja. Če pogledamo lastnino in premoženje, so ženske v zelo mali meri lastnice. Moški so tisti, ki so lastniki privatne lastnine in premoženja. Čeprav ženska prispeva svoj denarni delež za zagon podjetja, bo le-to v celoti registrirano in pisano na moža ali katerega drugega moškega sorodnika. Zaradi tega, ženske ne morejo same vzeti bančni kredit, kadar želijo. Ceničeva je tudi mnenja, da se ženske skozi leta niti niso preveč trudile, da bi se uveljavile na področju ekonomije (prav tam, 1).

Tudi Zulumova je podobnega mišljenja. Meni, da se v podjetništvu samo uporablja žensko ime, čeprav so v resnici lastniki podjetja, kapitala in premoženja moški. Potrebno je delati na tem, da se podjetje tudi registrira na podjetnico, ki ga vodi. Velikokrat se je že zgodilo, da so imele ženske dobro podjetniško idejo in zamisel, kako bi jo uresničile, vendar zaradi nasprotovanja partnerjev ali družine, le-te niso uresničile. Same pa niso imele možnosti registrirati podjetje (Zulum 2009, 5).

Koliko financ in podpore je namenjene za podjetništvo v Veliki Kladuši ni znano, saj občina ne naredi nobene analize, s katero bi prišla do tega podatka. Dokler se te analize ne bodo naredile, v občini Velika Kladuša ne bodo videli na kakšen način lahko podpirajo ženske za podjetništvo. Ne morejo vedeti, ali jih naj podpirajo s subvencijami, posebnimi programi za žensko podjetništvo, podpornimi organizacijami itd. (Selesković 2009, 3).

## II. APLIKATIVNI DEL

### 5. PREDSTAVITEV IZVEDBE RAZISKAVE - PRIMERJAVA ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA MED VELENJEM IN VELIKO KLADUŠO

Zastavili smo si nalogo primerjati žensko podjetništvo med Velenjem in Veliko Kladušo. V nadaljevanju bomo predstavili raziskovalne hipoteze in potek raziskave. V 6. poglavju pa po sklopih proučevanja komentiramo dobljene rezultate, ter sproti prikazujemo potrditev ali zavrnitev postavljenih raziskovalnih hipotez.

#### 5.1 Raziskovalne hipoteze

Naša osrednja raziskovalna teza se glasi: Položaj podjetnic v Velenju se razlikuje od položaja podjetnic v Veliki Kladuši.

Odgovor na raziskovalno tezo smo iskali s pomočjo petih postavljenih hipotez:

H1: Denar predstavlja večji motiv za pričetek z lastnim poslom anketiranim podjetnicam v VK kot anketiranim podjetnicam v Velenju.

H2: Podjetnice se pri ustanovitvi podjetja srečujejo s slabo podporo in finančnimi omejitvami.

H3: Večina anketiranih podjetnic v Velenju in VK se ukvarja s storitveno dejavnostjo.

H4: Anketirane podjetnice v Velenju se srečujejo z istimi problemi pri poslovanju, kot anketirane podjetnice v VK.

H5: Ženske se pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti.

H6: Mnenje o pomembnosti podjetniških ciljev se razlikuje med anketiranimi podjetnicami v Velenju in VK.

#### 5.2 Potek raziskave

V tem podpoglavju bomo predstavili potek raziskave od upoštevanega časovnega obdobja, izbire vzorca, virov podatkov, uporabljenega vprašalnika, do metod zbiranja ter analize podatkov.

##### 5.2.1 Upoštevano časovno obdobje

Za primerjavo ženskega podjetništva med Velenjem in Veliko Kladušo smo uporabili podatke, ki smo jih pridobili z anketo, izvedeno meseca marca in aprila leta 2009. V tabeli 10 tako prikazujemo časovni potek raziskave.

Tabela 16: Časovni potek raziskave

<i>Marec 2009</i>	<i>April 2009</i>	<i>Maj 2009</i>	<i>Junij 2009</i>
Anketa izvedena med podjetnicami v Velenju.	Anketa izvedena med podjetnicami v Veliki Kladuši.	Obdelava podatkov pridobljenih z anketo.	Izdelava poročila o raziskavi.

Vir: Lasten

### 5.2.2 Metoda zbiranja podatkov

Empirični del temelji na analizi podatkov, ki smo jih pridobili z anketo. Za pridobivanje podatkov v skladu s cilji smo uporabili metodo pisnega anketiranja. Odgovore in podatke smo analizirali, jih komentirali, ter podali mnenje primerjave ženskega podjetništva med Velenjem in Veliko Kladušo. Anketni vprašalnik mora biti dovolj dobro orodje, da smo z njegovo pomočjo pridobili informacije, ki smo jih potrebovali.

V empiričnem delu smo uporabili analitičen pristop, s pomočjo katerega smo opravili terensko raziskavo, in sicer tako, da smo anketirali vzorec podjetnic v Sloveniji in BiH. Vsem podjetnicam so bila postavljena ista vprašanja, ki se nanašajo na njihovo podjetje in na njih osebno. Zaradi boljšega razumevanja je vprašalnik, ki je bil namenjen podjetnicam v BiH, napisan v njihovem jeziku. Anketni vprašalnik je vseboval zaprta in odprta vprašanja, ki se nanašajo na pridobivanje podatkov za preveritev postavljenih hipotez. Vseboval je 19 vprašanj, ki se nanašajo na različna področja:

- demografske značilnosti podjetnic,
- predustanovitvena faza,
- poslovanje,
- osebno mnenje podjetnic.

Metoda statistične obdelave podatkov je potekala s pomočjo programskega orodja SPSS, ki podpira grafično in tabelarično predstavitev podatkov ter programom Microsoft Office Excel.

### 5.2.3 Vzorec

Ciljna skupina so bile vse podjetnice na območju Velenja in Velike Kladuše (BiH), ne glede na velikost podjetja, ki so lastnice podjetja oz. podjetje vodijo. Uporabili smo slučajnostno vzorčenje. Slučajno smo izbrali določeno število enot iz razpoložljive populacije. To smo storili s pomočjo telefonskega imenika in internetne baze podatkov, kjer smo pridobili poštno in e-mail naslove posameznih podjetij.

Anketni vprašalnik smo posredovali 35 podjetnicam v Velenju in 35 podjetnicam v Veliki Kladuši osebno ali po pošti.

Odzivnost podjetnic v Velenju je bila 89 odstotna, kar pomeni, da je bilo pravilno izpolnjenih 31 anketnih vprašalnikov. Največ zavrnitev smo dobili od podjetnic, katerim smo vprašalnik poslali po e-pošti.

Tudi v Veliki Kladuši smo razdelili vprašalnike 35 podjetnicam. Za sodelovanje se ni odločilo 8 podjetnic. 27 podjetnic pa je z veseljem odgovorilo na zastavljena vprašanja, poleg tega pa so bile pripravljene zaupati tudi veliko stvari, katerih vprašalnik ni zahteval. Odzivnost v Veliki Kladuši je bila torej 77 odstotna.

#### 5.2.4 Metode obdelave in prikazovanja podatkov

Metoda statistične obdelave podatkov je potekala s pomočjo programa SPSS, ki podpira grafično in tabelarično predstavitev podatkov ter programom Microsoft Office Excel. Pri preverjanju in statistični obdelavi hipotez smo uporabili univariatno in bivariatno analizo.

Pri univariatni analizi podatkov smo uporabili:

- *Aritmetično sredino* = kvocient med vsoto vseh vrednosti spremenljivke v vzorcu in skupnim številom enot v vzorcu.

Za potrditev ali zavrnitev zastavljenih hipotez pa smo uporabili naslednje teste, ki so pokazali, če so rezultati statistično značilni:

- *Pearsonov korelacijski koeficient*. Uporabimo ga, ko želimo na reprezentativnem vzorcu ugotoviti, ali sta dve numerični spremenljivki medsebojno povezani ter kakšna je smer te povezave. Koeficient korelacije tako meri jakost linearne povezanosti med dvema spremenljivkama. Vrednost koeficienta korelacije je definirana na intervalu od -1 do 1, kjer -1 pomeni popolno negativno linearno povezanost, 0 pomeni, da linearne povezanosti med spremenljivkama ni, 1 pa pomeni popolno in pozitivno linearno povezanost med spremenljivkama.
- *t-test za neodvisne vzorce*. Uporabimo ga, ko želimo med seboj primerjati dve neodvisni skupini. Z njim ugotavljamo, ali se aritmetični sredini dveh skupin med seboj statistično značilno razlikujeta.

## 6. OBRAVNAVA REZULTATOV RAZISKAVE

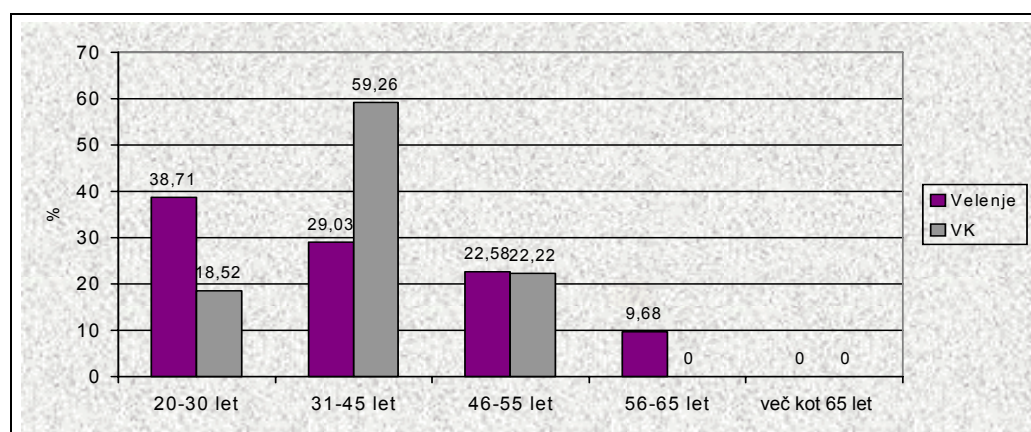
### 6.1 Predstavitev rezultatov

V nadaljevanju prikazujemo rezultate empirične raziskave. Rezultate prikazujemo posamično, po posameznih sklopih iz vprašalnika (demografski podatki, predustanovitvena faza ter poslovanje), in sicer s pomočjo programa SPSS in grafično s pomočjo programa Excel. Dobljene rezultate bomo podrobneje proučili. Sproti bomo navajali postavljene raziskovalne hipoteze in jih tudi komentirali v smislu njihove zavrnitve ali potrditve. V naslednjem 6.2 podpoglavju pa bomo podali sklepne ugotovitve.

#### 6.1.1 Demografske značilnosti anketiranih podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši

- Starost, zakonski stan, število otrok in raven šolske izobrazbe anketiranih podjetnic

Slika 9: Starost anketiranih podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši (VK)



Vir: Lasten

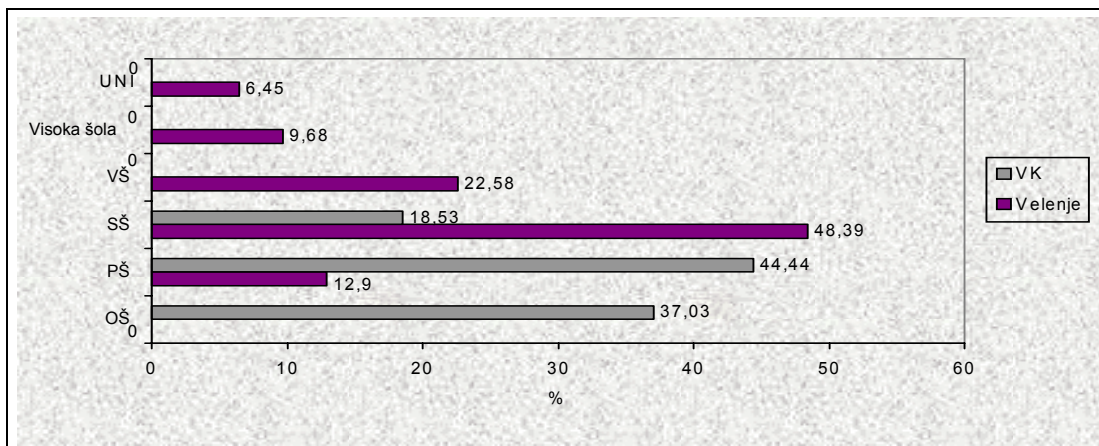
Tabela 17: Zakonski stan in število otrok anketiranih podjetnic

A; STAN	Število in delež v % podjetnic v Velenju		Število in delež v % podjetnic v Veliki Kladuši		B; ŠTEVILO OTROK	Število in delež v % podjetnic v Velenju		Število in delež v % podjetnic v Veliki Kladuši	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %		Število	Delež v %	Število	Delež v %
Poročena	13	41,9%	24	88,9%	Nič otrok	8	25,8%	4	14,8%
Ločena	4	12,9%	0	0%	En otrok	6	19,4%	3	11,1%
Samska	6	19,4%	2	7,4%	Dva otroka	12	38,7%	10	37,1%
Izvenzakonska zveza	8	25,8%	1	3,7%	Tri otroke	3	9,7%	5	18,5%
					Štiri otroke	2	6,4%	2	7,4%
					Več kot štiri otroke	0	0%	3	11,1%
<b>SKUPAJ</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>SKUPAJ</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Vir: Lasten



Slika 10: Raven šolske izobrazbe anketiranih podjetnic



Vir: Lasten

Anketirane podjetnice v Velenju so stare med 20 in 30 let, so v večini poročene, imajo enega ali dva otroka, in so končale srednjo šolo. Anketirane podjetnice v Veliki Kladuši so stare od 31 do 45 let, v veliki večini poročene, imajo dva otroka, in so končale poklicno šolo. Vidimo lahko, da je razlika med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši v starosti in dokončani izobrazbi. V Velenju med anketiranimi prevladujejo razmeroma mlade podjetnice za razliko od anketiranih podjetnic v Veliki Kladuši, ki so malo starejše. Anketirane podjetnice v Velenju so v večini z višjo stopnjo izobrazbe, kot v večini anketirane podjetnice v Veliki Kladuši.

Anketirane podjetnice v Velenju se zavedajo, kako pomembna je izobrazba, in kako pomembno je imeti znanje na področju vodenja in organiziranja. Na podlagi tega je več kot polovica podjetnic končala šolanje na smeri ekonomija, poslovna ekonomija, management in računovodstvo. Tudi podjetnice, ki se bodo odločile nadaljevati izobraževanje, se bodo v večini odločile za ekonomsko-poslovno smer. Prišli smo do spoznanja, da se podjetnice odločajo za nadaljnje izobraževanje, se pravi izobraževanje na visoki, višji ali univerzitetni ravni, ne zgolj z namenom pridobitve znanja, ampak tudi, ker želijo s tem dokazati sposobnost, in jim to predstavlja samopotrditvev. Na začetku poslovanja marsikatera od anketiranih podjetnic ni bila ustrezno izobražena, da bi lahko to delo sama opravljala. Kot primer lahko navedem eno izmed anketiranih podjetnic, ki je končala srednjo kemijsko šolo, le-ta pa ji ni dala dosti znanja za vodenje podjetja, zato se je odločila znanje izpopolniti na Ekonomski fakulteti, ali pa podjetnico, ki je končala srednjo računalniško šolo, in se kasneje odločila nadaljevati študij managementa.

Zanimalo nas je, ali se podjetnice udeležujejo usposabljanj, raznih delavnic in tečajev z namenom, da bi si pridobile nova znanja. Ugotovili smo, da se najpogosteje udeležijo teoretičnih usposabljanj na področjih marketinga, financ, računovodstva, zunanje trgovine in varstva pri delu. Takšna usposabljanja so za ženske podjetnice pomembna tudi, če želijo doseči rast in razvoj podjetja. V nasprotju z anketiranimi podjetnicami v Velenju, ki težijo k višji izobrazbi in pridobitvi znanja, pa nobena izmed anketiranih podjetnic v Veliki Kladuši trenutno ne namerava nadaljevati šolanje ali študij. Prav tako nobena ne razmišlja o prekvalifikaciji in nobena se na začetku samostojne poti ni prekvalificirala. Anketirane podjetnice v Veliki Kladuši so poudarile, da so ženske v BiH nižje izobražene kot moški. Raziskava, ki je bila narejena v BiH leta 2006, je prikazala ravno obratno. Agencija za

statistiko BiH, kjer so bili objavljeni rezultati raziskave, je bilo zaslediti, da so ženske v letu 2005 in 2006 v povprečju končale višjo stopnjo izobrazbe v primerjavi z moškimi (ASBiH 2007). Glede na visoko število anketiranih podjetnic, ki so končale samo snovno šolo, nas je zanimalo, kako so pridobile potrebno znanje za vodenje podjetja? Te anketirane podjetnice so bile mnenja, da šola ni tista, ki daje zadosti znanja glede vodenja podjetja, in da so izkušnje tiste, ki so potrebne. Teorija ne pomaga, če ni prakse! Same se ne ozirajo na opazke, da so končale samo osnovno šolo, in da so brez izobrazbe. Njihovo mnenje je, da so dosti boljše in bolj sposobne podjetnice, ter da imajo več kvalitet od večine tistih, ki imajo končano višjo stopnjo izobrazbe. V teoretičnem izhodišču naloge smo prikazali ugotovitve Ceničeve 2009, ki v svojem delu na podlagi raziskave navaja, da podjetnice v Veliki Kladuši mnogokrat ne verjamejo vase, svoje kvalitete, sposobnosti in niso dovolj samozavestne. Mnenje anketiranih podjetnic v Veliki Kladuši dokazuje drugače. Podjetnice so samozavestne, zaupajo vase in se zavedajo, da sta samozavest in samozaupanje zelo pomembna dejavnika pri podjetništvu.

Podatke, pridobljene z anketo, lahko primerjamo z GEM podatki za Slovenijo. Leta 2006 se je največ žensk odločilo za podjetništvo v starostni skupini od 35. do 45. leta (Tominc, Rebernik 2006, 11-15). Leta 2008 pa je najbolj pogosto starostno obdobje za ustanavljanje podjetij pri ženskah znašalo med 25. in 34. letom (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 46). Izobrazbena struktura podjetnic se izboljšuje v primerjavi s prejšnjimi leti. Nastajajoče in nove podjetnice so se leta 2008 izkazale za boljše izobražene kot ustaljene podjetnice. Kljub visoki izobrazbi pa samo 40% žensk verjame, da ima znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 46 in 81).

Kot primerjavo lahko navedemo podjetnice iz Nemčije, Švedske, Afrike in ZDA.

V primerjavi šolske izobrazbe so podjetnice v *Nemčiji* zelo izobražene. Povprečno so podjetnice končale visokošolsko izobrazbo na duhovnem, kulturnem in pedagoškem področju. Veliko je tudi takih, ki so magistrirale ali doktorirale. Ženske v Nemčiji se v večini ne odločajo takoj po končanem izobraževanju ustanoviti svoje lastno podjetje, ampak se želijo zaposliti v velikih korporacijah z namenom pridobiti izkušnje, ki jih bodo potrebovale. Posledično s tem so podjetnice v Nemčiji starejše, nad 40 let in že imajo družino (Sternberg, Rolf in soavtorji 2004, 37).

Na *Švedskem* so različne raziskave pokazale, da ženske na Švedskem redko razmišljajo o podjetništvu. Tudi ženske, ki vodijo podjetje, se redko vidijo kot podjetnice (OECD 2005, 1). V primerjavi z ostalimi evropskimi državami in Združenimi državami ima Švedska zelo nizko število ženskih podjetnic. Število žensk na Švedskem, ki so lastnice in vodijo podjetje z več kot 10 zaposlenimi, je tako malo, da je v statistiki ta postavka zaokrožena na nulo. Večina žensk, ki se danes odločijo za samostojno podjetništvo, ima dokončano srednjo šolo, veliko pa je takšnih, ki imajo končano višjo stopnjo izobrazbe (Rosing, Weström, Bengtsson, 2002 152). Podjetnice so v povprečju stare med 30 in 50 let, ter imajo otroke. Značilno je celo, da imajo podjetnice v povprečju celo več otrok kot ostale ženske. 50% švedskih podjetnic je poročenih in v mnogih primerih so možje tudi solastniki podjetja. Le 20% jih je samskih in samostojno vodijo podjetje, najpogosteje storitveno. Zadnjih 30% jih je poročenih in samostojno vodijo svoje podjetje (The Women's Unit 2001, 38). Največje razlike v prisotnosti spolov na trgu dela ostajajo v severni *Afriki*, kjer je *zaposlena* le vsaka peta ženska (vir: <http://www.drustvo-vitaactiva>). Le-te se s pomočjo mikro posojil v vasi lotijo kakšne manjše dejavnosti. Celó v državah, kjer ne bi

pričakovali kaj dosti »podjetnosti« med ženskami, saj so prevladujoče vaške skupnosti z moškimi poglavarji, so ženske podjetne. Ženske so najmanj šolana populacija, a na njih je breme preživetja za družino in dostikrat so v tej skrbi povsem same. Tam so organizirana podjetniška združenja, ki jih financirajo ameriške humanitarne agencije in USAID (United Stations Agency for International Development). V Lesothu (J. Afrika) so ženske s pomočjo mednarodnih institucij ustanovile poseben podjetniški inkubator, kjer organizirano proizvajajo različne izdelke, ki gredo tudi v izvoz. V teh državah se borijo z nepismenostjo (Glas, Pšeničny 2000, 167).

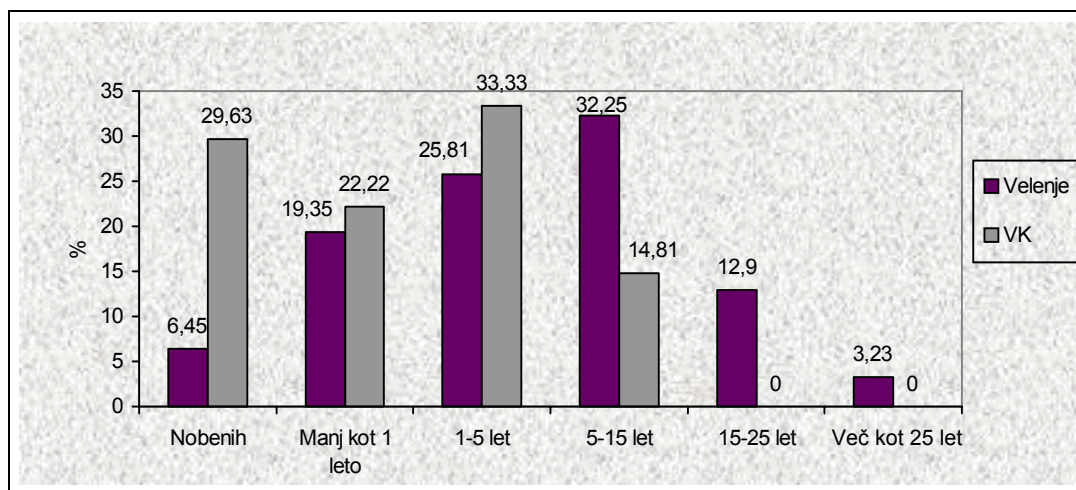
ZDA sodi med najuspešnejše države na področju ženskega podjetništva. Tipična podjetnica v ZDA je prvorojenka staršev srednjega družbenega razreda, je poročena in ima otroke. Ko je postala podjetnica, je bila stara med 35 in 45. Podjetnice imajo raven izobrazbe, ki je v povprečju višja, kot jo ima celotna populacija. Največkrat so diplomirale iz humanističnih ved (Antončič 2002, 91).

### 6.1.2 Predustanovitvena faza

- Izkušnje anketiranih podjetnic pred ustanovitvijo podjetja

Razlika med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši je vidna tudi pri izkušnjah pred ustanovitvijo podjetja. Največji delež anketiranih podjetnic v Velenju ima 5 do 15 let delovnih izkušenj, v Veliki Kladuši pa 1-5 let delovnih izkušenj.

Slika 11: Izkušnje anketiranih podjetnic pred ustanovitvijo lastnega podjetja



Vir: Lasten

Večina anketiranih podjetnic v Velenju se je odločila opravljati isto delo, kot so ga opravljale pred ustanovitvijo lastnega podjetja. Tako so podjetnice, ki so bile na primer zaposlene kot prodajalke, kozmetičarke ali frizerke, odprle svojo lastno trgovino, kozmetični ali frizerski salon. To je v veliki meri povezano z voljo do opravljanja določenega dela, vendar z nezadovoljstvom v prejšnji službi. Spoznali smo tudi, da so tiste podjetnice, ki so imele delovne izkušnje pred ustanovitvijo lastnega podjetja, bile dejavne v večini na področjih, kot so gostinstvo, storitvene dejavnosti in finančno posredništvo.

Večina podjetnic je pridobivala delovne izkušnje z delom v podjetjih, ne pa kot lastnice lastnih podjetij.

- Temeljni razlogi za pričetek z lastnim poslom

V Sloveniji se ženske v največji meri odločijo za podjetništvo zaradi nezadovoljstva z delom, ter zaznave in uresničevanja donosne priložnosti (Antonič et al. 2002, 92-93). V BiH pa podatki iz leta 2008 pravijo, da se je največ podjetnic v BiH odločilo za podjetništvo zaradi nuje in potrebe, saj niso imele druge možnosti zaposlitve (Glas poduzetnica 2008, 13 povzeto po Cutura 2008).

Tudi podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši smo povprašali o razlogih za pričetek z lastnim poslom. Podjetnice so lahko v anketnem vprašalniku izbirale med že navedenimi trditvami in izbrale tisto, ki jim je najbližje. Izbirale so med trditvami!

**Tabela 18: Razlogi anketiranih podjetnic v Velenju in VK za pričetek z lastnim poslom**

<i>Trditev</i>	<i>Anketirane podjetnice V Velenju</i>	<i>Delež v %</i>	<i>Anketirane podjetnice V Veliki Kladuši</i>	<i>Delež v %</i>
1. <i>Želela sem izkoristiti poslovno priložnost.</i>	7	22,6	2	7,4
2. <i>Bila sem nezaposlena.</i>	2	6,4	14	51,9
3. <i>Bila sem zaposlena, vendar našla boljšo priložnost.</i>	6	19,4	1	3,7
4. <i>Bila sem nezadovoljna z delom v prejšnji službi.</i>	9	29	3	11,1
5. <i>Bila sem nezadovoljna z zaslužkom v prejšnji službi.</i>	7	22,6	2	7,4
6. <i>Drugo.</i>	0	0	5	18,5
<b>SKUPAJ</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>27</b>	<b>100</b>

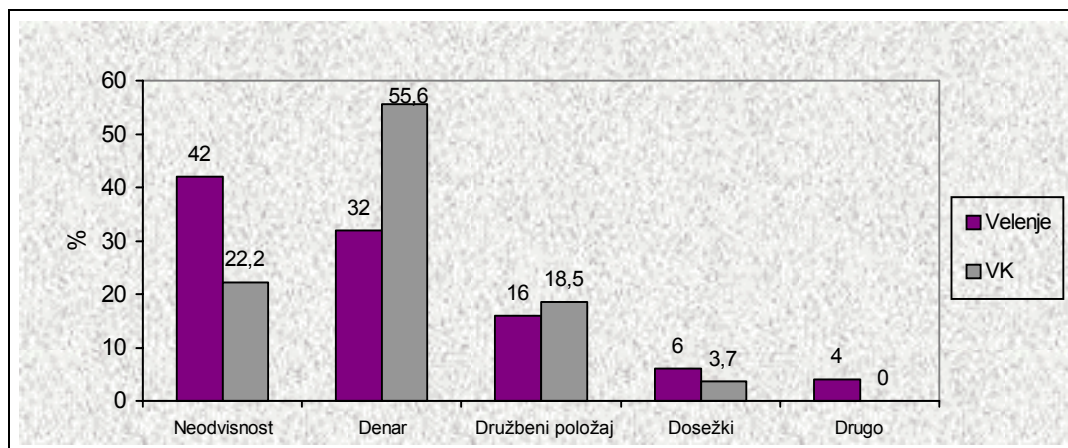
Vir: Lasten

Anketirane podjetnice v Velenju so kot najpogostejša razloga za pričetek z lastnim poslom navedle, da so bile nezadovoljne z delom in zaslužkom v prejšnji službi, in da so želele izkoristiti poslovno priložnost. Anketirane podjetnice v Veliki Kladuši pa so v največji meri označile brezposelnost kot razlog za pričetek z lastnim poslom.

Na osnovi pridobljenih rezultatov ankete lahko trdimo, da je 70% anketiranih podjetnic v Veliki Kladuši pričelo z lastnim poslom zaradi nuje.

K razlogom za pričetek s poslom lahko pripišemo tudi  *motive za ustanovitev lastnega podjetja*. Anketirane podjetnice so lahko izbirale med navedenimi motivi, in sicer: neodvisnost, denar, družbeni položaj, ekonomska nuja in dosežki. V primeru, da nobeden od navedenih motivov ni primeren, so lahko podjetnice označile drugo, in navedle motiv.

Slika 12: Motivi anketiranih podjetnic za ustanovitev podjetja



Vir: Lasten

Največji delež anketiranih podjetnic v Velenju je kot glavni motiv za pričetek z lastnim poslom navedlo neodvisnost, kar lahko povežemo z njihovim nezadovoljstvom v prejšnji službi in na drugem mestu denar.

Za pričakovati je bilo, da bo glavni motiv anketiranim podjetnicam v Veliki Kladuši predstavljal denar, saj jih je največ pričelo z lastnim poslom ravno zaradi nezaposlenosti. Rezultati ankete prikazujejo, da so anketirane podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši navedle enake razloge za pričetek z lastnim poslom, kot je bilo ugotovljeno v raziskavi, ki je bila narejena v Sloveniji in BiH 2008.

S pomočjo analize podatkov, ki smo jih pridobili z anketo med podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši, smo preverili raziskovalno hipotezo **H1**, s katero smo želeli ugotoviti, ali denar predstavlja večji motiv anketiranim podjetnicam v VK za pričetek z lastnim poslom kot anketiranim podjetnicam v Velenju.

Dobljeni izid ni v nasprotju z našimi predhodnimi pričakovanji. Socialne razmere v Veliki Kladuši so veliko slabše kot v Velenju. Vojna je pustila velike posledice, ki so vidne še danes. Ljudje se borijo za preživetje. V Veliki Kladuši je zelo težko dobiti delo, ki ni priložnostno in traja dalj časa. Zaradi primanjkovanja denarja za preživetje so se zaposlile tudi ženske. Ker službe v državnih podjetjih niso dobile, so se odločile oz. bile prisiljene se samozaposliti. Glavno vodilo jim je bil in jim je še vedno denar. Delajo samo zaradi denarja. Predpostavljamo, da bi do istega rezultata prišlo tudi v primeru, če bi bil vzorec anketiranih podjetnic večji.

V nasprotju z anketiranimi podjetnicami v Veliki Kladuši pa je anketiranim podjetnicam v Velenju veliko bolj pomembna neodvisnost, torej biti sam svoj šef.

Zaključimo lahko, da denar predstavlja večji motiv anketiranim podjetnicam v Veliki Kladuši za pričetek z lastnim poslom kot anketiranim podjetnicam v Velenju. Na uporabljenem vzorcu smo uspeli to dokazati, zato lahko raziskovalno hipotezo **H1** sprejmemo.

**Tabela 19: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H1**

<b>Hipoteza H1</b>	Denar predstavlja večji motiv za pričetek z lastnim poslom anketiranim podjetnicam v VK, kot anketiranim podjetnicam v Velenju	<b>Potrditev</b>
--------------------	--	------------------

Razloge in motive žensk za pričetek z lastnim poslom so ugotavljali tudi drugi avtorji na podlagi različnih raziskav.

V Sloveniji narejena raziskava je pokazala, da je želja biti sam svoj gospodar tisto, kar vodi podjetnice za zagon in razvoj uspešnega novega podjetja. Podjetnice kot svoj drugi motivacijski dejavnik za ustanovitev podjetja navajajo zadovoljstvo z delom, uveljavitev, priložnost in denar (Antončič, Hisrich, Petrin 2002, 92-93). Nekatere podjetnice se odločajo za samostojno pot, ker so bile na delovnem mestu diskriminirane, srečale so se s steklenim stropom, s samostojnim podjetništvom pridobijo več časa za družino, ali pa si želijo spremeniti življenjski slog (Krueger 2000, 90). Tudi na Švedskem so bile narejene raziskave med podjetnicami glede motivov za ustanovitev lastnega podjetja. Kot glavni motiv za ustanovitev podjetja ženske na Švedskem navajajo »željo po uresnitvi svoje ideje« in »biti sam svoj šef«. Vendar vseeno med novimi podjetnicami obstajajo razlike. Kot primer lahko navedemo, da je 10% novih podjetnic izjavilo, da je njihov glavni cilj ustvariti profit (Rosing, Weström, Bengtsson, 2002 152).

Motiv »uskklajevanja družine in dela« je prisoten, odkar podjetnice delajo po polovičnem času, ki omogoča, da ženske kot matere in žene zadovoljijo potrebo po delu (The Women's Unit 2001, 43). Hisrich poroča, da v ZDA podjetnice v največji meri navajajo neodvisnost, večji zaslužek in dokazovanje sposobnosti kot glavne motive za ustanovitev lastnega podjetja (Hisrich 1989, 12). Petrovičeva pa v svojem delu navaja glavne motive podjetnic v Srbiji in na Hrvaškem, med katerimi izrazito prevladuje želja po dosežku, nato sledita želja po neodvisnosti in želja po zaslužku (Petrović 2002, 29).

Raziskave so pokazale, da so motivi za ustanovitev podjetja bolj ali manj enaki pri anketiranih podjetnicah, ki prihajajo iz naštetih držav. Po zgornjih ugotovitvah lahko rečemo, da sta želja po neodvisnosti oz. biti sam svoj šef in želja po večjem zaslužku, glavna motiva, zaradi katerih se ženske odločijo za svoj posel.

- Finančna podpora pri ustanovitvi

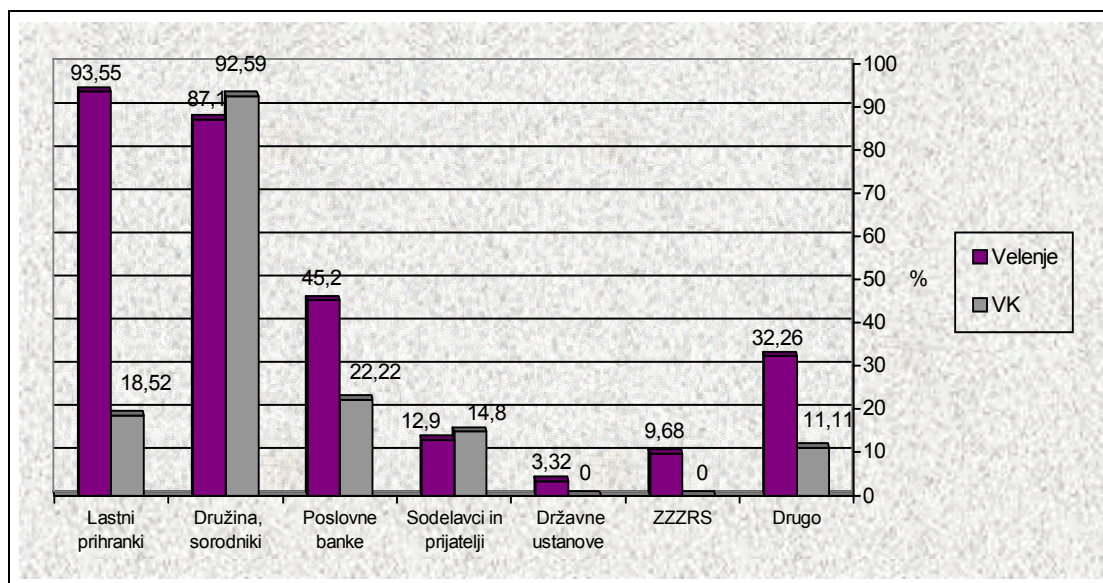
Podjetnice se pri ustanovitvi podjetja srečujejo s finančnimi težavami. Veliko žensk ustanovi podjetje z bistveno manjšim ustanovitvenim kapitalom kot moški in veliko je podjetij, ki so jih ženske ustanovile z lastnimi prihranki (vir: Podjetnik, maj, 2005). Med podjetnicami je razširjeno prepričanje, da je problem pridobivanja financ prisoten zaradi spolnih stereotipov (Read 1998, 23).



V Sloveniji banke ne ponujajo posebnih ugodnosti za ženske, saj na splošno velja, da mikrokreditov v Sloveniji nihče ne potrebuje. Eden od direktorjev Garancijskega sklada je izjavil: »S tako malo denarja tako nihče ne more nič narediti, torej takšnih kreditov sploh ne bomo ponujali! Še večji problem je za ženske, ki bi sicer rade začele, vendar nimajo niti statusa brezposelne osebe niti kmetice niti iskalka zaposlitve in, seveda, tudi ne dohodka, ki bi ga lahko ponudile kot garancijo za vračilo že tako majhnega kredita.« (Turk 2002, 21).

Poglejmo si podrobneje, kakšne pomoči, in s kakšnimi težavami pri pridobitvi financ za pričetek poslovanja so se srečevale anketirane podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši.

**Slika 13: Finančna podpora anketiranim podjetnicam ob ustanovitvi podjetja**



Vir: Lasten

Velika večina anketiranih podjetnic v Velenju je imela ob ustanovitvi podjetja lastne prihranke, ki pa pri večini niso zadovoljevali, zato so bile deležne tuje finančne pomoči, največ s strani družine in sorodnikov.

Anketirane podjetnice v Veliki Kladuši, za razliko od podjetnic v Velenju, niso imele v tako veliki meri svojih lastnih prihrankov, zato so bile deležne največje finančne pomoči pri ustanovitvi podjetja s strani družine in sorodnikov. Veliko podjetnic je bilo v celoti odvisnih od finančne podpore, saj svojih prihrankov niso imele.

Poslovne banke v Velenju in tudi v Veliki Kladuši ženskam ne nudijo posebnih ugodnosti pri najemu kredita. Vodja poslovalnice Deželne banke Slovenije PE Velenje je mnenja, da se ženske pri najemu zunanje pomoči, torej kreditov, soočajo z večjimi težavami kot moški. Pa ne zaradi spola, temveč ker ima večina žensk slabše načrte poslovanja kot moški. Poleg tega se za odobritev takšnega kredita ocenjujejo tudi druge stvari, kot so: ideja, boniteta, delovne izkušnje itd. (Vir: Intervju z vodjo v Deželni banki Slovenije PE Velenje, maj 2009). Zaposleni v sektorju za kreditno poslovanje v Probanki PE Celje pa menijo, da se ženske ne soočajo z večjimi težavami pri najemu kreditov, in da so enakopravne moškim. Prav tako menijo, da ni opaziti slabših načrtov poslovanja, je pa res,

da se številčno več moških kot žensk odloči za najem kredita v njihovi poslovalnici. Za odobritev kredita v poslovne namene je potrebno priložiti elaborat oz. načrt poslovanja (Vir: Intervju z zaposlenim v Probanki PE Celje, maj 2009). Tudi ABS banka d.d. Sarajevo PE Velika Kladuša ne ponuja posebnih kreditov in ugodnosti za ženske. Vodja poslovalnice je povedal, da v njihovi poslovalnici zaprosijo za kredit v veliki večini moški in v zelo mali meri ženske. Pri najemu kredita za poslovne namene je potrebno priložiti poslovni načrt in v primeru gradnje gradbeno dovoljenje. V večini so krediti za poslovne namene dolgoročni in hipotekarni (Vir: Intervju z vodjo v ABS banki d.d. Sarajevo PE Velika Kladuša, avgust 2009).

Tudi Zavod za zaposlovanje in druge državne ustanove ne ponujajo podjetnicam posebne pomoči v veliki meri, v Veliki Kladuši pomoči s strani teh ustanov sploh ni. V Veliki Kladuši ne naredijo nobene analize, s katero bi prišli do podatka, na kakšen način lahko občina pomaga in podpira žensko podjetništvo (Selesković 2009, 5). Za razliko pa je v Italiji ženskam, ki se odločijo za ustanovitev podjetja, ponujena finančna pomoč, ki se lahko v posameznih primerih tudi zviša, če se izkaže, da je to upravičeno. Takšno pomoč ponuja prav vsaka trgovinska zbornica v Italiji (Sušec 2008, 17).

Zavod za zaposlovanje v Sloveniji daje subvencijo ljudem, ki so brezposelni in se odločijo za samozaposlitev. Subvencija znaša 4.400 evrov in je enotna ne glede na spol. Da se subvencija pridobi, je potrebno skozi proceduro, ki je zelo zahtevna in zamudna. Potrebno je priložiti celoten poslovni načrt in opis delovnih izkušenj prosilca subvencije. Izpolniti je potrebno veliko vprašalnikov in obrazcev. Pri Zavodu za zaposlovanje menijo, da imajo tako moški kot ženske enake možnosti pridobiti subvencijo, vendar se velikokrat zgodi, da imajo ravno ženske veliko slabše poslovne načrte in veliko slabšo poslovno vizijo kot moški, zato so v večji meri njihove prošnje za subvencijo zavrnjene. Drugih pomoči posebej za ženske ali že uveljavljene podjetnice pa Zavod za zaposlovanje ne ponuja (Zavod za zaposlovanje RS PE Velenje, avgust 2009). Vidimo lahko, da ima Zavod za zaposlovanje RS podobne zahteve za podelitev subvencije za samozaposlitev kot Deželna banka Slovenije in Probanka za odobritev kredita.

Podjetnice v največji meri nimajo zadosti svojih denarnih sredstev, zato so odvisne od tujih, le-te pa s težavo pridobijo. To so potrdile tako anketirane podjetnice v Velenju, kot tudi anketirane podjetnice v Veliki Kladuši.

Podjetnice, ki so si pridobile finance s pomočjo najema bančnega kredita, so povedale, da pridobitev kredita v bankah ni ravno enostaven postopek, ampak dolgotrajen postopek, kjer je potrebno priložiti veliko listin, dokazil in poslovni načrt. Bojijo se neuspeha pri poslovanju, ki vodi v nezmožnost odplačevanja kredita. Velika večina jih je poudarila, da bančnega kredita niso najele same, temveč mož na svoje ime. Ko smo vprašali, čemu to, so podjetnice odgovorile, da je potrebno imeti redno plačo, če želiš najeti bančni kredit, ali pa imeti v lasti nepremičnine, s katerimi jamčiš vračilo dolga. Same pravijo, da niso imele ne eno ne drugo. Tudi njihov poslovni načrt, ni bil dobro sprejet. Anketirane podjetnice v Veliki Kladuši so tudi potrdile, da so nepremičnine v večini primerov pisane na moške, in so moški 100% lastniki. Opozorile so nas tudi glede podjetja. Kljub temu, da ga vodijo in so ga postavile na noge, je podjetje v večini primerov pisano na može ali druge moške člane družine.



Zanimalo nas je, kako so podjetnice prišle do lastnih prihrankov. Podjetnice so se marsičemu odrekale, da so prišle do denarja npr. letnemu in zimskemu dopustu, avtomobilu, ter drugim stvarjem, ki niso življenjsko pomembne. Z odrekanjem in varčevanjem so podjetnice nabrale določeno vsoto denarja, kateri so dodale tudi ostale finančne pomoči in z skupno vsoto, ki je zadostovala, ustanovile lastno podjetje.

Pričakovali smo, da se anketirane podjetnice pri ustanovitvi podjetja srečujejo s finančnimi težavami. Zastavili smo si raziskovalno hipotezo **H2**, s katero smo želeli preveriti, ali se podjetnice pri ustanovitvi podjetja srečujejo s slabo podporo in finančnimi omejitvami.

S pomočjo analize podatkov, ki smo jih pridobili z anketo med podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši, smo preverili raziskovalno hipotezo H2.

Zaključimo lahko, da se podjetnice srečujejo s finančnimi težavami. Po naši oceni se podjetnice v Veliki Kladuši srečujejo s slabšo finančno podporo s strani države in podjetniških organizacij kot podjetnice v Velenju. Same nimajo dovolj svojih prihrankov, zaradi narave njihovega podjetja pa težko pridobijo bančni kredit in subvencijo za samozaposlitev od Zavoda za zaposlovanje RS ali občinskih oblasti. Družina in sorodniki podjetnicam stojijo ob strani, vendar velikokrat samo njihova pomoč ne zadošča, zato so odvisne od zunanje finančne pomoči, ki pa jo težko pridobijo.

Zastavljeno hipotezo H2 sprejmemo, saj smo uspeli dokazati, da se podjetnice srečujejo s slabo podporo in finančnimi omejitvami

**Tabela 20: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H2**

<b>Hipoteza H2</b>	Podjetnice se pri ustanovitvi podjetja srečujejo s slabo podporo in finančnimi omejitvami.	<b>Potrditev</b>
--------------------	--	------------------

Sternberg, Rolf in soavtorji so v svoji raziskavi prav tako ugotovili, da se podjetnice v Nemčiji pri ustanovitvi podjetja v največji meri poslužujejo neformalnega kapitala, torej kapitala, ki ga pridobijo od partnerja, ožje in širše družine (Sternberg, Rolf in soavtorji 2004, 41-44). Prav tako so ugotovili, da situacija v Nemčiji ni ugodna za ustanoviteljice. To se kaže z manjšimi ustanovitvenimi aktivnostmi v primerjavi z moškimi, pa tudi pri slabši izvedenski ocenitvi okvirnih pogojev za ustanavljanje ženskih podjetij. Ženske na Švedskem prejema več podpore pri ustanovitvi novega podjetja kot moški, in sicer 36% proti 22%. Vendar to ne pomeni pomoč v denarnem smislu ampak moralnem in izobraževalnem. Glede finančne pomoči pa podjetnice na Švedskem s strani bank niso diskriminirane. Pri finančni podpori za nove podjetnike med spoloma ni razlik, v primerjavi z Nemčijo, kjer ženske težje pridobijo bančni kredit (prav tam, 41-44).

Tudi podjetnice v ZDA se v večini po finančno pomoč zatekajo k ožji družini, je ugotovil Hisrich (1989, 8). Enako velja tudi za podjetnice v Srbiji in na Hrvaškem, kjer so poleg svojih lastnih prihrankov podjetnice deležne v največji meri denarne pomoči za razvoj podjetja s strani ožje družine in bančnih posojil (Petrović 2002, 20).

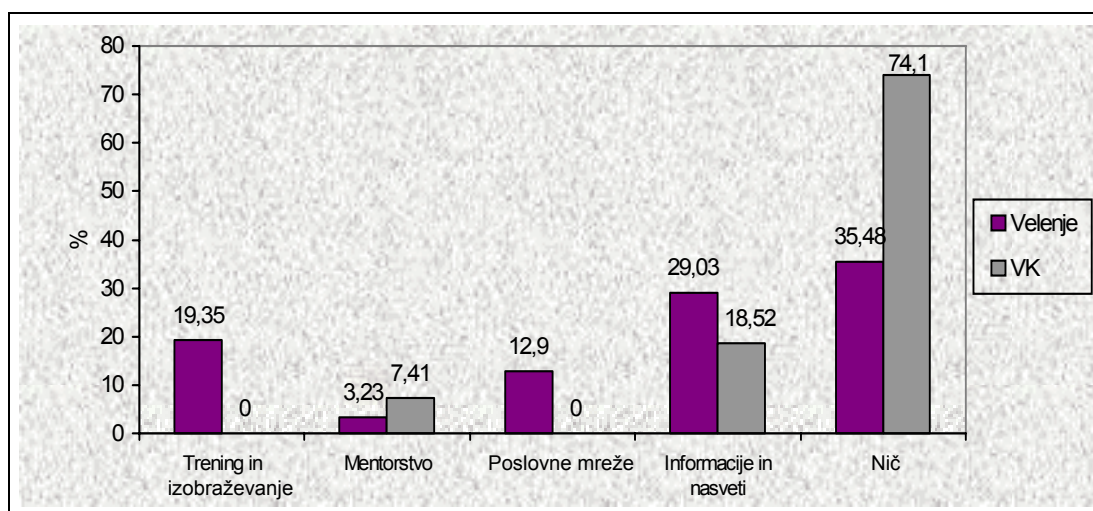
- Vrste usposabljanja ob ustanovitvi podjetja

V Celju in občasno v Velenju na Ljudski univerzi potekajo delavnice in programi usposabljanja, s katerimi želijo dati mladim podjetnikom koristne informacije za uspešno poslovanje in premagovanje podjetniških težav. Cilji takšnega usposabljanja so sledeči:

- posredovati udeležencem nujne osnovne informacije za končno odločitev o samostojni podjetniški poti,
- udeležence seznaniti, kako pričeti z lastno dejavnostjo in kako premagati zagonske težave,
- posredovati temeljna znanja o upravljanju in vodenju malega podjetja ali obratovalnice,
- predstaviti udeležencem uspešne podjetnike, ki so se že dokazali v trdem poslovnem okolju,
- vrniti brezposelnim osebam zaupanje v lastne sposobnosti in znanje in jih dodatno motivirati za samozaposlitev,
- širiti pozitivno podjetniško klimo v Sloveniji.

Podjetnice smo povprašali, ali so se tudi same udeležile kakšnega usposabljanja, ali pa poiskale kakšno strokovno pomoč ob ustanovitvi podjetja.

**Slika 14: Vrste usposabljanja ob ustanovitvi podjetja**



Vir: Lasten

Največ anketiranih podjetnic je odgovorilo, da pred ustanovitvijo lastnega podjetja niso izkoristile nobene vrste usposabljanja ali strokovne pomoči.

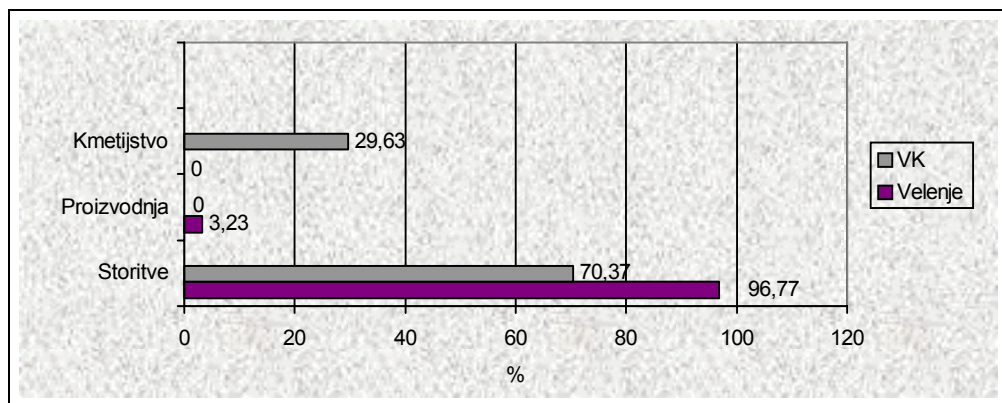
V Sloveniji so podjetnicam dostopne delavnice, tečaji, treningi in izobraževanje na temo podjetništvo v veliko večji meri kot podjetnicam v BiH. Cene teh storitev so prav tako bistveno ugodnejše v Sloveniji kot v BiH. To je lahko tudi eden izmed razlogov, zakaj anketirane podjetnice v Veliki Kladuši v tako veliki meri niso izkoristile nobene vrste usposabljanja ali strokovne pomoči ob ustanovitvi podjetja.

### 6.1.3 Poslovanje

- Dejavnost podjetja

Razberemo lahko, da se največ anketiranih podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši ukvarja s storitveno dejavnostjo. V Velenju jih je kar 97%, med katerimi so najbolj razširjene trgovine na drobno, frizerski, masažni in kozmetični saloni, restavracije in dnevni bari, turistične agencije in računovodske storitve. V Veliki Kladuši se s storitveno dejavnostjo ukvarja 70% anketiranih podjetnic, med katerimi so prav tako najbolj razširjene trgovine na drobno, sledita dnevni bar in frizerski salon.

Slika 15: Dejavnost podjetja anketiranih podjetnic



Vir: Lasten

Tudi naša predhodna pričakovanja so bila, da se večina anketiranih podjetnic ukvarja s storitveno dejavnostjo, saj je splošno znano, da se ženske raje odločajo za storitve kot za proizvodnjo ali gradbeništvo. Ženske se odločijo za posel, kjer ni velikega tveganja in ni potrebnih velikih začetnih investicij. Podatki GEM kažejo koncentracijo ženskih ustanoviteljic na področju storitev (Rebernik, Tominc, Pušnik 2009, 49). Sem štejemo področja, kot so zdravstvo, wellness, frizerstvo, vzgoja, trgovina na drobno, gostinstvo itd. Večina žensk ustanovi podjetje v eni izmed naštetih dejavnosti (Sternberg, Rolf in soavtorji 2004, 37).

Da se v Veliki Kladuši ukvarja toliko manj anketiranih podjetnic s storitveno dejavnostjo, je vzrok kmetijstvo, ki je tam zelo razvito, prinaša lep dohodek in se ženske v večji meri odločajo zanj kot v Velenju, kjer kmetijstvo ni toliko razvito. Pod kmetijstvo je mišljena pridelava in prodaja poljščin, reja in prodaja živali, prodaja domačih živilskih izdelkov (suho meso, mleko in mlečni izdelki, pecivo), posoja kmetijskih strojev in posredovanje kmetijskih delavcev.

Zastavili smo si hipotezo **H3**, s katero smo želeli preveriti, ali se večina anketiranih podjetnic v Velenju in VK ukvarja s storitveno dejavnostjo.

Zaključimo lahko, da se večina anketiranih podjetnic ukvarja s storitveno dejavnostjo, zato lahko zastavljeno raziskovalno hipotezo H3 sprejmemo.

**Tabela 21: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H3**

<b>Hipoteza H3</b>	Večina anketiranih podjetnic v Velenju in VK se ukvarja s storitveno dejavnostjo.	<b>Potrditev</b>
--------------------	---	------------------

Dobljene rezultate lahko podkrepimo z izsledki nekaterih tujih avtorjev, ki prav tako ugotavljajo, da se v Nemčiji večina žensk ukvarja s storitveno dejavnostjo. Okoli 70% v največji meri vodijo trgovino na drobno, gostinske in kozmetične storitve (Sternberg, Rolf in soavtorji 2004, 37).

Na Švedskem se podjetnice v največji meri odločijo za frizerski salon (Rosing, Weström, Bengtsson 2002, 152).

Hisrich poroča, da se v ZDA 90 % ženskih podjetij ukvarja s storitvenimi dejavnostmi, predvsem s prodajo na drobno, izobraževanjem in turističnimi storitvami. Visok je tudi delež žensk, ki se ukvarjajo s proizvodnjo tekstilnih izdelkov kot tradicionalno žensko dejavnostjo. Med ženskimi podjetji so slabo zastopane dejavnosti, ki imajo visoke stopnje rasti, kot je izdelovanje računalniških programov in dejavnosti, ki omogočajo visoke zasluške, kot so proizvodnja in gradbeništvo. Posledica tega so v povprečju nižje stopnje rasti in manjši prihodki ženskih podjetij (Hisrich 1989, 11 - 24).

Če pogledamo na Japonsko, pridemo do spoznanja, da ima približno dva milijona in pol Japonk svoja podjetja, ki zaposlujejo največ do 5 ljudi. Najpogostejše dejavnosti teh podjetij so storitvene narave, in sicer: otroška in ženska konfekcija, podjetja za trgovino z nepremičninami, trgovine, ki prodajajo kimona, hoteli, restavracije, bari in kabareji. Le malo žensk, ki imajo svoja podjetja, so le-ta podedovala. V večini primerov pa so si jih ustvarile same. V primeru, da so podjetja podedovale, se je lastništvo ob poroki preneslo od njihovih tašč na njih same (Steinhoff in Tanaka 1994, 89-91).

V Italiji se največ podjetnic odloča predvsem za trgovino in storitvene dejavnosti. Poleg tega žensko kot podjetnico, upraviteljico, družbenico ali lastnico srečamo tudi v nekaterih značilnih moških dejavnostih, na primer v gradbeništvu, kovinski industriji in najrazličnejših strokah težke industrije (Sušec 2008, 17).

- Problemi, s katerimi se soočajo anketirane podjetnice pri poslovanju

Podjetnice se pri poslovanju soočajo z različnimi problemi. Bodisi, so to problemi na področju vodenja podjetja, primanjkovanje izkušenj in znanja, pridobivanja financ, pridobivanja kupcev in odjemalcev ali pa problem diskriminacije.

Poglejmo si, s katerimi problemi se soočajo anketirane podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši.

**Tabela 22: Ocene problemov, s katerimi se soočajo anketirane podjetnice**

Št.	Vrsta problema	Število anketiranih podjetnic v Velenju	Ocene problemov v %	Število anketiranih podjetnic v VK	Ocene problemov v %
1	Pomanjkanje izkušenj pri poslovanju.	27	87,10%	16	59,25%
2	Pomanjkanje strokovnega znanja.	21	67,74%	13	48,15%
3	Nezaupanje v ženske podjetnice.	7	22,58%	10	37,04%
4	Omejeni dostop do financ.	18	58,10%	15	55,55%
5	Nesprejetje žensk kot podjetnic.	3	9,68%	8	29,63%
6	Poslovanje z dobavitelji.	2	6,45%	3	11,11%
7	Pridobivanje kupcev in strank.	0	0	10	37,04%
8	Drugo.	4	12,9%	0	0%

Vir: Lasten

Podjetnice so imele možnost izbrati več možnih odgovorov. Ocene problemov so prikazane tako, da je jasno razvidno, koliko odstotkov vseh anketiranih podjetnic se je srečevalo z določenim problemom.

Anketirane podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši se v največji meri srečujejo s problemi: pomanjkanja izkušenj pri poslovanju, pomanjkanja strokovnega znanja in omejenim dostopom do financ.

Zelo zanimiv je podatek, da se anketirane podjetnice v Velenju v veliko večji meri kot anketirane podjetnice v Veliki Kladuši srečujejo s problemoma pomanjkanje izkušenj in strokovnega znanja pri poslovanju, kljub temu, da je analiza podatkov pokazala, da so anketirane podjetnice v Velenju v večini z višjo stopnjo izobrazbe, kot anketirane podjetnice v Veliki Kladuši, so udeležile se raznih usposabljanj in so imele povprečno več let delovnih izkušenj pred ustanovitvijo lastnega podjetja.

V Velenju se anketirane podjetnice srečujejo tudi s problemi, s katerimi se anketirane podjetnice v Veliki Kladuši ne srečujejo, in sicer To so problemi s pridobivanjem delovne sile in problemi zaradi ljubosumja. Se pa za razliko od podjetnic v Velenju podjetnice v Veliki Kladuši srečujejo s problemom pridobivanja kupcev in strank. V Veliki Kladuši je zelo veliko malih trgovin, frizerskih salonov in barov, zato je konkurenca zelo velika. Da prehitijo konkurenco, si je potrebno pridobiti čim več strank in kupcev. Anketirane podjetnice vidijo problem pri pridobivanju novih kupcev in strank. Oglaševanje je zelo drago, še posebej televizijsko, radijsko ali oglaševanje preko tiskanih medijev in jumbo plakatov. Zaradi visokih stroškov se ne poslužujejo tovrstnega oglaševanja. Poskušajo pa pridobiti nove kupce s širjenjem dobrega imena njihovega podjetja. Tudi problem

nesprejetja žensk kot podjetnic je bolj prisoten pri podjetnicah v Veliki Kladuši. Pravijo, da je to za njih ponižujoče in žaljivo.

S pomočjo analize podatkov, ki smo jih pridobili z anketo med podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši, smo preverili raziskovalno hipotezo **H4**, s katero smo želeli ugotoviti, ali se anketirane podjetnice v Velenju srečujejo z istimi problemi pri poslovanju kot anketirane podjetnice v Veliki Kladuši.

Dobljeni izid je v nasprotju z našimi predhodnimi pričakovanji. Analiza podatkov je pokazala, da se anketirane podjetnice v Velenju ne srečujejo z istimi problemi pri poslovanju kot anketirane podjetnice v Veliki Kladuši, zato raziskovalne hipoteze H4 ne sprejmemo.

**Tabela 23: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H4**

<b>Hipoteza H4</b>	Anketirane podjetnice v Velenju se srečujejo z istimi problemi pri poslovanju kot anketirane podjetnice v VK.	<b>Zavrnitev</b>
--------------------	---	------------------

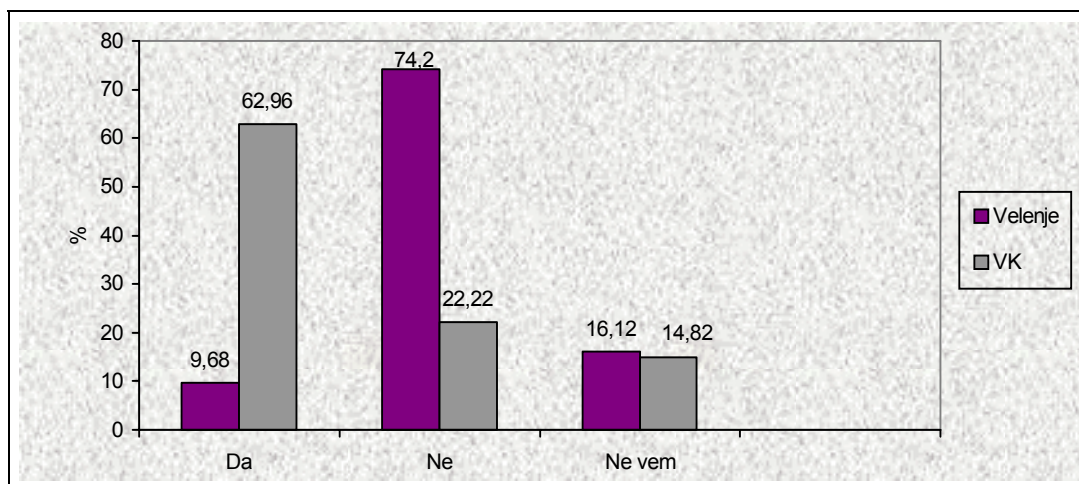
Tuji avtorji so ugotovili, da se tudi podjetnice v ZDA srečujejo s podobnimi problemi, kot podjetnice v Sloveniji in BiH. Hisrich (1989, str. 8 - 19) navaja tri glavne probleme, s katerimi se soočajo podjetnice v ZDA: zbrati ustanovni kapital in pridobiti kredit, premestiti pomanjkanje izkušenj pri poslovanju, vodenju in finančnih poslih, premagati splošno miselnost, da ženske pri poslovanju niso tako sposobne kot moški. Po ugotovitvah raziskav je največja ovira, s katero se srečujejo podjetnice, pridobitev posojila pri finančnih organizacijah (Hisrich 1989, 8 - 19). V primerjavi s Slovenijo imajo podjetnice v ZDA največji problem pri pridobivanju kapitala, medtem ko imajo anketirane podjetnice v Velenju večji problem s premalo izkušenj pri poslovanju. Medtem ko podjetnicam v ZDA največji problem predstavlja pridobitev kapitala, pa podjetnicam na Japonskem predstavlja največji problem diskriminacija. Japonska družba temelji na močnem konsenzu o delitvi dela: moški imajo vlogo na delovnem mestu, ženske pa v domu in družini (Kanjuo-Mrčela 1996, 113). Ženske, ki želijo ob družini imeti še svojo lastno kariero, so diskriminirane s strani družbe. Zato se morajo zelo dokazovati, da dosežejo uspeh v podjetništvu. Mnogim tudi ne uspe. Tudi anketirane podjetnice v Veliki Kladuši so se v veliki večini srečevale z diskriminacijo, vendar jim to ni predstavljalo tako zelo velike ovire in problema kot podjetnicam na Japonskem. Kljub temu, da anketiranim podjetnicam v Veliki Kladuši predstavlja največji problem premalo izkušenj pri poslovanju in strokovnem znanju, pa se v največji meri niso posluževale katere izmed možnosti usposabljanja, ki so bila na voljo. Za razliko od anketiranih podjetnic v Veliki Kladuši pa podjetnice na Švedskem v veliki meri izkoristijo usposabljanja. V največji meri izkoristijo: poslovne šole in tečaje, programe mentorstva, ter pri poslovnih svetovalkah za podjetnice poiščejo pomoč in podporo (nutek in almi, 2003, 5 in 6). Podjetnice v ZDA, pa tako kot anketirane podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši, iščejo nasvete in informacije največkrat pri partnerjih in prijateljih, tudi pri gospodarskih združenjih in ženskih skupinah, ki jih je v ZDA na pretek (Hisrich 1989, 12).



- Diskriminacija

Zanimalo nas je tudi, če so se podjetnice na začetku poslovanja in med samim poslovanjem srečevale z diskriminacijo. Poglejmo si rezultat raziskave!

**Slika 16: Mnenje anketiranih podjetnic glede diskriminacije**



Vir: Lasten

Največ anketiranih podjetnic v Velenju se na začetku poslovanja in med samim poslovanjem ni srečevalo z diskriminacijo. V Veliki Kladaški so rezultati pričakovano drugačni. Več kot polovica anketiranih podjetnic v Veliki Kladaški meni, da so se srečale z diskriminacijo bodisi pri pridobivanju kapitala, pridobivanju kupcev ali pri zaupanju vanje. Občutile so, da drugi ljudje gledajo na njih kot manj sposobne od moških. Vendar so dokazale, da so vredne zaupanja in enako ali celo bolj sposobne od moških kolegov.

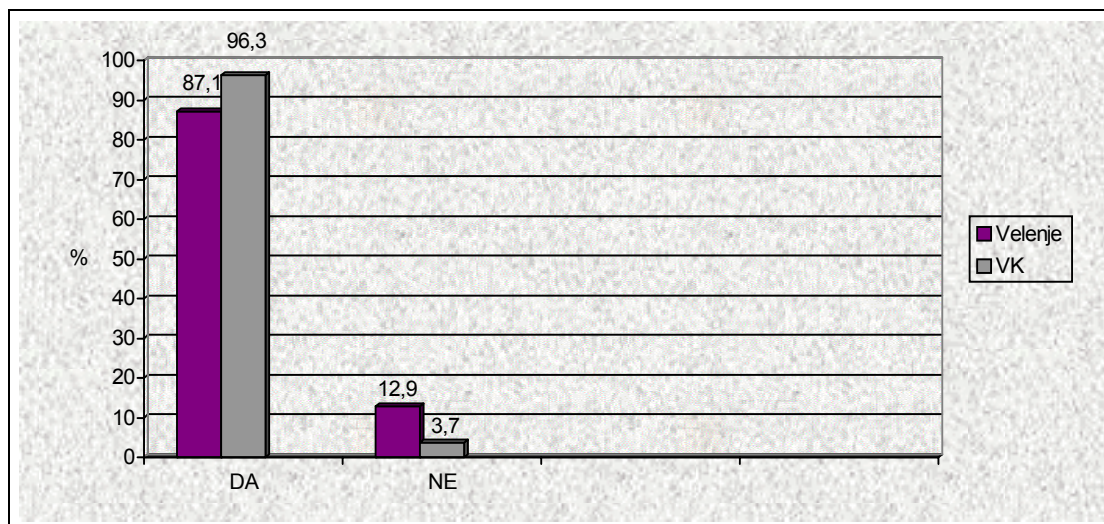
Da anketirane podjetnice v Velenju niso občutile diskriminacije oz. so jo občutile v manjši meri lahko pripišemo temu, da je Slovenija na področju diskriminacije naredila velik napredek, saj je sprejela tri zakone, ki so pomembni za ta problem. Prav tako v Sloveniji velja načelo enakosti spolov in enakosti pred zakonom oziroma načelo pravne enakosti kot eno izmed temeljnih človekovih pravic in svoboščin. Ta določa, da so v Sloveniji vsakomur zagotovljene enake človekove pravice in temeljne svoboščine (Uradni list RS/I, št. 33/91).

Tudi v BiH so leta 1995 podpisali konvencijo o odpravi spolne diskriminacije in načelo enakosti spolov. Po letu 2003 se je zakon o enakosti spolov še bolj razširil, in sicer na področje zaposlovanja, medijev, izobraževanja in podjetništva. Zakon prepoveduje diskriminacijo žensk na delovnem mestu in narekuje isto plačilo za isto delo (Federalni zavod za statistiko BiH 2007). Kljub temu, pa so se anketirane podjetnice v Veliki Kladaški srečevale z diskriminacijo. To lahko pripišemo temu, da v BiH še vedno velja stereotip, da so ženske žene in matere, da skrbijo za dom in družino, moški pa so zadolženi zaslužiti denar in preživljati družino. Čeprav so podjetnice dokazale, da so sposobne, se na njih še vedno gleda drugače in manjvredno kot na podjetnike.

- Vpliv poslovne kariere na zasebno življenje

Anketirane podjetnice smo povprašali, ali je poslovna kariera vplivala na njihovo zasebno življenje. Povprašali smo jih tudi, ali se strinjajo s trditvijo, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti.

**Slika 17: Vpliv poslovne kariere na zasebno življenje anketiranih podjetnic**



Vir: Lasten

Poslovna kariera vpliva na zasebno življenje. Takšnega mnenja so v večini tako podjetnice v Velenju kot podjetnice v Veliki Kladaški. Iz tega lahko sklepamo, da se podjetnica še vedno ni v celoti osvobodila stereotipov, ki zadevajo njeno primarno skrb za družino.

Zanimalo nas je, na kakšen način je poslovna kariera vplivala na zasebno življenje podjetnic. Večini podjetnic je primanjkovalo in še danes primanjkuje časa za družino, prijatelje in rekreacijo. Podjetnice večino časa preživijo v svojih poslovnih prostorih, delajo tudi po dve izmeni. Domov se vrnejo utrujene, zato nimajo ne volje, ne časa se ukvarjati še s čim drugim. Poslu se posvečajo v največji meri, čeprav zaradi tega trpi njihovo zasebno življenje. Kljub temu pa so podjetnice potrdile, da se zaradi tega nikakor ne nameravajo odpovedati svoji poklicni karieri. Za razliko od podatka, ki smo ga dobili v raziskavi, ki je bila narejena med podjetnicami leta 2007 v BiH, in kjer je bilo ugotovljeno, da se podjetnice posvečajo svojemu lastnemu poslu manj časa, kot bi se posvečale, če bi bile zaposlene drugje, in sicer 29,2 uri tedensko (Cutura 2008, 7 in 24), pa je naša raziskava med anketiranimi podjetnicami v Veliki Kladaški pokazala drugače. Podjetnice se povsem posvečajo svojemu poslu in so mu predane. Poslovna kariera pa je anketiranim podjetnicam prinesla tudi dobro. Podjetnice se počutijo bolj samozavestne, bolj spoštovane s strani družine in prijateljev in nenazadnje tudi bolj samostojne.

Predpostavljali smo, da so tudi anketirane podjetnice mnenja, da je družina tista, zaradi katere se ženske ne odločijo za podjetništvo.



Preverjali smo naslednjo raziskovalno hipotezo: **H5**, ki pravi, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti. S pomočjo analize podatkov, ki smo jih pridobili z anketo med podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši, smo preverili raziskovalno hipotezo H5.

Vse anketirane podjetnice menijo, da je družina tista, ki v največji meri vpliva na ženske, ki želijo vstopiti na samostojno pot. Anketirane podjetnice so se strinjale s trditvijo, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti. Ženske so matere in žene, zato morajo skrbeti za dom in družino. Kljub temu, da se ženske posvečajo poklicni karieri, so mnenja, da je družina bolj pomembna, in je skrb za dom in družino glavna naloga ženske. Spolna delitev dela je v BiH moškega primarno naredila odgovornega za pridobitev denarnih sredstev z delom in žensko za vzgojo otrok ter gospodinjska opravila. Moški nikoli ne opravlja ženskih del in ji pri tem ni v pomoč. Ženske imajo torej nalogo skrbeti za dom in družino, kar pomeni, da so praktično zaposlene ves dan, vendar za to delo ne prejemajo plačila. Anketirane podjetnice v Veliki Kladuši so tudi povedale, da se predvsem na vasi gleda na zaposlitev ženske kot sramoto, saj bi s tem povezali nesposobnost moža skrbeti za družino.

Veliko žensk se ne odloči za samostojno podjetniško pot, saj bi posel zahteval veliko njihovega časa, in bi jim tako primanjkovalo časa za družino. Anketirane podjetnice so tudi mnenja, da je težko dobiti varstvo za otroke. Podjetnice v Veliki Kladuši so poudarile, da so vrtni in zasebno varstvo za otroke zelo dragi, in si ga ne morejo privoščiti.

Dobljeni izid ni v nasprotju z našimi predhodnimi pričakovanji. Analiza podatkov je pokazala, da se anketirane podjetnice strinjajo s trditvijo, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti, zato raziskovalno hipotezo H5 sprejmemo.

**Tabela 24: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H5**

<b>Hipoteza H5</b>	Ženske se pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti.	<b>Potrditev</b>
--------------------	---	------------------

V nadaljevanju smo uporabili t-test, s pomočjo katerega smo želeli ugotoviti, ali med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši obstajajo razlike glede trditve, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti.

**Tabela 25: t-test - strinjanje anketiranih podjetnic s trditvijo, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti**

Group Statistics					
	država	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ali se strinjate s trditvijo, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti?	SLO	31	4,81	,402	,072
	BIH	27	4,44	,751	,145

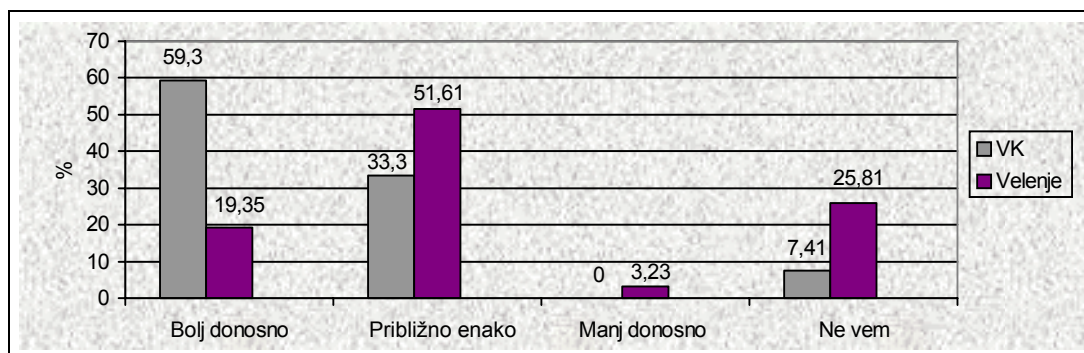
Independent Samples Test											
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
Ali se strinjate s trditvijo, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti?	Equal variances assumed	20	0	2,33	56	0,023	0,362	0,155	0,051	0,673	
	Equal variances not assumed			2,241	38,493	0,031	0,362	0,162	0,035	0,689	

T-test ( $t_{(56)} = 2,33$ ;  $p = 0,023$ ) je pokazal, da med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši obstaja razlika, saj je stopnja strinjanja anketiranih podjetnic glede trditve, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti v Velenju statistično značilno višja.

- Donosnost podjetij anketiranih podjetnic

Zanimalo nas je, kakšno je mnenje anketiranih podjetnic glede donosnosti njihovega podjetja v primerjavi z ostalimi podjetji, ki se ukvarjajo z isto dejavnostjo.

**Slika 18: Donosnost podjetij anketiranih podjetnic**



Vir: Lasten

Anketirane podjetnice v Veliki Kladuši so pri tem vprašanju v večini odgovorile, da je njihovo podjetje najboljše in najbolj donosno izmed vseh podjetij v Veliki Kladuši, ki se ukvarjajo z isto dejavnostjo. V Velenju je odstotek anketiranih podjetnic, ki so mnenja, da je njihovo podjetje bolj donosno veliko nižji, saj v večini menijo, da je približno enako donosno, kot ostala podjetja, ki se ukvarjajo z isto dejavnostjo.

Podjetnice, so na to vprašanje odgovorile, ne da bi natančno vedele, kakšna je donosnost ostalih podjetij, ki se ukvarjajo z isto dejavnostjo. Zato je rezultat tega vprašanja njihovo subjektivno mnenje. V primeru, da bi poznale podatke o donosnosti ostalih podjetij, bi lahko prišlo do drugačnih podatkov in s tem drugačnega rezultata.

- Pomoč pri razvoju podjetja

Podjetja anketiranih podjetnic so se z leti razvijala. Podjetnice so bile pri razvoju podjetja deležne pomoči. Poglejmo si, katere pomoči so bile deležne v največji meri! Podjetnice so označile v kolikšni meri so bile deležne finančne pomoči pri razvoju podjetja in sicer od 1 = popolnoma nič do 5 = ogromno.

**Tabela 26: Deleži pomoči anketiranim podjetnicam pri razvijanju njihovega podjetja**

<i>Pomoč s strani</i>	<i>Ogromno</i>		<i>Veliko</i>		<i>Srednje</i>		<i>Malo</i>		<i>Popolnoma nič</i>	
	Velenje	VK	Velenje	VK	Velenje	VK	Velenje	VK	Velenje	VK
<i>Mož oz. partner</i>	45%	74%	39%	15%	3%	7%	10%	4%	3%	0%
<i>Ožja družina</i>	26%	63%	32%	11%	10%	15%	19%	7%	13%	4%
<i>Ostali sorodniki</i>	0%	30%	16%	11%	13%	11%	6%	37%	64%	11%
<i>Prijatelji</i>	0%	4%	0%	4%	0%	7%	3%	7%	97%	74%
<i>Strokovne in ostale službe</i>	0%	0%	0%	0%	13%	0%	26%	0%	61%	100%
<i>Občinske oblasti</i>	0%	0%	0%	0%	6%	0%	6%	0%	88%	100%
<i>Državni organi</i>	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	100%

Vir: Lasten

Pri razvoju podjetja so anketiranim podjetnicam v največji meri pomagali mož oz. partner in ožja družina, podjetnicam v Veliki Kladuši tudi ostali sorodniki. In prijatelji. Strokovne službe, občinske oblasti in državni organi v največji meri niso nudili nobene pomoči, nekatere podjetnice pa so od naštetih bile deležne male, komaj zaznavne pomoči.

Predpostavljali smo, da so bile anketirane podjetnice pri razvoju podjetja deležne največje pomoči s strani moža oz. partnerja. Želeli smo preveriti, ali med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši obstaja razlika glede finančne pomoči s strani moža oz. partnerja.

T-test ( $t_{(56)} = -1,827$ ;  $p = 0,073$ ) je pokazal, da med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši ne obstaja razlika glede finančne pomoči s strani moža oz. partnerja. To pomeni, da se mnenje med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši glede finančne pomoči s strani moža oz. partnerja ne razlikuje.

- Pomembnost ciljev za anketirane podjetnice

Anketirane podjetnice smo spraševali o pomembnosti podjetniških ciljev. Podjetnice so označile, kako pomembni se jim zdijo navedeni podjetniški cilji, in sicer: od 1=povsem nepomembno do 5=zelo pomembno.

**Tabela 27: Pomembnost ciljev za anketirane podjetnice v Velenju v odstotkih**

<i>Pomembnost ciljev</i>	<i>Povsem nepomembno</i>	<i>Nepomembno</i>	<i>Nekaj srednjega</i>	<i>Pomembno</i>	<i>Zelo pomembno</i>
<i>Osebno delovno zadovoljstvo</i>	0%	0%	3%	6%	91%
<i>Zadovoljstvo s sodelavci</i>	0%	13%	6%	29%	52%
<i>Povečanje dobička</i>	0%	6%	6%	46%	42%
<i>Rast podjetja</i>	13%	13%	13%	19%	42%

Vir: Lasten

Iz tabele 25 lahko ugotovimo, da sta za anketirane podjetnice v Velenju najpomembnejša podjetniška cilja osebno delovno zadovoljstvo in zadovoljstvo s sodelavci, povečanje dobička in rast podjetja pa sta manj pomembna podjetniška cilja.

**Tabela 28: Pomembnost ciljev za anketirane podjetnice v VK v odstotkih**

<i>Pomembnost ciljev</i>	<i>Povsem nepomembno</i>	<i>Nepomembno</i>	<i>Nekaj srednjega</i>	<i>Pomembno</i>	<i>Zelo pomembno</i>
<i>Osebno delovno zadovoljstvo</i>	0%	0%	18%	30%	52%
<i>Zadovoljstvo s sodelavci</i>	15%	19%	15%	18%	33%
<i>Povečanje dobička</i>	0%	0%	15%	18%	67%
<i>Rast podjetja</i>	37%	11%	22%	22%	8%

Vir: Lasten

Za anketirane podjetnice v Veliki Kladuši sta najpomembnejša cilja povečanje dobička in osebno delovno zadovoljstvo. Zadovoljstvo s sodelavci ni ravno zelo pomemben cilj za anketirane podjetnice v Veliki Kladuši, rast podjetja pa jim predstavlja najmanj pomemben podjetniški cilj.

Zastavili smo si raziskovalno hipotezo **H6**: Mnenje o pomembnosti podjetniških ciljev se razlikuje med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši. Z analizo podatkov

smo spoznali, da obstajajo razlike med podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši glede pomembnosti podjetniških ciljev. S pomočjo t-testa smo preverili, ali so te razlike statistično značilne.

**Tabela 29: t-test pomembnost podjetniških ciljev**

Group Statistics					
	država	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Zadovoljstvo s sodelavci	slo	31	4,19	1,046	0,188
	bih	27	3,37	1,497	0,288
Povečanje dobička	slo	31	4,23	0,845	0,152
	bih	27	4,52	0,753	0,145
Rast podjetja	slo	31	3,65	1,473	0,265
	bih	27	2,52	1,397	0,269
Osebno delovno zadovoljstvo	slo	31	4,87	0,428	0,077
	bih	27	4,33	0,784	0,151

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		f	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Zadovoljstvo s sodelavci	Equal variances assumed	8,473	0,005	2,451	56	0,017	0,823	0,336	0,15	1,496
	Equal variances not assumed			2,393	45,657	0,021	0,823	0,344	0,131	1,516
Povečanje dobička	Equal variances assumed	0,004	0,952	-1,384	56	0,172	-0,293	0,212	-0,716	0,131
	Equal variances not assumed			-1,395	55,964	0,169	-0,293	0,21	-0,713	0,128
Rast podjetja	Equal variances assumed	0,038	0,846	2,976	56	0,004	1,127	0,379	0,368	1,885
	Equal variances not assumed			2,987	55,573	0,004	1,127	0,377	0,371	1,882
Osebno delovno zadovoljstvo	Equal variances assumed	24,617	0	3,297	56	0,002	0,538	0,163	0,211	0,864
	Equal variances not assumed			3,174	38,94	0,003	0,538	0,169	0,195	0,88

T-test pokaže, da obstajajo razlike, in so statistično značilne pri podjetniških ciljeh osebno delovno zadovoljstvo ( $t_{(56)}= 3,297$ ;  $p=,002$ ), zadovoljstvo s sodelavci ( $t_{(56)}= 2,451$ ;  $p=,017$ ) in rast podjetja ( $t_{(56)}= 2,976$ ;  $p=,004$ ).

Pri povečanju dobička ( $t_{(56)}= -1,384$ ;  $p=,172$ ) pa ne obstaja statistično značilna razlika.

V nadaljevanju prikazujemo Pearsonove koleracijske koeficiente med posameznimi spremenljivkami.

**Tabela 30: Pearsonov koleracijski koeficient**

		Correlations			
		Osebno delovno zadovoljstvo	Zadovoljstvo s sodelavci	Povečanje dobička	Rast podjetja
Osebno delovno zadovoljstvo	Pearson Correlation	1			
	Sig. (2-tailed)				
	N	58			
Zadovoljstvo s sodelavci	Pearson Correlation	,311*	1		
	Sig. (2-tailed)	,017			
	N	58	58		
Povečanje dobička	Pearson Correlation	,193	,309*	1	
	Sig. (2-tailed)	,147	,018		
	N	58	58	58	
Rast podjetja	Pearson Correlation	,284*	,338**	,204	1
	Sig. (2-tailed)	,031	,009	,124	
	N	58	58	58	58

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Iz tabele lahko razberemo, da gre za šibko povezanost med spremenljivkami. Sklepamo lahko, da tiste anketirane podjetnice, ki čutijo osebno delovno zadovoljstvo kot pomemben cilj, posledično čutijo tudi zadovoljstvo s sodelavci in rast podjetja kot pomemben podjetniški cilj.

Na podlagi analize podatkov in t-testa smo prikazali, da se mnenje o pomembnosti podjetniških ciljev med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši razlikuje, zato lahko zastavljeno raziskovalno hipotezo H6 sprejmemo.

**Tabela 31: Potrditev ali zavrnitev raziskovalne hipoteze H6**

<b>Hipoteza H6</b>	Mnenje o pomembnosti podjetniških ciljev se razlikuje med anketiranimi podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši.	<b>Potrditev</b>
--------------------	--	------------------

Steinhoff in Tanaka (1994) sta ugotovila, da je podjetnicam na Japonskem zelo pomembno doseči čim večji dobiček pri poslovanju, saj se podajo v samozaposlitev izključno zaradi dobička (Steinhoff in Tanaka 1994, 75). Tudi anketirane podjetnice v Veliki Kladuši so se podale v samozaposlitev izključno zaradi dobička, zato jim je glavni cilj doseči čim večji dobiček. Medtem ko so podjetnice v Veliki Kladuši nagnjene k povečanju dobička, pa je anketiranim podjetnicam v Velenju zelo pomembno osebno delovno zadovoljstvo. Podjetnice v Velenju ne pripisujejo takšnega pomena denarju. Na samostojno podjetniško pot so se podale na dolgi rok, zato jim je zelo pomembno, da so zadovoljne z delom in zaposlenimi.

- Ukrepi, ki bi vzpodbujali žensko podjetništvo

Kateri so pravi prijemi, da prepričamo ženske, naj se odločijo za podjetništvo? So to dovolj spodbudni finančni programi? Ne, ženske potrebujejo drugačne spodbude kot moški, zato jih ne smemo dati v isti koš (Rebernik, 2005). Ženske potrebujejo več spodbud na ravni pozitivnega mišljenja, samozavesti, motiviranja in naravnosti k ciljem, pojasnjuje mag. Marina Letonja z Visoke šole za podjetništvo.

Anketirane podjetnice smo povprašali o njihovem mnenju, kaj narediti, da bi se čimveč podjetnic odločilo za podjetništvo?

Anketirane podjetnice so mnenja, da v Velenju ni zadosti ukrepov za spodbujanje podjetništva. Zelo pomembno je spodbujati ženske pri takšnih odločitvah, saj le-te potrebujejo večjo spodbudo kot moški.

Za bodoče podjetnice je zelo dobrodošla spodbuda na osnovi izobraževanja o podjetništvu. Velikokrat izobrazba žensk in njihova poklicna usmerjenost ni primerna za samostojno podjetniško pot, in zato potrebujejo dodatna znanja ali prekvalifikacije. Take vrste spodbud nudijo v izobraževalnih zavodih. Vendar so tovrstna izobraževanja finančno zelo draga, in se jih zaradi tega ne udeležijo v veliki meri.

Podjetnice tudi navajajo, da so za ženske, ki vstopajo na samostojno pot, zelo koristni nasveti že uspešnih podjetnic. Uspešne podjetnice so prestale že marsikaj in vedo, kako se izogniti določenim neprijetnim situacijam, poleg tega lahko uspešne podjetnice dajejo dobro motivacijo in so lahko dobre mentorice. Prav tako menijo, da bi lahko država in občine pripomogle k spodbujanju podjetništva, saj naredijo na tem področju premalo. Banke bi lahko nudile posebne ugodnosti za podjetnike, ki vstopajo na podjetniško pot. Ne da bi bile te ugodnosti tako zelo velike, ampak ravno tolikšne, da bi spodbujale k podjetništvu.

S strani politike anketirane podjetnice v Velenju menijo, da bi bilo najbolje, da se politika ne vmešava v gospodarstvo. Anketirane podjetnice so tudi izpostavile, da je potrebno ženske razbremeniti njihove vloge v gospodinjstvu in sprejeti ukrepe za preprečevanje vseh oblik diskriminacije pri zaposlitvi.

Tudi anketirane podjetnice v Veliki Kladuši menijo, da bi bilo potrebno vzpodbuditi ukrepe za žensko podjetništvo v Veliki Kladuši, saj teh ukrepov ni. Država in lokalne oblasti bi morale ponuditi pomoč ženskam, ki vstopajo na samostojno pot. Tudi banke bi lahko bile »prijaznejše« pri posojilih za nova podjetja. Izobraževalni zavodi, kot je Šolski center Velika Kladuša, bi lahko v večji meri ponujali tečaje računalništva, podjetništva, poslovanja, računovodstva in ostale tečaje po nižjih, bolj dostopnih cenah. Potrebno bi se bilo zgledovati po bolj razvitih državah, kjer imajo posebne podpore ženskemu podjetništvu. Tudi mišljenje glede delitve dela in spola bi bilo potrebno spremeniti. Podjetnice v Veliki Kladuši so povedale, da se tudi brez teh spodbujevalnih ukrepov lahko uresničijo sanje. Tudi brez teh ukrepov lahko ženske postanejo dobre in uspešne podjetnice.

Vse anketirane podjetnice so si enotne glede tega, da ima glavno besedo pri vzpodbujanju podjetništva država, ki mora sprejeti takšne ukrepe, da bi z njimi spodbujali ženske in moške k podjetništvu. Tistim, ki pa so že v podjetniških vodah, pa bi morala država pomagati in jih spodbujati, da ostanejo.



## 6.2 Predlogi za izboljšavo

V aplikativnem delu smo se držali določenih omejitev, ki smo si jih zadali ob pričetku raziskave. Te omejitve so, da smo se osredotočili le na vzorec anketiranih podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši. Morda bi bilo smiselno v nadaljnjih raziskavah vzorec razširiti. Predpostavljamo, da bi bili rezultati raziskave ob večjem in bolj razširjenem vzorcu, v katerega bi bile zajete tudi podjetnice iz drugih mest v Sloveniji in BiH rezultati, drugačni.

Opozoriti je potrebno, da so zastavljena vprašanja v vprašalniku subjektivne narave. Dopuščamo možnost, da je subjektivnost vsake anketirane vplivala na dobljene rezultate in bi za prihodnje raziskave bilo smiselno omejiti subjektivnost oziroma vprašanja zastaviti bolj objektivno.

### Možni ukrepi za izboljšanje položaja podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši

Italija je edina evropska država, ki je tudi v svojo zakonodajo leta 1992 uvedla zakon o ženskem podjetništvu (Podjetnik, januar 2007). V Italiji žensko podjetništvo nenehno narašča. Italija namreč ni država velikih podjetij, saj v njej prevladujejo predvsem mala in srednje velika podjetja. Mala podjetja so tista, ki povečujejo konkurenco in s tem učinkovitost gospodarjenja ter silijo večja podjetja k tržnim in proizvodnim spremembam. Etta Carignani, generalna sekretarka svetovnega združenja podjetnic je prepričana, da so ravno podjetnice tisto gibalno, ki bi lahko Italiji pomagalo iz gospodarske krize, v kateri se je znašla (prav tam, 2007). Zakon o ženskem podjetništvu, ki ga poznajo v Italiji, namenja del potrebnih sredstev za start-up kredite iz državnega proračuna, drugi del pa prispevajo regije za hitrejšo internacionalizacijo teh podjetij.

Tako kot je Italija v svojo zakonodajo uvedla zakon o ženskem podjetništvu, bi morala to storiti tudi Slovenija in BiH. V prvi vrsti bi morali Slovenija in BiH sprejeti Zakon o ženskem podjetništvu, ki bi zagotovil posebna sredstva za hitrejšo rast in razvoj »ženskih podjetij«. Ne gre namreč za kakšen »feministični« cilj, temveč za pristop, ki bi olajšal ženskam in družinam usklajevanje med družinskimi in delovnimi obveznostmi, ne pa da se vse več mladih žensk tudi pri nas odloča samo za kariero in pri tem opušča misel na ustvarjanje družine na kasnejši čas. Tudi spodbudno okolje za žensko podjetništvo bi pomenilo pomemben prispevek k slovenskemu in bosanskemu družbenemu okolju in boljšim možnostim za porajanje mladih družin.

Posebna podpora ženskam v podjetništvu je znan ukrep tudi v državah, ki se šele pripravljajo za vstop v EU. Hrvaška posebej podpira nastajanje ženskih podjetniških centrov v osnovnem zakonu o podpori malemu gospodarstvu, v Albaniji pa razmišljajo o podpori ženskim podjetjem s kreditnimi linijami (Contact Maribor, oktober 2007).

## *Možni ukrepi za izboljšanje položaja podjetnic v Velenju*

- Ženskemu podjetništvu vzpostaviti prijazno klimo.
- Izobrazba in možnosti nadaljnega usposabljanja imajo pomembno vlogo v podjetniškem procesu, saj omogočajo uporabo novejših spoznanj s področja vodenja, organizacije, marketinga itd. Čas in trajanje usposabljanja morata biti prilagojena podjetnicam, ki imajo tudi družinske obveznosti.
- Uvesti finančne vzpodbude za ženske, ki vstopajo na samostojno pot.
- Olajšave za dostop do kreditov za vstop v podjetniški prostor, ustanovitev solidarnostno-jamstvenih skladov morda tudi na strani bank kot podporno omrežje pri ustanavljanju novih podjetij.
- Vzpostavitev delovanja »razširjenih servisnih mrež«, kot so vrtni in šole z drugačnim »delovnim časom« prilagojenim ženskim potrebam; institucij, ki nudijo podporo ženskam pri poklicnem uveljavljanju; v šolstvu prilagoditev učbenikov, ki ne bi toliko poudarjali tradicionalne vloge žensk v družini in s tem posredno oblikovali toliko stereotipov, ki se jih želimo otresti; uvajanje novih oblik dela (delo na daljavo...).
- Vzpostavitev in podpora strokovnim mrežam podjetnic za mentorske programe in svetovanja za potencialne in nove podjetnice in za pospeševanje zaposlovanja žensk na kvalitetnih delovnih mestih. Če zaidejo podjetnice v težave, ima kvalitetno svetovanje s strani svetovalnih podjetij močan vpliv na potek nadaljnjih dogodkov. V teh primerih bi lahko podjetnicam svetovali podjetniki in podjetnice, ki že imajo izkušnje in znanje v zvezi z določenim problemom ali pa bi najele mentorje, ki imajo vsa potrebna znanja na področjih, kjer podjetnicam teh znanj primanjkuje. Pomembno je tudi svetovanje za samozaposlovanje, ki omogoča potencialnim podjetnicam dostop do potrebnih informacij, ki jih potrebujejo na svoji podjetniški poti in ocenitev realnosti njihovih idej z vidika tržnih priložnosti in potrebnih virov financiranja.
- Povezovanje z že obstoječimi mrežami in organizacijami.
- Večja vključenost podjetnic v svetovno mrežo podjetnic.
- Podjetniški centri, inkubatorji ali tehnološki parki: če bi bili takšni centri namenjeni izključno ženskam oz. bi imeli oddelke za podporo izključno podjetnicam, bi le-ti pripomogli k hitrejšemu razvoju ženskega podjetništva in hkrati k rasti ženskih podjetij.
- Izziv v podjetniškem in gospodarskem sektorju je potrebno okrepiti s projekti, ki vzpodbujajo zaposlovanje žensk in razvoj kariere (v smislu sofinanciranja stroškov zaposlovanja žensk...), ter bolj aktivne politike dela.
- Povečati pomen in ugled obstoječim ženskim podjetjem.
- vrednotenje in spremljanje programov. Programi, ki so namenjeni podjetnicam, morajo biti tako na mikro kot na makro ravni ustrezno spremljani in vrednoteni, saj lahko le tako sproti ugotavljamo uspešnost in neuspešnost takih programov.
- Država bi morala odpraviti ovire, ki nastajajo pri razvoju podjetništva. Potrebno je ločiti gospodarstvo od politike in države.
- Podjetnice bi se lahko vključevale tudi v kooperativne posle kot kooperanti.

### *Možni ukrepi za izboljšanje položaja podjetnic v Veliki Kladuši*

- Ovrednotiti je potrebno načrte o enakosti med spoloma in odpraviti diskriminacijo.
- Zmanjševanje feminizacije nekaterih poklicev; razlik v plačah za enakovredno delovno mesto; spremeniti plačno politiko; odpraviti diskriminacijo na trgu delovne sile.
- Okrepitev socialnih mrež, ki koordinirajo naloge v zvezi z enakostjo med spoloma.
- Razvoj finančnih instrumentov; za razvoj malega gospodarstva je sicer država namenila male spodbude, ki pa niso dajala prednosti podjetnicam, čeprav vemo, da podjetnice težko pridobijo finančna sredstva. Obenem bi si morale podjetnice same ustvariti boljšo (poslovno) finančno preteklost, ki je velikega pomena pri pridobivanju kreditov.
- Narediti ženske podjetnice vidne/prepoznavne.
- Povezovanje z že obstoječimi mrežami in organizacijami.
- Subvencioniranje s strani države; država bi morala v večji meri subvencionirati zagonsko fazo podjetij, ki jih ustanovijo ženske. V veliko pomoč bi bile subvencije za računovodske storitve, saj so podjetja, ki jih ustanovijo ženske, pretežno majhna, ki nimajo organizirane svoje računovodske službe. Podjetnice morajo tako za opravljanje računovodskih storitev nameniti veliko denarja.
- Večja vključenost podjetnic v svetovno mrežo podjetnic.
- Podjetniški centri, inkubatorji ali tehnološki parki: če bi bili takšni centri namenjeni izključno ženskam oz. bi imeli oddelke za podporo izključno podjetnicam, bi le-ti pripomogli k hitrejšemu razvoju ženskega podjetništva in hkrati k rasti ženskih podjetij.
- Vrednotenje in spremljanje programov; programi, ki so namenjeni podjetnicam, morajo biti tako na mikro kot na makro ravni ustrezno spremljani in vrednoteni, saj lahko le tako sproti ugotavljamo uspešnost in neuspešnost takih programov.
- Za razvoj ženskega podjetništva bi bilo potrebno ustanoviti posebne agencije, katerih programi bi bili namenjeni izobraževanju podjetnic. Ti programi bi lahko bili npr. »najdite svojo tržno nišo,« ki bi podjetnicam omogočil lažje opredeljevanje kratkoročnih in dolgoročnih ciljev, prepoznavanje marketinškega potenciala, boljše planiranje itd. Takšen program se izvaja v Nemčiji in na Nizozemskem. Ženske bi si v takšnih klubih izmenjale izkušnje in različne informacije.
- Kvalitetno svetovanje in mentorstvo; v primeru težav bi lahko podjetnicam svetoval zunanji izvedenec, drug podjetnik, ki že ima izkušnje in znanje v zvezi z določenim problemom, ali pa bi najele mentorja (podobno kot na Irskem, Danskem v Belgiji in Grčiji), ki imajo vsa potrebna znanja na področjih, kjer podjetnicam teh znanj primanjkuje.
- Država bi morala strogo ločiti podjetništvo in gospodarstvo od politike. Politika ne bi smela posegati v gospodarstvo.

Možnosti za izboljšanje položaja podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši je kar nekaj. Kako, in če sploh, se bodo te možnosti uvedle, pa je odvisno od vsake države posebej.

## 7. SKLEPNA SPOZNANJA

### 7.1 Temeljne ugotovitve

V magistrski nalogi smo na temelju spoznanj o ženskem podjetništvu in ankete, ki je bila narejena med podjetnicami v Velenju in Veliki Kladuši, pojasnili stanje ženskega podjetništva v Velenju in Veliki Kladuši.

Želeli smo primerjati žensko podjetništvo med Velenjem in Veliko Kladušo. Zato se naša osrednja teza glasi: Položaj podjetnic v Velenju je boljši kot položaj podjetnic v Veliki Kladuši. Odgovor na raziskovalno tezo smo iskali s pomočjo šestih zastavljenih raziskovalnih hipotez.

Žensko podjetništvo v Sloveniji počasi narašča, a vendar, če nas primerjamo z ZDA, so ženske tam po podjetniški aktivnosti skoraj izenačene z moškimi. Dejstvo pa je, da so v vseh državah v podjetništvu moški aktivnejši kot ženske; največje razlike pa ugotavljajo med moškimi in ženskami v državah s srednjimi osebnimi dohodki, kamor sodi tudi Slovenija, kjer je 75 % več moških kot žensk aktivnih podjetnikov (Sušec 2008, 45).

Tudi v BiH se stanje ženskega podjetništva izboljšuje, čeprav bodo morali še delati na spodbujanju le-tega. V BiH še vedno ni do potankosti urejeno socialno varstvo. Država, ki se je pomena razvoja malih in srednjih podjetij šele začela zavedati, dajejo občutek, da s sociološko-političnega vidika pogoji za razvoj podjetništva niso ravno izpolnjeni. Socialne razmere so v BiH slabše v primerjavi s Slovenijo.

Ženske se najpogosteje odločajo za podjetništvo, ker želijo izkoristiti dobro poslovno priložnost in zaradi nezadovoljstva z zaslužkom v prejšnji službi. Podjetnice v ustanovitev lastnega podjetja vodi želja biti sam svoj gospodar, potreba po dosežkih in izzivih ter denar. Razlikujemo med podjetništvom iz nuje ter podjetništvom iz priložnosti. Raziskava je pokazala, da se je večina anketiranih podjetnic v Veliki Kladuši odločila za podjetništvo zato, da bi sploh preživele, ali da bi si ustvarile zelo potreben dodatni zaslužek ali nadomestile izgubo službe, malo je bilo takšnih, ki so vstopile v podjetništvo zaradi priložnosti. V Velenju je bilo več anketiranih podjetnic, ki so vstopile v podjetništvo zato, ker so preprosto zasledile dobro priložnost. Ženska podjetja so v Velenju in Veliki Kladuši največkrat organizirana kot s.p. ali d.o.o., ukvarjajo pa se s trgovino in poslovnimi storitvami. Ugotovili smo, da se podjetnice na svoji poti srečujejo s problemi, ki jih imajo na samem začetku ali v času delovanja. Največji problemi so pomanjkanje izkušenj in znanja, ter finančne ovire. Pridobivanje kapitala je večer problem, s katerim se srečujejo podjetnice zaradi narave in velikosti njihovih podjetij. Pridobivanje bančnega kredita je zapleten in dolgotrajen postopek. Banke ne ponujajo posebnih kreditov in ugodnosti za podjetnice. Kljub zapletenosti pa lahko ocenimo, da je pridobivanje bančnega kredita podjetnicam v Velenju lažje, kot v Veliki Kladuši. Tudi pomanjkanje ustrezne izobrazbe in izkušenj predstavlja problem, čeprav so nekatere raziskave v BiH pokazale, da so podjetnice bolje izobražene kot njihovi moški kolegi. Veliko podjetnic se srečuje s konflikti pri njihovih vlogah kot žene, matere in lastnice podjetij, saj večina žensk še vedno opravlja vsa gospodinjstva dela in vzgaja otroke, ker to velja kot njihova obveznost.

Podjetnice se ob vodenju podjetja nikakor ne odpovejo odgovornosti do družine. Anketirane podjetnice iz obeh krajev so poudarile, da so čutile vpliv poslovne kariere na zasebno življenje. Vplivi niso bili le negativni, ampak tudi pozitivni. Mali delež anketiranih podjetnic ni občutil vpliva. Splošna klima do žensk podjetnic nikakor ni negativna, čeprav tudi ne izrazito spodbudna, ker se od žensk pričakuje večja vloga v družini in gospodinjstvu. Ženske lahko same vplivajo, na izboljšanje svojega položaja. Zato je pomembno, da se zavedajo, da vsega ne morejo opraviti same in so prav same tiste, ki lahko vplivajo, da so manj obremenjene in predvsem ne smejo pozabiti nase. Tudi zase si morajo vzeti čas in se ukvarjati s stvarmi, ki jih zanimajo. Prišli smo do ugotovitve, da ženske želijo delati, saj jim skrb za družino ne zadostuje za preživetje. Želijo biti koristne, prispevati k družinskemu proračunu in biti v stiku z ljudmi. Vedo, da delajo zase in za svojo družino in že zato delajo to z večjo vnemo. Podjetnice v Veliki Kladuši so še vedno diskriminirane, čeprav naj bi se diskriminacija med spoloma odpravila. To nakazuje visok odstotek anketiranih podjetnic v Veliki Kladuši, ki čutijo, da so diskriminirane. Za razliko pa v Velenju podjetnice v veliki meri ne čutijo kakršnekoli diskriminacije.

Zaključimo lahko, da je rast ženskega podjetništva pomembna za celotno gospodarstvo države. Na podlagi ugotovitev lahko zapišemo, da je stanje podjetnic v Velenju boljše, kot položaj podjetnic v Veliki Kladuši, čeprav tudi stanja v Velenju ne gre preveč hvaliti, saj bi lahko bilo še boljše. Sami smo mnenja, da bi lahko navedeni predlogi za rešitve in ukrepe za izboljšanje položaja podjetnic v Velenju in Veliki Kladuši pripomogli k boljšemu stanju ženskega podjetništva.

Da bi se položaj podjetnic v Sloveniji in BiH izboljšal, in da bi se ženske z veseljem odločale za podjetništvo, bi morale imeti vsestransko družbeno podporo. To pomeni, podporo tako na poslovnem kot osebnem področju oziroma pri družinskem življenju.

## 7.2 Odprti problemi

V magistrski nalogi smo v aplikativnem delu proučevali žensko podjetništvo v Velenju in Veliki Kladuši. Anketni vprašalnik smo razdelili med anketirane podjetnice, ki so bile izbrane v naš vzorec. Smiselno bi bilo narediti anketo med vsemi podjetnicami tako v Velenju in Veliki Kladuši, in s tem bi dobili 100% populacijo. V primeru, da bi bile anketirane vse podjetnice v Velenju in Veliki Kladuši, bi lahko prišlo do drugačnih rezultatov in s tem drugačnih ugotovitev.

V nadaljnjih raziskavah bi se bilo smiselno posebej osredotočiti na žensko podjetništvo na ravni celotne regije, Štajerske v Sloveniji in Unsko- Sanskega kantona v BiH in podatke primerjati z drugimi regijami. Smiselno bi bilo tudi primerjati žensko podjetništvo v Velenju in Veliki Kladuši z moškim podjetništvom v Velenju in Veliki Kladuši.

Prav tako se moramo zavedati, da smo se v sklopu naše aplikativne raziskave omejili izključno na podjetnice iz Velenja in Velike Kladuše, medtem ko je mogoče žensko podjetništvo preučiti tudi na ravni celotne države.

Menimo, da smo v sklopu magistrske naloge uspeli uresničiti zastavljene cilje in podali nova izhodišča za nadaljnje raziskave na tem področju. Delo lahko služi kot izhodišče in napotilo podjetnicam za izboljšanje razumevanja ženskega podjetništva in kot osnova za nadaljnje, poglobljeno proučevanje ženskega podjetništva.

Nenazadnje lahko opravljena raziskava služi tudi kot izhodišče za morebitne primerjave rezultatov, ali kot osnova za proučevanje ženskega podjetništva v slovenskem gospodarstvu in širše.

## SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE

### LITERATURA

1. Antonič, Boštjan, Hisrich Robert D., Petrin Tea in Vahčič Aleš. 2002. *Osnove podjetništva*. Ljubljana: GV.
2. Antonič, Hisrich, Petrin in Vahčič. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: GV.
3. Artač, Gregor. 2003. *Srednja podjetja in gospodarska rast*. Ljubljana. Častnik Finance.
4. Ateljević, Jovo. 2004. Entrepreneurship and SMEs in Bosnia and Herzegovina: *Building Institutional Capacity, Entrepreneurship and Innovation*.
5. Bastle, Andreja. 2001. *Podjetnice po sili razmer*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
6. Bricelj V., Lidija. 2007. *Žensko podjetništvo – neizkoriščena priložnost*. Revija Podjetnik, januar.
7. Bricelj V., Lidija. 2007. *Italija ima edini evropski zakon o ženskem podjetništvu*. Revija Podjetnik, januar.
8. Bašić, Meho. 2005. *Ekonomija BiH*. Sarajevo. Ekonomski fakultet.
9. Belak, Janko. 1993. *Podjetništvo, politika podjetja in management*. Maribor: Obzorja.
10. Berginc, Jordan in Matjaž Krč. 2001. *Ustvarjalnost in inovativnost v podjetništvu*. Portorož. Visoka strokovna šola za podjetništvo.
11. Berthoin-Antal, Ariane and Camilla Krebsbach-Gnath. 1994. Women in Management in Germany: *East, West, and Reunited. V Competitive frontiers, urednici N. Adler in D. Izraeli*. Cambridge: Basil Blackwell.
12. Brush Candida, G. 1990. *Local Initiatives for Job Creation. Enterprising Women*: Paris-OECD.
13. Brush Candida, G. 1997. *Resource perspective on Women Entrepreneurship: Research Relevance and Recognition. A Major Force in Innovation and Job Creation*. Boston.
14. Cutura, Jozefina, Cenić Svetlana, Selesković Amra in Zulum Senka. 2009. *Položaj žena u poduzetništvu*. Tuzla. TiP.
15. Coulter, Mary. 2001. *Entrepreneurship in action*. New Jersey: Upper Saddle River.
16. Černigoj Sadar, Nevenka in Kanjuo Mrčela Aleksandra. 2001. *Actors and recent policy changes influencing the life of women in Slovenia in the nineties*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

17. Dostić, Milenko. 2003. *Manadžment malih i srednjih preduzeća*. Sarajevo: Ekonomski fakultet.
18. Drnovšek, Mateja. 1999. *Slovenke kot parajoče se podjetnice*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
19. Dubey, Mangala. 1996. *Women entrepreneurship – A comparative study between Slovenia and India*. Magistersko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
20. Duh, Mojca. 1998. *Malo in srednje veliko podjetje*: MER Evrocenter.
21. Fagenson, Ellen A. and Janice J. Jackson. 1994. *The Status of Women Managers in the United States. V Competitive frontiers, urednici N. Adler in D. Izraeli*. Cambridge: Basil Blackwell.
22. Glas, Miroslav in Drnovšek Mateja. 2000. *Slovenke kot novodobne podjetnice. Podjetništvo izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: GEA Collage.
23. Glas, Miroslav in Drnovšek Mateja: 2001. *Slovenke kot porajajoče se podjetnice*. Delovni zvezek, Ljubljana, Ekonomska fakulteta.
24. Glas, Miroslav in Petrin Tea. 1998. *Entrepreneurship New Challenges foe Slovene women*. Delovni zvezek. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
25. Glas, Miroslav in Viljem Pšeničny. 2000. *Podjetništvo – izziv za 21.stoletje*. Ljubljana GEA College PIC.
26. Glas, Miroslav. 2001. *Podjetništvo: izziv za spremembe*. Ljubljana: Center za razvoj podjetništva.
27. Gundry, Lisa K, Miriam Ben-Yoseph in Margaret Posig. 2002. *Contemporary Perspectives on Women's Entrepreneurship. A Review and Strategic Recommendations*. Journal of Enterprising Culture.
28. Hisrich Robert, D. in Peters Michael P. 1992. *Entrepreneurship – Starting, Developing and Managing a new Enterprise*. Second edition: Boston. Irwin.
29. Hisrich, Robert D. 1989. *Marketing and entrepreneurship research interface*. In G. E. Hills, R. W. Laforge & B. J. Parker - *Research at the marketing/ entrepreneurship interface*. Chicago. University of Illinois at Chicago.
30. Hisrich, Robert D., Antončič B., Petrin T. in Vahčič A. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: Založba GV.
31. Kanjuo-Mrčela, Aleksandra. 1996. *Ženske v menedžmentu*. Ljubljana: Enotnost
32. Koražija, Nataša. 1996. *Ženske pod steklenim stropom*. Ljubljana: Gospodarski vestnik. XLV 39.



33. Koradžija, Nataša. 2001. *Zaželeni so moški z ženskim načinom vodenja*. Ljubljana: Manager 4.
34. Kozmik, Vera in Salecl Tanja 1999. *Zakon o enakih možnostih: Primerjalna analiza*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.
35. Krueger, Dale. 2000. *Characteristics of the Female Entrepreneur*. Journal of Business & Entrepreneurship 12: 87-93.
36. Linehan, Margaret. 2001. *Uspešne ženske managerke velikih mednarodnih podjetij*. Ljubljana: GV založba.
37. Marovt, Alenka. 2000. *Podjetništvo v težkih pogojih*. Informator, Ljubljana.
38. Miklavčič, Liljana. 1996. *Zaposlovanje in vloga žensk v organizaciji*. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
39. Monga, Anupama. 1993. *Women entrepreneurs. A comparative study of Slovenia and United States*. Magistersko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
40. Mulej, Matjaž. In Ženko Zdenka. 2003. *Inovativno podjetništvo kot osebna lastnost in vpliv vlade nanj*. Kranj. Organizacija.
41. Novak, Irena. 1994. *Podjetne ženske*. Ljubljana: Podjetnik 10.
42. Nutek / almi – *The Swedish National Board for Industrial and Tehnical Development / ALMI Företagspartber AB*. 2003. This is Just the Beginning .
43. OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development. 2005. *Classification and Perception: Gender Aspects of the SIC Code as a Classification Tool* . Statistics Directorate 2005.
44. Pahor, Nives. *Izziv 21.stoletja – žensko podjetništvo*. Revija Podjetnik, maj 2005.
45. Petrović, Sandra. 2002. *Razvoj podjetništva v Srbiji: problemi in možnosti*. Ljubljana. Diplomsko delo. Ekonomska fakulteta.
46. Plut Grad, Tadeja in Helena Plut. 1996. *Podjetniški profil Slovencev*. Ljubljana. Organizacija.
47. Potočnik, Anja. 2001. *Menedžerke brez pravih mentorjev*. Ljubljana: Finance.
48. Pšeničny, Viljem, Berginc J., Letonja M., Pavlin I., Vadnjal J., in Žižek J.. 2000. *Podjetništvo, podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces, podjem*. Portorož: Gea college.
49. Pšeničny, Viljem. 2000. *Primerjava razvoja dinamičnih podjetij med Slovenijo in državami EU*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.

50. Pšeničny, Viljem 2000b. *Characteristics of Fast Growing Small Enterprises in Slovenia and Conditions for Their Even Faster Growth. Vadnjal Jaka, ur. Dynamic Entrepreneurship for the New Economy. Conference Proceedings.* Portorož: GEA College of Entrepreneurship.
51. Pšeničny, Viljem. 2004. *Jasno potrebujemo podjetniško vizijo Slovenije.* Revija Obrtnik, april.
52. Pušnik, Ksenja. 2007. *Podjetja ustanavlja vse manj žensk .* Revija Finance, št. 46, 8. marec.
53. Read, Lauren. 1998. *The Financing of Small Business.* London: Routledge.
54. Rebernik, Miroslav. 1994. *Ekonomika podjetja.* Ljubljana: Gospodarski vestnik.
55. Rebernik, Miroslav. 1995. *Podjetništvo.* Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
56. Rebernik, Miroslav. 1997. *Podjetništvo in management malih podjetij.* Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
57. Rebernik, M., Tominc P., Glas M. in Pšeničny V. 2003. *Kako podjetna je Slovenija?* Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2002, Maribor.
58. Rebernik, Miroslav in soavtorji. 2004. *Slovenski podjetniški observatorij 2003.* Maribor: Ekonomsko poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.
59. Rebernik, Miroslav. 2004. *Podjetništva se ne da prisiliti, lahko se ga samo spodbuja.* Obrtnik št.3.
60. Rebernik, Tominc, Glas in Širec Rantaša. 2004. *Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije: GEM Slovenija 2003.* Maribor: Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.
61. Rebernik, Miroslav, Polona Tominc in Ksenja Pušnik. 2005. *Podjetništvo na prehodu.* Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij. Maribor. Ekonomsko poslovna fakulteta.
62. Rebernik, Miroslav, Tominc Polona in Pušnik Ksenija: 2006. *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti.* Maribor. GEM Slovenija. Univerza v Mariboru.
63. Rebernik, Miroslav, Polona Tominc in Ksenja Pušnik. 2007. *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti .* Maribor. GEM Slovenija. Univerza v Mariboru.
64. Rebernik, Miroslav, Polona Tominc in Ksenja Pušnik. 2009. *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji.* GEM Slovenija 2008. Univerza v Mariboru.
65. Rejc, Adriana. 2004. *Managerke za 21. stoletje.* Manager.

66. Ropin, Doris. 1994. *Frauen als Unternehmerinnen: Ihr mikrosoziales Umfeld, die Charakteristik ihrer Unternehmen und ihre sozialen Netzwerke*. Wien: Wirtschaftsuniversität Wien.
67. Rosing, Annika, Anders Westöm in Gunnel Bengtsson. 2002. *Statistics on Women Entrepreneurship in Sweden. Woman Entrepreneurship in the Nordic Countries*. P.Kyrö. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
68. Smolej, Urška. 1995. *Ekonomski problemi zaposlovanja žensk*. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
69. Sternberg, Rolf in soavtorji. 2004. *Global entrepreneurship monitor: Länderbericht Deutschland 2003*. Köln: Wirtschafts und Sozial-geographisches Institut.
70. Sternberg, Bergmann 2003. *Global Entrepreneurship Monitor: Landerbereich Deutschland 2002*. Köln: cede Druck GmbH.
71. Steinhoff, Patricia G. and Kazuko Tanaka. 1994. *Women Managers in Japan*. V *Competitive frontiers*, urednici N. Adler in D. Izraeli. Cambridge: Basil Blackwell.
72. Sušec, Janja. 2008. *Raziskava motivacije in podpornega okolja za spodbujanje ženskega podjetništva v Koroški regiji*. Diplomsko delo. Maribor. Ekonomsko-poslovna fakulteta.
73. Šabović, Brezac Dijana. 2006. *Izziv podjetništva v BiH*. Ljubljana. Ekonomska Fakulteta.
74. Širec Rantaša, Karin. 2007. *Vpliv osebnih lastnosti podjetnikov na rast slovenskih podjetij*. Monografija »Podobe slovenskega podjetništva v letu 2006«. Maribor. Ekonomsko-poslovna fakulteta.
75. Širec Rantaša, Karin. 2007. *Vpliv poslovnih priložnosti, sposobnosti podjetja in osebnih lastnosti podjetnika na rast malih in srednjevelikih podjetij*. Doktorska disertacija. Maribor. Ekonomsko-poslovna fakulteta.
76. Tajnikar, Maks. 1997. *Tvegano poslovanje*. Ljubljana. Gea College.
77. Tajnikar, Maks. 2000. *Tvegano poslovanje*. Knjiga o gazelah in rastočih poslih. 2. izdaja. Portorož. Visoka strokovna šola za podjetništvo.
78. Tominc, Polona in Rebernik Miroslav. 2005. *Žensko podjetništvo v Sloveniji neizkoriščen vir: Razgledi MBA*. Letnik 11 št. 1-2.
79. Tominc, Polona in Karin Širec Rantaša. 2004. *Odnos do ženskega podjetništva*. Slovenski podjetniški observatorij 2003.
80. Tomanič Vidovič, Maja. 2002. *Spremna beseda*. Podjetniški informator.

81. Treven, Sonja. 2001. *Mednarodno organizacijsko vedenje*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
82. The Women's Unit. The Cabinet Office, UK and the Swedish Ministry for *Industry, Employment and Communications*. 2001. *Women as Entrepreneurs in Sweden and the UK*.
83. The World Bank. 2005. *The World Bank Group in Western Balkans*. Washington D.C.
84. Turk, Marta. 2002. *Entrepreneurship as a Challenge and Opportunity in Slovenia*. In: *Women's Entrepreneurship in Eastern Europe and CIS Countries*. New York and Geneva: United Nations.
85. Urbanija, Anamarija. 2003. *Zakaj ni več managerk?* Manager.
86. Vahčič, Aleš. 1994. *Podjetništvo kot faktor gospodarskega razvoja*. Ljubljana. Ekonomska fakulteta.
87. Vahčič, Aleš. 1995. *Osnove vodenja in podjetništva 2, 1. del*. Ljubljana. Ekonomska fakulteta.
88. Vahčič, Aleš. 1997. *Osnove podjetništva*. Skripta. Ljubljana. Ekonomska fakulteta.
89. Vahčič, Aleš. 2000. *Stanje podjetništva v Sloveniji, Slovensko podjetje v devetdesetih*. Ljubljana. Union of Economists of Slovenia.
90. Vrtovšnik, Karmen. 2006. *Položaj podjetnic v Sloveniji in na Švedskem*. Diplomsko delo. Maribor. Ekonomsko-poslovna fakulteta.
91. Young, Marilyn in Christine Thurlow Brenner. 2000. *Needed information and assistance for women entrepreneurs: a comparison with male small business owners*. Journal of Business & Entrepreneurship .
92. Yemtsov, Tiongson, Cutura, J. in Bijedić A.. 2008. Glas žena poduzetnica u BiH. Maj.
93. Zorko, Mateja. 1996. *Ženske podjetnice*. Diplomsko delo. Ljubljana. Fakulteta za družbene vede.
94. Žnidaršič, Helena. 2005. *Dinamične podjetnice v Sloveniji*. Specialistično delo. Ljubljana. Ekonomska fakulteta.

## VIRI

1. Ajpes : Agencija RS za javnopravne evidence in storitve. 2009. Informacija o poslovanju gospodarskih družb RS v letu 2008. Ljubljana.
2. Ajpes : Agencija RS za javnopravne evidence in storitve. 2009. Informacija o poslovanju podjetnikov posameznikov v letu 2008. Ljubljana.
3. Ajpes: Agencija RS za javnopravne evidence in storitve [online]. Dostopno na: <http://www.ajpes.si/> [13.05.2009].
4. Agencija za statistiku BiH. Sarajevo. 2007. "Anketa o radnoj snazi 2007: preliminarni podaci." [online]. Dostopno na: <http://www.unece.org/stats/gender/publications/Bosnia%20Herzegovina/WomenMen.pdf> [28.08.2009].
5. Bambino – Žensko podjetništvo. 2008 [online]. Dostopno na: [http://www.bambino.si/zensko\\_podjetnistvo](http://www.bambino.si/zensko_podjetnistvo) [18.05.2009].
6. Bilten agencije za statistiku BiH. 2008 [online]. Dostopno na: <http://www.bhas.ba/new/> [28.08.2009].
7. Contact Maribor [online]. Dostopno na: <http://www.fitto.si/?page=novice&id=38> [06.04.2009].
8. Central Intelligence Agency - CIA. The World Factbook – Bosnia and Herzegovina [online]. Dostopno na: <http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/bk.html> [06.04.2009].
9. Centralna banka BiH [online]. Dostopno na: [www.cbbh.gov.ba/bh/banke.html](http://www.cbbh.gov.ba/bh/banke.html) [23.04.2009].
10. Društvo Vitaactiva [online]. Dostopno na: <http://www.drustvo-vitaactiva> [18.04.2009].
11. Doing Business in 2008. Report BiH [online]. Dostopno na: [http://blog.doingbusiness.org/files/DB08\\_Subnational\\_Report\\_SEE\\_Bosnian.pdf](http://blog.doingbusiness.org/files/DB08_Subnational_Report_SEE_Bosnian.pdf) [25.08.2009].
12. Ekonomski položaj žena u BiH [online]. Dostopno na: [http://www.globalrights.org/site/DocServer/BiH\\_cedaw\\_ekonomija.pdf?docID=147](http://www.globalrights.org/site/DocServer/BiH_cedaw_ekonomija.pdf?docID=147) [10.06.2009].
13. Federalni zavod za statistiko BiH [online]. Dostopno na: <http://www.fzs.ba/> [10.06.2009].
14. GIZ- podjetnost, sekcija podjetnic [online]. Dostopno na: <http://www.podjetnost.org>

15. Glas žena poduzetnica u BiH. 2008 [online]. Dostopno na:  
[http://www.gcgf.org/ifcext/sustainability.nsf/AttachmentsByTitle/p\\_Gender\\_BosniaVoices-Bosnian/\\$FILE/BosniaVoices\\_Bosnian.pdf](http://www.gcgf.org/ifcext/sustainability.nsf/AttachmentsByTitle/p_Gender_BosniaVoices-Bosnian/$FILE/BosniaVoices_Bosnian.pdf) [10.06.2009].
16. Granični glasnik [online]. Dostopno na:  
<http://glasnik.gracanica.net/arhiva/26/index.php?id=219> [12.06.2009].
17. Izziv 21. stoletja – žensko podjetništvo [online]. Dostopno na:  
<http://www.podjetnik.com/default.asp?KatID=370&ClanekID=2385> [03.06.2009].
18. Izvozno okno RS. Predstavitev države [online]. Dostopno na:  
[http://www.izvoznookno.si/podatki\\_o\\_drzavah.php?drzava\\_ID=2002070415474401&menu=podatki&podnaslov=predstavitev%20države](http://www.izvoznookno.si/podatki_o_drzavah.php?drzava_ID=2002070415474401&menu=podatki&podnaslov=predstavitev%20države) [14.06.2009].
19. Informacijsko središče Metka [online]. Dostopno na:  
[http://www.kopje.si/alp\\_metka/index.php?site=vsebine&kat=114&lang=1](http://www.kopje.si/alp_metka/index.php?site=vsebine&kat=114&lang=1) [06.05.2009].
20. Lužar, Dušanka. 2001. Prioritetna razvojna področja. Mariborska razvojna agencija [online]. Dosegljivo na: <http://www.w3.org/TR/html4/frameset.dtd> [11.06.2009].
21. Mesto žensk – City of women [online]. Dostopno na: <http://www.cityofwomen.org/2009/> [11.06.2009].
22. Makro in mikro ekonomski pogled na BiH [online]. Dostopno na:  
<http://juregrm.blogspot.com/2007/04/pregreta-ali-vroa-bosna-in-hercegovina.html> [18.05.2009].
23. Ministerstvo za zunanje zadeve RS. 2004. Evropska unija in države zahodnega Balkana [online]. Dostopno na:  
[http://www.mg-rs.si/ekonomski\\_odnosi/trgovinska\\_politika/index.php](http://www.mg-rs.si/ekonomski_odnosi/trgovinska_politika/index.php) [23.07.2009].
24. Mal Polona, Rus Tine in Voh Boštic Anže. 2008. Konfliktna obnova BiH. Mednarodni inštitut za bližnjevzhodne in Balkanske študije [online]. Dostopno na:  
<http://www.ifimes.org/default.cfm?Jezik=si&Kat=10&ID=343> [28.08.2009].
25. Profil zemlje BiH. Sarajevo: Federalni zavod za programiranje razvoja, april 2002.
26. PCMG–Projektni center za malo gospodarstvo. 2004 [online]. Dostopno na:  
<http://www2.pcmg.si/vem/index.htm> [12.05.2009].
27. PC-NM – Podjetniški center Novo mesto. 2002. Lokalni razvojni programi [online]. Dostopno na: <http://www.pc-nm.si/Text/rrp.htm> [12.05.2009].
28. Portal za poduzetnice - Poduzetna. Žene u poduzetništvu. 2007 [online]. Dostopno na:  
[http://www.poduzetna.hr/poduzetnistvo/zene\\_u\\_poduzetni.html](http://www.poduzetna.hr/poduzetnistvo/zene_u_poduzetni.html) [06.04.2009].

29. Privredna komora BiH. Sociekonomski potenciali [online]. Dostopno na: <http://www.komorabih.com/privredabih/socekpotencijali.html> [12.05.2009].
30. Privredna komora BiH . Strana ulaganja [online]. Dostopno na: [http://www.komorabih.com/privredabih/strana\\_ulaganja\\_04\\_komp.pdf](http://www.komorabih.com/privredabih/strana_ulaganja_04_komp.pdf) [12.05.2009].
31. Staša Cafuta. BiH pred vrati razvojne eksplozije. Podjetnik 2006 [online]. Dostopno na: <http://www.podjetnik.si/default.asp?KatID=311&ClanekID=3072> [28.08.2009].
32. Pokreni posao. Mitovi o poduzetništvu. 2007. Stereotipi o poduzetništvu [online]. Dostopno na: <http://www.pokreniposao.ba/index.php?=&ID=189&katID=1&off=272&pkatID=0> [12.05.2009].
33. Poslovna žena. Uspešne poduzetnike ne motoviše samo finansijska dobit. 2008 [online]. Dostopno na: <http://www.poslovnazena.biz/poslovanje/uspesne-preduzetnike-ne-motivise-samo-finansijska-dobit-1-1903> [19.06.2009].
34. Položaj žensk v zadnjem desetletju. V zadnjem desetletju je prišlo do poslabšanja položaja žensk po svetu. Dnevnik. 4. marec 2005 [online]. Dostopno na: <http://www.dnevnik.si/novice/svet/115488> [22.07.2009].
35. Urška Č. Kako podjetništvo vpliva življenjski slog. Poslovni bazar 2008 [online]. Dostopno na: <http://www.poslovni-bazar.si/?mod=articles&article=498> [12.08.2009].
36. Svjetski ekonomski forum. *SAD-ov Ured za popis; Yemtsov i Tiongson (2008)*. [19.07.2009]
37. Turistički portal BiH. Informativni portal [online]. Dostopno na: <http://www.bih-x.com/> [12.08.2009].
38. UNDP. 2004. Oslobađanje snage poduzetništva, biznis u funkciji siromašnih. New Yourk.
39. Ustava Republike Slovenije (Uradni list RS/I, št. 33/91).
40. WIKIPEDIA- Prosta enciklopedija. Splošni podatki za BiH [online]. Dostopno na: [http://sl.wikipedia.org/wiki/Bosna\\_in\\_Hercegovina](http://sl.wikipedia.org/wiki/Bosna_in_Hercegovina) [24.04.2009].
41. World bank group. 2002. Kako ohrabriti biznise da stvaraju nova radna mjesta i povećaju mobilnost radne snage.
42. Zakon o delovnih razmerjih (Uradni list RS, št. 42/2002).
43. Zakon o enakih možnostih žensk in moških (Uradni list RS, št. 59/2002).

44. Zakon o starševskem varstvu in družinskih prejemkih (Uradni list RS, št. 97/2001).
45. Združenje manager- ženska sekcija [online]. Dostopno na: <http://www.zdruzenje-manager.si/si/sekcije-klubi/> [20.06.2009].
46. Zveza kmetic Slovenije [online]. Dostopno na: <http://agri.bfro.uni-lj.si/zveza/> [06.05.2009].
47. Ranka Radovinović. Žensko podjetništvo – Mikropoduzeća odgovor na globalizaciju. Vjesnik 2001 [online]. Dostopno na: <http://www.monitor.hr/clanci/zensko-poduzetnistvo-mikropoduzeca-odgovor-na-globalizaciju/13961/> [06.05.2009].



## SEZNAM PRILOG

### 1. ANKETNI VPRAŠALNIK

*Spoštovani!*

*Sem Patricija Halilović redna študentka bolonjskega magistrskega programa na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru. Pod mentorstvom prof. dr. Miroslava Rebernika pripravljam magistrsko nalogo z naslovom PRIMERJAVA ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA MED SLOVENIJO IN BiH. Za izvedbo raziskave potrebujem Vašo pomoč, zato Vas prosim za sodelovanje in izpolnitev ankete.*

*Anketa je anonimna in bo uporabljena izključno za namen magistrske naloge. Na zastavljena vprašanja odgovorite tako, da obkrožite odgovor ali napišite svoje mnenje.*

*Najlepše se Vam zahvaljujem za sodelovanje!*

*Patricija Halilović*

#### VPRAŠALNIK

1. *Starost*

20-30 let

55-65 let

31-45 let

65 ali več let

46-55 let

2. *Koliko otrok imate? (označite)*

enega otroka

štiri otroke

dva otoka

več kot štiri otroke

tri otroke

nimam še otrok

3. *Zakonski stan (označite)*

poročena

samska

ločena

izven zakonska zveza

4. *Raven šolske izobrazbe (označite ustrezen odgovor)*

osnovna šola

višja šola

poklicna šola

visoka šola

rednja šola

univerza

5. *Ali ste imeli pred ustanovitvijo lastnega podjetja praktične izkušnje z istim ali podobnim delom, kot ga opravljate sedaj? (označite)*

nobnih izkušenj	5-15 let
manj kot leto dni	15-25 let
1-5 let	več kot 25 let

6. *Če ste imeli pred ustanovitvijo podjetja praktične izkušnje prosim označite kakšne?*

- izkušnje v gostinstvu ali turizmu
- izkušnje v storitveni dejavnosti
- izkušnje v obrti
- izkušnje v finančnem posredništvu
- izkušnje v administraciji
- izkušnje v proizvodnji
- izkušnje v javni upravi
- izkušnje v marketingu

7. *Ali ste se lotili podjetništva zato ker ste: (ustrezno označite; možnih je več odgovorov!)*

- želeli izkoristiti poslovno priložnost
- bili nezaposleni
- bili zaposleni, vendar našli boljšo priložnost
- bili nezadovoljni z delom in medsebojnimi odnosi v prejšnji službi
- bili nezadovoljni z zaslužkom v prejšnji službi

*Kateri so bili glavni motivi za ustanovitev podjetja? (ustrezno označite)*

- neodvisnost
- denar
- družbeni položaj
- dosežki
- drugo.....

8. *Kako ste si zagotovili vire za ustanovitev podjetja? (označite ustrezne odgovore)*

- lastni prihranki
- pomagali so družina in sorodniki
- pomagali so sodelavci in prijatelji
- s pomočjo kreditov pri poslovnih bankah
- pomoč mi je nudil Zavod za zaposlovanje
- pomoč so mi nudile druge državne ustanove (npr. Podjetniški sklad)
- drugo.....

9. *Ali ste uporabljali razna usposabljanja in razne pomoči ob ustanovitvi podjetja? (ustrezno označite)*

- nisem izkoristila nobenega usposabljanja in pomoči
- trening in izobraževanje
- mentorstvo
- poslovne mreže
- informacije in nasveti

10. *Opreделите dejavnost vašega podjetja (označite)*

- storitveno podjetje
- proizvodnja
- kmetijstvo

11. *Problemi s katerimi se soočate pri poslovanju? (označite ustrezne odgovore)*

- pomanjkanje izkušenj pri poslovanju
- pomanjkanje strokovnega znanja
- nezaupanje v podjetnice
- omejen dostop do financ
- nesprejetje žensk kot podjetnic
- poslovanje z dobavitelji
- pridobivanje kupcev in strank
- drugo.....

12. *Ali je poslovna kariera vplivala na Vaše zasebno življenje? (označite ustrezen odgovor)*

- da
- ne

*Če je kariera vplivala na Vaše privatno življenje prosim označite kako?*

- primanjkovanje časa za družino in prijatelje
- primanjkovanje časa za športne dejavnosti in druge hobije
- pridobitev samozavesti in spoštovanja
- kariera ni imela nikakršnega vpliva na moje privatno življenje
- drugo.....

13. *Je Vaše podjetje bolj ali manj donosno kot podobna podjetja v Sloveniji? (označite ustrezen odgovor)*

bolj donosno	manj donosno
približno enako donosno	ne vem

14. *Ali ste na začetku poslovanja in med samim poslovanjem občutili, da ste v primerjavi z moškimi diskriminirani? (označite ustrezen odgovor)*

- da
- ne
- ne vem

*Če ste se počutili diskriminirani, za kakšno vrsto diskriminacije je predvsem šlo? (označite ustrezne odgovore)*

- pri pridobivanju kapitala
- pri poslovanju s kupci in dobavitelji
- manjše zaupanje v moje sposobnosti
- drugo.....

15. Koliko so Vam pri razvoju podjetja pomagali naslednji posamezniki in ustanove? (označite s križcem)

Pomoč s strani	1	2	3	4	5
Mož oz. partner					
Ožja družina					
Ostali sorodniki					
Prijatelji					
Strokovne in ostale službe					
Občinske oblasti					
Državni organi					

Legenda:

- 1- popolnoma nič
- 2- malo
- 3- nekaj srednjega
- 4- veliko
- 5- ogromno

16. Ocenite, kako pomembni se Vam zdijo naslednji podjetniški cilji? (označite s križcem)

Pomembnost ciljev	1	2	3	4	5
Osebno delovno zadovoljstvo					
Zadovoljstvo s sodelavci					
Povečanje dobička					
Rast podjetja					

Legenda

- 1 povsem nepomembno
- 2 nepomembno
- 3 nekaj srednjega
- 4 pomembno
- 5 zelo pomembno

17. Kateri so po vaše ključni dejavniki, ki zavirajo žensko podjetništvo?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

18. Ali se strinjate s trditvijo, da se ženske pogosto ne odločijo za podjetništvo zaradi družinskih obveznosti. Ustrezno označite!

1

2

3

4

5

*Legenda:*

*1 popolnoma se ne strinjam*

*2 se ne strinjam*

*3 nekaj srednjega*

*4 se strinjam*

*5 popolnoma se strinjam*

18. Kaj bi bilo po vašem mnenju potrebno storiti, da bi se več žensk odločilo za podjetništvo?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

*Pripravila:  
Patricija Halilović*

## 2. ŽENSKI IN MOŠKI STEREOTIPI

<b>ŽENSKI STEREOTIPI</b>	<b>MOŠKI STEREOTIPI</b>
<b>NESPOSOBNOSTI</b>	<b>SPOSOBNOSTI</b>
ni agresivna ni samostojna zelo čustvena ne skriva čustev zelo subjektivna se pusti vplivati zelo poslušna ne mara matematike in znanosti vzkipljiva že v manjših kriznih situacijah zelo pasivna ni tekmovalna zelo nelogična usmerjena na dom ni sposobna za posel zelo nedirektna, hinavska ne ve kako deluje svet čustveno hitro prizadeta ni pustolovska težko odloča hitro joka skoraj nikoli se ne obnaša kot vodja ni samozavestna agresivnost ji povzroči neugodje brez ambicij ni zmožna ločevati čustev od idej zelo odvisna domišljava glede videza je mnenja, da so ženske nadrejene moškimi z moškimi ne govori sproščeno o spolnosti	zelo agresiven zelo samostojen brez čustev skoraj vedno skriva čustva zelo objektivni težko se pusti vplivati zelo dominanten rad ima matematiko in znanost v manjših kriznih situacijah ni vzkipljiv zelo aktiven zelo tekmovalen zelo logičen zelo svetovljanski usposobljen za posel zelo direkten ve kako deluje svet čustveno ni hitro prizadet zelo pustolovski lahko se odloča nikoli ne joka skoraj vedno se obnaša kot vodja zelo samozavesten agresivnost mu ne povzroča nelagodje zelo ambiciozen lahko ločuje čustva od idej ni odvisen ni domišljav glede videza je mnenja, da so moški nadrejeni ženski govori sproščeno o spolnosti
<b>TOPLINA/IZRAŽANJE</b>	<b>RAZDALJA/NEIZRAŽANJE</b>
ne uporablja osornega jezika zelo komunikativna taktna nežna se zaveda občutkov drugih verna usmerjena na svoj videz spoštuje navade rada ima umetnost in književnost lažje izraža nežne občutke	uporablja osoren jezi ni komunikativen zelo robot zelo surov se ne zaveda čustev drugih zanemarja navade zelo glasen majhna potreba po varnosti ne mara umetnosti in književnosti težko izraža nežne občutke

Vir: Voigt Martina: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994

### 3. ZNAČILNOSTI USPEŠNE PODJETNICE

**1. *Disciplina:*** je potrebna za pretvorbo ideje v podjetje, za knjigovodstvo in druge manj prijetne dele poslovanja. Ko ste šef svojega podjetja vas ne bo nihče priganjal k delu, zato morate biti dovolj disciplinirani, da to naredite sami od sebe.

**2. *Mirni živci:*** V podjetništvu gre lahko marsikaj narobe in večina podjetij doživi občasne krize. Če npr. izgubite živce ali postanete frustrirani to le še poveča problem, če pa ostanete mirni lahko hitreje rešite problem in nadaljujete s poslovanjem.

**3. *Občutek za podrobnosti:*** V podjetništvu so navadno tudi najmanjši odhodki pomembni. Če imate občutek za podrobnosti, lahko v majhnem podjetju ohranite nižje potroške kot konkurenca. Osredotočanje na podrobnosti je včasih naporno, vendar če se večino časa osredotočate le na veliko sliko, vas lahko hitro preseneti kakšen problem.

**4. *Toleranca na tveganje:*** V podjetništvu ni nobena stvar zagotovljena. Vodenje podjetja je tvegano in odgovorno delo, saj podjetnica ali podjetnik odgovarja za morebitne napake. Za to je potrebna dobra toleranca na tveganje. To ne pomeni, da morate sprejeti vsako še tako tvegano idejo, vendar morate vedeti koliko tveganja si lahko privoščite in se pri tem še vedno počutite dovolj varno.

**5. *Uravnoveženost:*** Z vsako značilnostjo greste lahko predaleč. Mirnost lahko postane pasivnost, občutek za podrobnosti pa obsedenost. Podjetnica mora znati uravnovežiti značilnosti tako, da z njimi doseže kar največ. Poleg tega mora uravnovežiti še svoje zasebno življenje in morebitno redno službo z vodenjem lastnega podjetja.

To je nekaj lastnosti, ki jih imajo uspešni podjetniki. Nekateri ljudje imajo te lastnosti bolj izrazite, vendar pa se jih da v vsakem primeru tudi naučiti. Za to je potrebna volja in vztrajnost, a na koncu se izplača.

### 4. NASVETI ZA URESNIČEVANJE POSLOVNIH IDEJ

**1. *Ustvarite unikatni način poslovanja.*** Bodite drugačni in boljši od konkurentov. Ugotovite, česa si ljudje želijo in jim poskusite željo uresničiti. Mogoče je to, kar potrebujete, le javna objava cen na internetu ali pa 24 urni telefonski dostop.

**2. *Ljudem pokažite, da ste drugačni od konkurentov.*** Ko boste to storili, podrobnosti vašega marketinškega načrta niti ne bodo več tako pomembne.

**3. *Zavedajte se koliko denarja imate in ne zapravljajte na veliko.*** Pomembno je, da boste s tem denarjem ljudi prepričali, da bodo kupovali vaše izdelke.

**4. *S poslovanjem začnite čim prej.*** Zavedati se morate, da povprečno izveden načrt prinese veliko več denarja, kot odličen, a neizveden načrt.

## DELOVNI ŽIVLJENJEPIS

1. PRIIMEK IN IME: Halilović Patricija
2. DATUM IN KRAJ ROJSTVA: 28.12.1982 Slovenj Gradec
3. DRŽAVLJANSTVO: Slovensko
4. STALNO BIVALIŠČE: Tomšičeva 2 3320 Velenje
5. ELEKTRONSKI NASLOV: patricija.halilovic@uni-mb.si

### 6. IZOBRAŽEVANJE:

- 1997 sem končala osemletno osnovno izobraževanje v OŠ Miha Pintar Toledo.
- 2002 sem na poslovni maturi končala srednjo Ekonomsko šolo program: Ekonomski tehnik in se leta 2002 redno vpisala na visokošolski strokovni program na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru, program: »Poslovna ekonomija«, smer: Podjetništvo.
- Leta 2007 sem diplomirala pri prof. dr. Reberniku z naslovom: »Žensko podjetništvo v Šaleški dolini« in s tem zaključila dodiplomski študij.
- Oktobra 2007 sem pričela s bolonjskim magistrskim študijem, »Ekonomske in poslovne vede«, smer: Podjetništvo in inoviranje, na EPF v Mariboru in z vsemi opravljenimi izpiti dosegla povprečje ocen 9,7.

### 7. ZNANJE TUJIH JEZIKOV:

- Obvladam angleški jezik.

### 8. OSTALA ZNANJA

- Obvladovanje računalniških programov: Microsoft Word, Power Point, Outlook, Internet Explorer, ...
- Urejanje in obdelava podatkov in baz podatkov s programi: Microsoft Excel,...

### 9. DELOVNE IZKUŠNJE

V času rednega izobraževanja sem si poslovne izkušnje pridobivala s priložnostnim delom preko študentskega servisa in delom v času obveznega praktičnega usposabljanja.

Avgust 2006 - Oktober 2006 Gradbeno podjetje Vegrad d.d. (Obvezna praksa).



