

ŽENSKO PODJETNIŠTVO V MALIH IN SREDNJIH PODJETJIH

POVZETEK

Žensko podjetništvo je predmet mnogih razprav, ki se nanašajo na podjetništvo in vse več jih v zadnjem času najde svoje mesto tudi v strokovni literaturi. V prvem delu bom predstavila pomen in vlogo ženskega podjetništva, kot jo opisuje svetovna literatura, v drugem delu pa bom osvetlila posebnosti podjetnic v Sloveniji.

Empirične raziskave v državah članicah OECD kažejo, da predstavljajo mala in srednja podjetja pomemben vir zaposlovanja, inovacij in ekonomskega razvoja. Čeprav žensko podjetništvo postaja pomembna sila v državah članicah OECD, bi bil njihov prispevek lahko še bolj pomemben, če bi bile odstranjene številne ovire. Tako bi lahko bil njihov potencial v polni meri izkoriščen.

Najpomembnejše sile v inoviranju in ustvarjanju delovnih mest so združene v naslednjem: (i) boljše poznavanje ženskega podjetništva; (ii) podpiranje podjetniškega izobraževanja; (iii) odstranjevanje finančnih ovir in podpiranje prenovitvenih orodij za rast ženskega podjetništva; (iv) podpiranje konkurenčnosti med ženskami podjetnicami; (v) olajšanje dostopa na mednarodne in domače trge; (vi) preoblikovanje regulatornega in institucionalnega okolja.

Podjetništvo je zelo pomembno za gospodarski razvoj vsake države. Tudi v Sloveniji bi lahko predstavljalo gonilno silo gospodarske rasti (Strategija razvoja malega gospodarstva, 1996). Zato je zelo smiselno narediti vse za spodbujanje ženskega podjetništva, saj ravno ženske predstavljajo še precej neizkoriščen podjetniški potencial tako v Sloveniji kot v svetu.

Ključne besede: žensko podjetništvo, malo podjetje, srednje podjetje.

1. Uvod

Žensko podjetništvo je predmet mnogih razprav, ki se nanašajo na podjetništvo in vse več jih v zadnjem času najde svoje mesto tudi v strokovni literaturi. Ukvarjajo se z različnimi vidiki tega "pojava", skoraj brez izjeme pa vse skušajo izpostaviti oziroma opozoriti na tiste značilnosti ženskih podjetnic, ki ne sovpadajo s splošnimi karakteristikami podjetnikov. Ženske predstavljajo na svetu polovico človeških virov. To dejstvo

* Duška Šavorn-Radovan, univ. dipl. ekonomistka, Urad R Slovenije za makroekonomske analize in razvoj, Ljubljana.

ima mnogo dimenzij, ki morajo biti upoštevane v sedanjem globalnem ekonomskem in socialnem pogledu. Upravljanje s človeškimi viri, ustvarjalnost, kreativnost in inovativnost predstavljajo najpomembnejše stebre za nadaljnji razvoj in izboljšanje socialnih in ekonomskih pogojev.

Države članice OECD in druge države, se srečujejo z velikimi spremembami in izzivi, ki jih prinaša globalizacija trgov, naraščajoča konkurenčnost in rastoča medsebojna povezava med ekonomijami. Istočasno pa empirične raziskave v državah članicah OECD kažejo, da mala in srednja podjetja predstavljajo pomemben vir za zaposlovanje, inovacije in ekonomski razvoj. Vsi ti potenciali, ki še zdaleč niso izkoriščeni, ker so premalo raziskani, predstavljajo velik izziv pri vodenju ekonomske in socialne politike. Pomen malih in srednjih podjetij bo v prihodnosti vedno bolj naraščal. Porajajo se vedno večji izzivi, ker trgi ne delujejo popolno, nosilci različnih politik vedno ne vodijo politike v pravi smeri in ker obstajajo institucionalne neskladnosti. Vse to pa pomeni neko ločnico nasproti malim in srednjim podjetjem.

Število malih in srednjih podjetij, kjer je lastnica ženska, v zadnjem času narašča. Naraščajo s hitrejšo stopnjo kot celotna ekonomija v mnogih državah članicah OECD. Čeprav žensko podjetništvo postaja pomembna sila v državah članicah OECD, bi bil njihov prispevek lahko še bolj pomemben, če bi bile odstranjene številne ovire. Tako bi lahko bil njihov potencial v polni meri izkoriščen. Njihov prispevek mora biti preizkušen. To pa pomeni uvedbo strukturnih reform predvsem iz treh razlogov:

a. ekonomski

Ženske, lastnice malih in srednjih podjetij, prispevajo k svoji zaposlenosti in/ali zaposlenosti drugih. Mnoga podjetja vlagajo v svoje žensko osebje, vendar jih ne zaposlujejo na visokih upravljaljskih položajih. Zagotavljanje možnosti za te ženske, da se odcepijo in ustanovijo svoje podjetje, je način "kapitaliziranja" njihovih pridobljenih znanj. Samozaposlovanje lahko služi tudi kot način boja proti brezposelnosti.

b. socialni

Ustanovitev podjetja lahko nudi ženskam tudi možnost usklajevanja dela in družinskih obveznosti ter odgovornosti. Vse to prispeva k večjemu družinskemu ugodju in izboljšuje socialno kohezijo. To pomeni, da uravnoteženje poklicnega razvoja in družinskih obveznosti lahko predstavlja izziv za ženske podjetnice.

c. politični

Vzpodbujanje ženskega podjetništva bo pomagalo zmanjšati razlike med žensko in moškim, povečati žensko avtonomijo in dovoliti, da igrajo bolj aktivno vlogo v ekonomskem in političnem življenju dežele.

Pospeševanje pomena in vloge ženskega podjetništva bo okrepilo ekonomijo in lahko postane vir političnega, ekonomskega in socialnega inovatorstva. Ženske podjetnice imajo v primerjavi s svojimi moškimi nasprotniki često drugačen pogled glede organizacije podjetja in njegovega upravljanja zaradi različnih izkušenj in ciljev. To pa predstavlja realen vir inovacij v pogojih upravljaljskega sloga, strukture podjetja, skupnih storitev, uporabe tehnologije itd. V nadaljevanju skušam v prvem delu predstaviti pomen

in vlogo ženskega podjetništva, kot jo opisuje svetovna literatura, v drugem delu pa skušam osvetliti posebnosti podjetnic v Sloveniji.

2. Najpomembnejše sile v inoviranju in ustvarjanju delovnih mest

Najpomembnejše sile v inoviranju in ustvarjanju delovnih mest so združene v naslednjem:

- boljše poznavanje ženskega podjetništva;
- podpiranje podjetniškega izobraževanja;
- odstranjevanje finančnih ovir in podpiranje prenovitvenih orodij za rast ženskega podjetništva;
- podpiranje konkurenčnosti med ženskami-podjetnicami;
- olajšanje dostopa na mednarodne in domače trge;
- preoblikovanje regulatornega in institucionalnega okolja.

2.1. Boljše poznavanje ženskega podjetništva

Navkljub bogastvu različnih informacij je zelo prisotno pomanjkanje primernih in primerljivih statistik in podatkov o ženskem podjetništvu. Na področju ženskega podjetništva primanjkuje statističnih informacij, analiz in raziskav, kar omogoča uporabo vnaprejšnjih ocen in hipotez. Zaradi tega je zelo pomembno pospeševati raziskave in tako zagotoviti boljše obveščanje različnih akterjev in kreatorjev politik o socialnem in ekonomskem pojavu, ki predstavlja realni potencial za prenovitev in ustvarjanje delovnih mest v 21. stoletju.

Izboljšanje podatkov in statistik o ženskem podjetništvu je zelo pomembno za boljše razumevanje prispevka ženskega podjetništva k ekonomski rasti, mednarodni trgovini in ustvarjanju delovnih mest v vseh državah. Predstavljati mora celosten del zbiranja podatkov o malih in srednjih podjetjih.

Zelo težko je dobiti uradni podatek o številu žensk podjetnic za katero koli državo. Pogosto so na razpolago nepopolni podatki, dobljeni na osnovi enostavne analize ali poročila. Trenutno ne obstaja niti ena formalna definicija o malem in srednjem podjetju, ker ni nekega jasnega analitičnega praga (vhoda) za koncept. Podjetja so lahko razvrščena na osnovi njihovega prometa, števila zaposlenih in/ali njihovega pravnega položaja.

Omenjene razmere so delno rezultat zgodovinskih faktorjev ali državljanskih svoboščin, ki so prepovedovala državnim statističnim uradom zbiranje in objavljanje določenih informacij. Za posamezno državo je zelo težko zagotoviti podrobne podatke o dohodku in premoženju po spolu. Organizacija mednarodnega zbiranja podatkov za njihovo medsebojno primerjavo povzroča dodatne probleme pri doseganju skladnosti.

Kvalitetne informacije in statistike so bistvene za zanesljive analize in politiko ter za kontrolo učinkovitosti pobud.

Udeležba žensk v samozaposlovanju je eden od indikatorjev, ki kaže, kaj se dogaja v ženskem podjetništvu. V zadnjih dvajsetih letih se je ta delež spremenil v mnogih

državah članicah OECD. V zadnjih desetih letih (1986-1996) je opazno povečanje ženskega samozaposlovanja, zlasti v Avstraliji in ZDA.

Ženske podjetnice tvorijo pomemben prispevek tudi v manj razvitih državah. Na primer, v Tuniziji igrajo ženske pomembno vlogo pri ekonomskem razvoju. Ženske so močno vključene v kmetijski proizvodnji (odgovorne so za 80% proizvodnje hrane v Afriki, 60% v Aziji in 40% v Latinski Ameriki). Odgovorne so tudi za trgovanje s hrano.

Statistični podatki po spolu so redko na razpolago tudi v tranzicijskih državah. Dokazi kažejo, da so se ženske, ki so bile prizadete s privatizacijo državnih industrijskih podjetij in strukturno brezposelnostjo, preusmerile na podjetništvo. V Romuniji so ženske ustanovile številna podjetja (same ali v povezavi z drugimi).

Kljub izboljšanju pa ženske podjetnice niso bile deležne zadostne pozornosti od državnih in lokalnih oblasti, izobraževalnih ustanov in tudi v svetu ne. Njihove vloge v gospodarstvu še vedno ne jemljejo resno.

2.2. Podpiranje podjetniškega izobraževanja

Stereotype je potrebno spremeniti in gojiti podjetniški duh v vseh šolah in s tem izriniti pasivnost. Potrebno je uvajati netradicionalne, cenovno sprejemljive, široko uporabne metode šolanja in jih posredovati širokemu segmentu ljudi ter jim s tem pomagati najti poslovne možnosti, delo na domu ali študij. Navodila, literatura in motivacijski programi morajo biti uporabni tako, da bodo pospeševali podjetniško razpoloženje na splošno in ne samo v izobraževanju. Inovativne metode (branje revij, komičnih knjig, kasete, knjige, množična sredstva obveščanja in medmrežje) lahko pomagajo vzpodbujati ženske, da pričnejo razmišljati o poklicih in poslovnih odločitvah. Oglaševalske družbe lahko pomagajo spremeniti običajno podobo o ženskah (pasivne in nekonkurenčne). Moderno, kulturno in socialno aktivne ženske, ki so že uveljavljene v svojem poklicu ali stroki, lahko pomagajo vzpodbujati žensko podjetništvo v javnosti, posebno med mlajšo generacijo.

Izobrazba igra zelo pomembno vlogo v zagotavljanju zdržnega gospodarskega razvoja. Zagotavlja strokovna znanja in veščine, ki so potrebna za vzpodbujanje inovativnih potencialov, ki vplivajo na procese globalizacije in socializacije ter omogoča hitrejšo prilagajanje ljudi na morebitne spremembe. Globalizacija poudarja privatni sektor, podjetništvo, trgovino, uporabo tehnologije in sodelovanje med vlado in poslovneži. Zato bi morale vsebovati te cilje celotno formalno ter neformalno izobraževanje (sistemi učenja, ki vključujejo mentorstva, praktična usposabljanja in izobraževanja).

Izobrazba pomembno prispeva k ekonomskemu oživljanju in razvoju. V državah članicah OECD, državah v razvoju ter državah na prehodu, se vlada in privatni sektor zavedata velikega pomena povezave med izobraževanjem in gospodarskim razvojem.

Pravilen sistem izobraževanja predstavlja ključ za vzgojo podjetniškega duha. Pripomore lahko k večjemu številu podjetnikov, ki bodo sposobni inovativno uporabljati znanja, vzpodbuditi samozaposlovanje in ustvariti nova delovna mesta. Razumeti in

pravilno uporabiti različne informacije, ki so na voljo, predstavlja pomemben korak k večji konkurenčnosti podjetij.

Tehnologija predstavlja pomemben vzvod ekonomske rasti. Kreatorji tehnoloških inovacij, ki spreminjajo trgovanje in povzročajo večjo konkurenčnost, so ključ za večjo gibljivost in prilagodljivost, ki je potrebna v sedanjih gospodarstvih. V državah članicah OECD so moški študenti večinoma vključeni v študij tehnologije, matematike, inženirstva in programe računalniške znanosti. Kar nekako ni v navadi, da bi v te sfere prodrle ženske študentke. To omogoča diskriminacijo do tistih študentk, ki se odločajo za omenjene programe študija. Ženske in dekleta morajo biti vzpodbujene, da pridobijo znanja tudi iz tako imenovanih "trdih" znanostih.

Sistem izobraževanja mora biti sprejemljiv za tekoče potrebe in zagotavljati učinkovite programe tako za ženske kot za moške. Pri tem pa igrajo pomembno vlogo vlade, ki bdijo nad formalnim sistemom izobraževanja. Zato je ključnega pomena sodelovanje med vlado ter malimi, srednjimi in velikimi podjetji. Le tako je lahko formalni in neformalni sistem izobraževanja koristen in učinkovito vpet v tekoče zahteve in potrebe.

Izobraževalni sistemi morajo biti prilagodljivi na posebne okoliščine. Uporabljati morajo mešanico klasičnih in netradicionalnih metod. Izobraževalni in učni sistemi ter tehnologija morajo biti dovolj prilagodljivi, da se lahko odzovejo na premike v povpraševanju. Morajo vključevati možnost vsestranskega in vseživljenjskega izobraževanja. Izobraževalni sistem mora zagotoviti, da moški in ženska dosežeta primerljive rezultate.

Dokazi dajejo slutiti, da se ženske bolje učijo, ko se učijo od žensk. Ženske lastnice podjetij vodijo posle na drugačen način in njihove upravljalske tehnike naj bi bile uporabljene za učenje različnih načinov gledanja ob učinkovitih upravljalskih vajah. Leta 1975 je bilo v ZDA ustanovljeno Državno združenje žensk podjetnic, ki je združevalo blizu 8 milijonov žensk podjetnic. Združenje je pomagalo lobirati pri ustanovitvi Pisarne za ženske podjetnice. Pisarna ima preko 65 ženskih demonstracijskih središč, ki zagotavljajo učenje in tehnično pomoč ženskam podjetnicam. S pomočjo medmrežja so pričeli uvajati medsebojno podjetniško izobraževanje na daljavo.

Mentorstvo postaja vedno bolj učinkovita metoda učenja. Ženske podjetnice lahko tako zelo učinkovito svetujejo svojim kolegicam.

Izobraževalni in učni sistemi naj bi vzpodbudili ženske, da bi bolj sistematično uporabljale informacijsko tehnologijo in različne informacijske tehnike. Različne mreže, združenja in povezovanja so ključ za borbo s časom, tehnologijo, časovnimi informacijami in možnostmi.

Bolj zgodaj ko so podjetniška znanja uporabljena, bolj so učinkovita. Otroci, katerih starši so podjetniki, bodo bolj verjetno prej razvili podjetniško obnašanje kakor otroci, katerih starši niso podjetniki. Otroci tudi bolje razumejo poslovanje podjetij, če obiskujejo proizvodna ali tehnološka podjetja. V ZDA so pričeli s pilotskim projektom "Take your daughter to work day", s katerim želijo okrepiti pozitivno vlogo delovne ženske. Ženske je potrebno seznaniti, da imajo druge ženske družino, so poročene in istočasno opravljajo svoj poklic.

2.3. Odstranjevanje finančnih ovir in podpiranje inovativnih orodij za rast ženskega podjetništva

Vlada mora:

- uporabiti svoje vodstvo, biti katalizator, razreševalka problemov in biti tudi udeležena pri riziku;
- ugotoviti, kdo so potencialni partnerji in katere so investicijske priložnosti (to lahko vključuje poslovna mentorstva, najpomembnejše investitorje in finančne posrednike);
- kreirati in dopolniti nove intervencije in finančne storitve, ki bodo podprle žensko podjetništvo in jim omogočile vključitev v vsestranski finančni sistem;
- uporabiti novo telekomunikacijsko tehnologijo kot nek kanal za povezavo investitorjev in žensk podjetnic.

Na splošno imajo lastniki oz. bodoči lastniki malih in srednjih podjetij premajhno osebno premoženje za ustanovitev in financiranje razvoja svojih podjetij. Zato se morajo zadolžiti. Zelo pogosto pa tudi upniki nimajo popolnih informacij o kvaliteti ali namerah potencialnih dolžnikov, zato nastopijo določeni problemi pri podpisovanju pogodb. Upnik mora zbrati podatke o dolžniku in si ustvariti občutek zaupanja. To povzroči višje fiksne in transakcijske stroške za dolžnika, ki so v nasprotju z zahtevano majhno vsoto posojila. Majhna podjetja pogosto nimajo neke vidne predstave o dolgoročnejšem razvoju svojega podjetja. Za banko se to rizično vrednotenje pogosto zdi kot nekakšna igra na srečo.

Čeprav so problemi skupni za oba spola, se ženske spopadajo s težavami predvsem v zbiranju zagonskega kapitala in dostopnosti do financiranja. Razlogov je več:

- večina žensk ustanovi zelo mala podjetja v storitvenih sektorjih in poslujejo predvsem na domačem (lokalnem) trgu;
- ženske se nagibajo k zbiranju manjšega zagonskega kapitala kot moški, kar je posledica težav pri varčevanju, ki je povezano z nižjimi osebnimi sredstvi ali prejšnjim dohodkom, če so bile zaposlene;
- ženske zaprosijo tudi za manjša posojila (v ZDA je bila narejena študija o financiranju malih in srednjih podjetij, ki je pokazala, da od vseh žensk lastnic podjetij jih kar 42% uporablja svoje lastne kreditne kartice za kratkoročno financiranje in 30% financira svoje poslovanje s pomočjo lastnih prihrankov).

Zelo pomembno je proučiti zgoraj navedene probleme, še posebno v primerih, ko trg ne deluje dobro. Pri tem lahko pomagajo vladni programi, ki naj bi bili usmerjeni predvsem v podporo ženskam podjetnicam za lažji dostop do finančnih sredstev. Razne jamstvene sheme lahko zagotavljajo varnost za pospešitev bančnih posojil malim in srednjim podjetjem, ki imajo manjše možnosti za naglo rast. Zato morajo imeti banke neko garancijo (v Franciji obstaja kar nekaj različnih tipov jamstvenih shem - privatni skladi, javni skladi in poseben garancijski sklad za ženske, ki so vključene v kreiranje ali razvoj poslovanja).

Nekatere banke dajo novim podjetnikom posojila, ki jih ne obravnavajo kot običajna posojila (znana je Irska banka, ki daje malim in srednjim podjetjem tovrstna začetna posojila za nove posle).

Obstajajo tudi javni programi na državni in mednarodni ravni. Tudi Švedska vlada podpira žensko podjetništvo na osnovi novega koncepta posojilnih shem. Poleg posojila, sheme vključujejo tudi mentorske projekte, učenje, seminarje itd.

Tudi Evropska komisija se že od leta 1986 ukvarja s problemom ženskega podjetništva in ga skuša reševati s pomočjo programov.

2.4. Podpiranje konkurenčnosti med ženskami podjetnicami

Svet se spreminja in tudi poslovno okolje z njim. V okolju ekonomskih sprememb in negotovosti, ki bodo zahtevale od podjetij, da postanejo bolj gibljiva in prilagodljiva, se organizirajo in povežejo v mreže in bolj prisluhnejo potrebam ljudi, imajo mala in srednja podjetja veliko prednosti. 21. stoletje bo tudi zaznamovano s spremembo vloge žensk, z rastjo števila ženskih podjetnic po vsem svetu, ki bodo postale vir sprememb in inovacij v poslovnem svetu in družbi.

Konkurenčnost malih in srednjih podjetij je odvisna od številnih faktorjev:

- stvarne (otipljive) investicije v tehnološko ustrezno opremo;
- nestvarne (neotipljive) investicije (učinkovita uporaba tehnologije in programov, učinkovita uporaba tržnih informacij in konkurence; izobraževanje osebja, kvalitetna organizacija dejavnosti, R&R);
- inovativnost in prilagodljivost (gibljivost).

Vse te dejavnike je potrebno upoštevati, če naj se popravi sposobnost žensk, da bi začele in razvijale lastno poslovanje in postale konkurenčne.

Ključ za večjo konkurenčnost je dobra organizacija in upravljanje z ljudmi. Nekatere študije v ZDA kažejo, da ženske strukturirajo svoje poslovanje drugače kot moški: imajo običajno bolj plitvo strukturo, uporabljajo soglasnost pri pomembnih poslovnih odločitvah, bolj so pripravljene najemati različno delovno silo in jim nuditi različne ugodnosti. Posvečajo tudi manj časa svojemu poslovanju (odgovorne so za družino, dom in otroke). Ženske so običajno tudi bolj zadržane pri iskanju svetovalcev, ko pričnejo s poslom.

Tehnologija in informacijski sistem sta prinesla velike spremembe tudi v način poslovanja malih in srednjih podjetij (posebno za ženske podjetnice). Medmrežje, elektronsko poslovanje, domače delo preko medmrežja, so samo nekatere pomembne tehnološke inovacije, ki predstavljajo izziv tudi za ženske podjetnice.

Deregulacija telekomunikacij bo pomembno vplivala na znižanje stroškov v malih in srednjih podjetjih. Na tem področju vlada lahko pomembno deluje.

2.5. Olajšanje dostopa na mednarodne in domače trge

Globalizacija ekonomskih aktivnosti odreja podjetjem vstop na nove trge, izrablja njihove tehnološke in organizacijske prednosti in znižuje stroške poslovanja ter tveganja. Mala in srednja podjetja že igrajo pomembno mednarodno vlogo. Direktno proizvedejo okoli 26% izvoza iz OECD in okoli 35% azijskega izvoza. Ženske podjetnice se šele na začetku vključevanja v izvoz. Študije v ZDA kažejo, da so ženske podjetnice, ki so vključene v izvoz, načeloma boljše organizirane, realizirajo večjo prodajo, imajo večje število zaposlenih in dosegajo boljše rast kot tiste ženske podjetnice, ki niso vključene v mednarodno menjavo. V mnogih državah poskuša politika pomagati ženskam na področju izvoza (npr. z ustanavljanjem raznih svetovalnih in informacijskih centrov, akcijami, programi, itd.).

2.6. Preoblikovanje regulatornega in institucionalnega okolja

Ženske so spoznale potrebo po lobiranju za politike in pobude, ki so primerne za delovanje malih in srednjih podjetij. Njihova združenja in ustvarjene mreže so izboljšala njihovo znanje o metodah, s katerimi lahko vplivajo na nosilce javne zakonodaje na lokalni in državni ravni. Preko združenj so ženske pričele vplivati na procese odločanja. Ženske so v vedno večji meri vključene tudi v najbolj pomembnih debatah. Vlade v nekaterih državah so dopolnile pobude, ki bodo v pomoč ženskam podjetnicam.

Mala podjetja porabijo mnogo preveč svojega časa za administrativne in regulativne zadeve in postopke. Zato je potrebna večja gibkost in prilagodljivost regulatornega okvira predvsem za mala in srednja podjetja. V državah na prehodu sta regulatorna rigidnost in zaostajanje v prilagoditvi tržnemu sistemu zelo resni oviri za žensko podjetništvo in mala podjetja.

Ustvarjanje nove strukture za široko zasnovani ekonomski razvoj zahteva, da moški in ženske skupaj vlagajo v človeške vire, tehnologijo ter znanje.

3. Značilnosti ženskih podjetnic v Sloveniji

V Sloveniji prihaja žensko podjetništvo v ospredje šele po letu 1988, saj pred tem zakonodaja sploh ni dovoljevala ustanavljanja podjetij v zasebni lasti. Prehod v tržno gospodarstvo je v Sloveniji, podobno kot drugod, spremljala visoka brezposelnost. Iskalci zaposlitve so svoj položaj reševali s samozaposlovanjem in tako se je pri nas začelo razvijati tudi žensko podjetništvo.

V literaturi razvitih tržnih gospodarstev je žensko podjetništvo redkeje omenjeno, še slabše pa je to področje zastopano v slovenskih delih. Glede na to, da je ta pojav v Sloveniji še sorazmerno mlad, je razumljivo, da še ni ustrezno navzoč v slovenskih strokovnih delih. Ravno zaradi pomanjkanja znanj o ženskem podjetništvu so se na Ekonomski fakulteti v Ljubljani (RCEF) odločili omenjeno problematiko osvetliti s pomočjo različnih empiričnih raziskav. V nadaljevanju podajam nekatere ugotovitve iz članka M.Glas, M.Drnovšek (1999): *Slovenian Women as Emerging Entrepreneurs in*

nekatero ugotovitve iz Poročila o človekovem razvoju - Slovenija, 1999, Urad za makroekonomske analize in razvoj.

3.1. Družbeno ozadje in demografske značilnosti

Povprečna starost ženske podjetnice v Sloveniji je 39,2 let, kar ne odstopa bistveno od svetovnega povprečja. Nekoliko manjša kot v nekaterih razvitih državah zahodne Evrope je starost podjetnic ob ustanovitvi podjetja, kar bi lahko pojasnili z dejstvom, da se je v Sloveniji žensko podjetništvo začelo razvijati pravzaprav hkrati s procesom tranzicije in je takšen zamik v starosti navzdol logičen. Ženska se odloči za podjetništvo često na osnovi močne podpore njene družine in moža.

Na osnovi številnih raziskav v svetu je tipična predstavnica ženskih podjetnic poročena in ima dva otroke. Tudi v Sloveniji ni bistvenih odstopanj. Skoraj tri četrtine podjetnic v Sloveniji je namreč poročenih, imajo pa enega ali dva otroke.

Statistični podatki v Sloveniji ne razporejajo poslovnih enot po spolu, zato ne moremo statistično dokazati, da delež žensk med vsemi podjetniki v malih podjetjih v Sloveniji narašča. Tako statistični podatki skrivajo nekatera pomembna dejstva:

- ženske usmerjajo svoje izobraževanje v tradicionalne ženske sfere in zelo počasi vstopajo v tehnične smeri;
- tipična feminizacija nekaterih industrijskih panog, za katere se smatra, da zahtevajo manj izobraženo delovno silo, delovna mesta pa so relativno slabo plačana (tekstilna industrija 61,4%, usnjarska industrija 76,6%, storitve, izobraževanje in kultura 67,3% in zdravstvo 81,9%);
- obstajajo razlike v plačah med moškimi in ženski;
- ženske v Sloveniji so bile običajno izključene iz podjetniških položajev;
- ekonomske razmere so silile velik del žensk, da so se pridružile delovni sili. Zaradi nizke produktivnosti in plač sta morala oba starša delati, da sta lahko zagotovila normalno življenje družini.

V obdobju tranzicije se ne spreminjata samo gospodarstvo in politični sistem, ampak se obenem spreminja tudi položaj žensk in moških. Na začetku tranzicije, ko je bila registrirana brezposelnost še pod 5%, je bilo žensk med brezposelnimi manj kot moških. Od leta 1993, ko jih je bilo 43,8%, se delež brezposelnih žensk zvišuje v vseh izobrazbenih razredih, najbolj pa je tranzicija prizadela ženske z najnižjo stopnjo izobrazbe. Regiji, ki najbolj izstopata po stopnji brezposelnosti žensk, sta Obalno-kraška (predvsem zaradi stečajev podjetij) in Zasavska regija (z zapiranjem rudnikov rjavega premoga).

Na drugi strani pa delež zaposlenih žensk kljub temu ostaja visok, vendar pa se absolutno število zaposlenih žensk zmanjšuje. Horizontalna in vertikalna segregacija še vedno ostajata med ključnimi problemi na trgu delovne sile. Ženske še vedno prevladujejo v t.i. feminiziranih dejavnostih, kjer predstavljajo več kot polovico zaposlenih. Tako ženske prevladujejo predvsem v storitvenem sektorju (zdravstvo in socialno varstvo, izobraževanje in kultura itd.), enaka kot pred leti pa ostajajo razmerja tudi v industriji: ženske še vedno prevladujejo v usnjarskih in tekstilnih dejavnostih.

Statistični podatki o strukturi delovno aktivnega prebivalstva skozi devetdeseta kažejo, da se povečuje število delodajalk, samozaposlenih in zaposlenih oseb, pri čemer je opaziti najmanj sprememb v kategoriji samozaposlenih žensk. Samozaposlene ženske je mogoče razdeliti na dve značilni skupini: na visoko izobražene, ki so v samozaposlitvi našle možnost razvoja poklicne kariere (zlasti na področju informacijske tehnologije in poslovnih storitev), in na ženske z nižjimi stopnjami izobrazbe. Te so v samozaposlitvi našle možnost za lažje usklajevanje zaposlitve in družinskih obveznosti tako, da so se začele ukvarjati z novimi dejavnostmi v kmetijstvu, opravljati različne socialne storitve (npr. varstvo na domu) ipd.

Zanimivi so podatki o izobrazbi slovenskih podjetnikov, ki potrjujejo heterogenost različnih skupin in s tem tudi zelo različen potencial za rast. Prav ti podatki ilustrirajo tudi zaostajanje slovenskih podjetnikov za najbolj razvitimi državami, kar narekuje odločne ukrepe v podjetniškem izobraževanju.

Slovensko prebivalstvo kaže v splošnem sorazmerno nizko raven formalne izobrazbe, zlasti na visokošolski ravni. Vse ankete kažejo, da pa gre na drugi strani pri podjetnikih za izrazito visoko izobražen del populacije, zlasti med dinamičnimi podjetniki. Še najnižjo raven kaže skupina samozaposlenih, ki so se odločili za podjetje ob izgubi zaposlitve. Podjetnice se uvrščajo v sredino z boljšimi podatki (nizek delež podjetnic s poklicno šolo). Sicer pa podatki kažejo naslednje: čeprav so podjetniki bistveno bolj izobraženi od povprečja, zelo zaostajajo za menedžerji, iz česar bi lahko domnevali, da so se mnogi podjetniki odločili za lastno podjetje, ker so čutili bariere v napredovanju po menedžerski lestvici. V Sloveniji je mogoče zaznati, da ima v tradicionalni menedžerski karieri formalna izobrazba večjo težo kot motiviranost, fleksibilnost in druge možnosti. Ambicioznim posameznikom, ki so izpadli v šolskem sistemu, pa te možnosti ponuja prav lastno podjetje.

Tabela 1
Izobrazba podjetnikov v Sloveniji (v %)

Raven izobrazbe	Slovensko prebivalstvo po popisu (1991)	Dinamični podjetniki (1994)	Podjetniki (1997)	Samozaposlitve - na podjetja (1997)	Ženske podjetnice (1997)
Osnovna šola	47,7	1,0	0,9	7,3	-
Poklicna šola	19,7	2,0	18,6	27,8	7,5
Srednja šola	23,7	38,0	47,0	40,5	50,9
Visja šola	4,6	26,0	19,0	12,2	14,2
Visoka šola	4,3	27,0	14,1	12,2	26,4
Podiplomski št.	n.a.	5,0	-	-	-
Velikost vzorca (št. enot)		150	221	205	106

Vir: Statistični letopis, 1998; Žižek, Liechtenstein (1994); Glas, Cerar (1997); Glas, Petrin (1998).

Sorazmerno nizka izobrazba kaže na to, da je potencial za podjetniški talent, ko izločimo zaposlene v vodstvih podjetij in v državnih institucijah, sorazmerno skop. To tudi pojasnjuje stagnacijo po letu 1994, ko se je spontani val podjetništva izčrpal, podjetniška osnova, zlasti za bolj tehnološko in ekspanzivno naravnane podjetnike, pa je ostala skromna. Ponovno oživljanje večjih podjetij in njihova morebitna odprtost za notranje podjetniške projekte, privlačnost procesov združevanja, možnost zaposlovanja v finančnih organizacijah, tudi mednarodna kariera, bodo v prihodnje omejevali rast podjetništva, če ne bomo bolj učinkovito razvijali izobraževanja in usposabljanja. Ti podatki nesporno dokazujejo, da je za nadaljnjo rast malega gospodarstva, zlasti njegovega dinamičnega dela, nujno:

- spodbuditi proces večjega vključevanja mladih generacij v visokošolsko izobraževanje;
- uveljavljati proces podjetniškega usposabljanja za starejše generacije, ki se ne bodo ponovno vključile v formalno izobraževanje (razen na podiplomski ravni);
- osredotočenje na nekatere skupine, ki so dobro izobražene, vendar še niso v taki meri sodelovale v podjetniškem razcvetu (ženske, mladi po dokončanem procesu šolanja, ko izbirajo kariero);
- poglobiti proces svetovanja podjetnikom, ki naj presega njihove omejitve v izobrazbi;
- razvoj podjetniških mrež zaradi izmenjave izkušenj, skupnega razvoja projektov, ki združujejo razpršene vire (R&R, promocija izvoza, razvoj kvalitete, ipd.).

Poleg same ravni izobrazbe je zanimiva tudi njena smer in vrsta znanj podjetnikov. Zlasti dinamični podjetniki izhajajo iz tehnične smeri (58%), veliko jih je tudi z ekonomsko/poslovno izobrazbo (25%). Podjetnice izhajajo v dosti večji meri iz družboslovnih ved, saj je njihova struktura naslenja: tehnična in naravoslovna (31%), ekonomsko/poslovna (34%) in družboslovna (23%).

Tabela 2
Povprečni mesečni prejemki žensk iz delovnega razmerja (moški = 100)

poklic	delež
Vodje v upravi - ženske	82,0
Drugi delavci/ke v upravi - ženske	57,0
Računovodje - ženske	79,1
Direktorji/ice - predsednice - ženske	69,6
Zdravniki/ice spl.prakse - ženske	78,3
Zdravniki/ice special. - ženske	82,6
Finan. strokovnjaki/inje - ženske	75,1

Vir: UZP, 1999.

Kljub zakonsko določeni enakosti po spolu v Sloveniji še vedno o(b)stajajo razlike v plačah, ob sicer enaki stopnji strokovne usposobljenosti ali stopnji šolske izobrazbe. Ženske so leta 1996 prejemale 86.7% povprečne plače moškega. Če si ogledamo podatke

iz leta 1991, ko so ženske prejemale 88.7% povprečne plače moškega, vidimo, da tranzicija ni bistveno spremenila neenakosti plač med spoloma. Vendar pa je lahko ta podatek zavajajoč. Razlika med moško in žensko plačo je v primerjavi z drugimi evropskimi državami sicer sorazmerno spodbuden statističen podatek, vendar je treba opozoriti, da so zaposlitev v glavnem obdržale ženske srednjih let z višjo stopnjo izobrazbe in temu ustrezno višjimi plačami (Lokar, 1995). In po podatkih sodeč je ravno to skupina žensk, ki je tudi drugače deležna najmanjše neenakosti.

Vzrokov za taka nesorazmerja je več, problematika pa zelo kompleksna in slabo raziskana. Vsebina dela, težke in posebno težke delovne razmere, terensko, izmensko in nočno delo, dežurstva, dolžina delovne dobe, odgovornost itd. so razlogi, ki prispevajo k višjim plačam moških v primerjavi z ženskami.

3.2. Značilnosti ženskega podjetja

Slovenske podjetnice se za lastno podjetje pogosto odločajo iz podobnih razlogov, kot to velja za žensko podjetništvo na splošno: nezadovoljstvo z delom v državnem oz. družbenem podjetju (v svetu razočaranje v prejšnji službi) in možnost izkoristiti priložnost.

Pri ustanavljanju podjetja vodi ženske tudi v Sloveniji želja po neodvisnosti in osebnem zadovoljstvu, medtem ko denar, kariera, status, ugled ali prestiž nista tako pomembna kot pri moških podjetnikih. Podjetje obravnavajo kot pomemben oziroma edini vir družinskega dohodka, iz česar bi lahko sklepali, da pri nas prevladujejo podjetnice "proti svoji volji" (vzroki za odločitev so 'push' faktorji; zunanji dejavniki, ki jih potiskajo v to).

Tudi po nekaterih drugih značilnostih podjetja in poslovanja je mogoče podjetnice v Sloveniji uvrščati med tipične podjetnice, kot jih opredeljujejo mnoge raziskave v svetu. Tako so ženska podjetja v Sloveniji v glavnem majhna (6-10 zaposlenih), kar izhaja iz nagnjenosti podjetnic k netveganju. Tipična ženska podjetnica se ukvarja s storitveno dejavnostjo, lastni prihranki so najpogostejši vir financiranja, ženska pa je zelo pogosto izključna lastnica podjetja, vendar redkeje kot moški. Slednje je mogoče povezati z omejenimi viri financiranja, s katerimi se srečujejo ženske podjetnice tudi v Sloveniji, čeprav je to bolj ali manj značilno za vse podjetnike v Sloveniji. Poleg nezadostnih finančnih virov slovenske podjetnice motijo tudi neugodni državni predpisi, ovira pa jih tudi slaba ponudba sposobnih delavcev.

3.3. Žensko podjetništvo in podpora

V Sloveniji 71% anketiranih podjetnic potrjuje, da obstaja vpliv poslovne kariere na osebno in družinsko življenje (Hribar, 1997). V svetu moralno podporno mrežo podjetnic tvorijo družina in prijatelji. Mož je pogostokrat tudi ključni dejavnik pri odločitvi za začetek lastnega delovanja. V Sloveniji ženske podjetnice navajajo močno podporo zakonskih partnerjev, otrok in staršev. Predvsem ima velike zasluge za ustanovitev podjetja mož, tako po moralni, kot tudi po finančni plati (glej Tabelo 3).

Tabela 3**Ženske podjetnice - podpora pri ustanovitvi podjetja**

Pomen	Podpora pri ustanovitvi podjetja	Stopnja podpore*
1	Mož	3,48
2	Otroci	3,08
3	Starši	3,01
4	Prijatelji	2,77
5	Družba	2,07

Vir: Hribar, 1997.

* Opomba: Stopnja podpore 1-4: 4 - močna podpora, 1 - ni podpore.

Problem se v Sloveniji pojavlja, ko pridemo do podpore, ki naj bi jo nudile različne institucije, saj je ta zelo majhna. Čeprav so ženske močno, predvsem pa množično podpirale politične odločitve v začetku devetdesetih, pa o njih ne moremo govoriti kot o političnih subjektih ali nosilkah tega gibanja. Še posebej ne, če vemo, da so ženske v trenutku, ko se je nova politična moč preselila v vlado in parlament nove države, dobesedno izginile iz njiju.

3.4. Ženske podjetnice – ocenitev poslovne učinkovitosti in problemi

Za ocenitev ekonomske vloge ženskih podjetnic v Sloveniji so bili analizirani finančni rezultati gospodarskih družb za leti 1997 in 1998.

Tabela 5**Gospodarske družbe v Sloveniji - struktura po spolu**

Leto	Mala podjetja	Ženske upravljalke podjetij	%	Moški upravljalci podjetij	%	Mešano upravljalstvo podjetij	%
1997	34.791	8.060	23,2	25.320	72,8	1.411	4,1
1998	34.820	6.052	17,4	22.883	65,7	5.885	16,9

Vir: Glas in Drnovšek (1998,1999) - preračuni avtorjev iz finančnih poročil za leti 1997 in 1998.

Delež ženskih podjetij, ki dosega v Sloveniji okoli 23%, je podoben kot v nekaterih razvitih evropskih državah, na primer v Nemčiji. Ženske se nagibajo k ustanavljanju manjših podjetij. Delež mešanih podjetij se je v letu 1998 močno povečal v primerjavi s predhodnim letom, kar povzroča dodatne probleme pri direktni primerjavi strukture po spolu. Podjetja, ki jih upravljajo ženske, so se zgomela v določenih sektorjih (Glas in Drnovšek, 1999). Delež žensko upravljanih podjetij je bil še posebno majhen v proizvodnji baznih kovin, strojev in opreme, prometnih sredstev in v proizvodnji predelave lesa (7,9% - 12,5%), višji pa je bil v proizvodnji (48,7%) in prodaji (29,3%)

tekstila in tekstilnih proizvodov. Podjetja, ki jih upravljajo ženske, so se zgostila v prodaji na debelo (23,5%) in prodaji na drobno (31,1%).

3.5. Motivacija in razlogi za podjetništvo oziroma za samozaposlitev

Že dolgo je odprto vprašanje o dejavnikih, ki človeka silijo, da dela, vlaga napore in porablja svoje sile za uresničitev zastavljenih ciljev. Motivacija je vedno eno osrednjih vprašanj. Ko vpeljujemo podjetništvo, moramo na vseh ravneh družbenega delovanja uveljaviti tudi nov način razmišljanja o spodbujanju delavcev za podjetništvo. Če želimo raziskati področje motivacije za podjetništvo, moramo poznati notranje dejavnike podjetnika, ki so med seboj povezani in se jih ne da strogo ločiti, običajno pa zajamejo in oblikujejo celotno vedenje podjetnika. Ti so:

- podjetniške potrebe (spreminjajo človekovo obnašanje, dajejo moč in določajo cilje)
- zaznave (osebno gledanje na stvari, psihični vtis)
- stališča (miselna in velikokrat čustvena naravnost posameznika, ki oblikuje njegovo obnašanje)
- motivi (hotenja, ki se porajajo v človekovi zavesti ali podzavesti na podlagi njegovih potreb in usmerjajo njegovo delovanje).

V podjetniku so prisotni tako notranji kot zunanji motivi. Prevladujoči so predvsem notranji motivi - želja po uspehu, dosežkih, rešitvi problema in uresničitvi izboljšave.

Tabela 6

Motivi za ustanovitev lastnega podjetja v raznih raziskavah

Motivi za ustanovitev	Dinamični podjetniki (1994)	Podjetniki (1997)	Samozaposlitve - ne osebe (1997)	Ženske podjetnice (1997)	Obrtniki (1999)
Dosežki - želel je uporabiti svoje zmožnosti	33	45	16	46	11
Neodvisnost - hotel je delati na svojem	30	69	35	65	49
Denar - želel je večji zaslužek	11	19	8	26	22
Kariera/varnost - najboljša prihodnost	11	17	-	24	5
Ekonomska nujnost - ni imel drugih pravih možnosti	4	12	53	13	10
Kontrola - hotel je postati šef	2	1	-	-	1
Status/prestizj - višje na družbeni lestvici	2	2	-	12	3
Drugo	8	-	24	7	-
Velikost vzorca	150	221	205	106	51

Vir: Žižek, Liechtenstein (1994); Glas, Cerar (1997); Glas, Petrin (1998), Glas (1999).

Med ljudmi prevladuje mnenje, da je glavni motiv delovanja uspešnih podjetnikov zaslužek, denar. Vendar so raziskovalci podjetništva na podlagi analiz velikega števila primerov ugotovili, da denar skoraj nikoli ni poglavitni motiv podjetniškega vedenja. Denar podjetniku pomeni neodvisnost, svobodo in hkrati možnost, da realizira svoje ideje, poleg tega pa mu potrjuje tudi njegove sposobnosti.

Spodbujanje za podjetništvo je proces, ki povzroča, da se ljudje obnašajo in delujejo podjetniško; to pomeni, da s pomočjo vgrajene potrebe po uspehu (dosežku), podjetniških sposobnostih, znanja ter sredstev iščejo in kombinirajo proizvodne dejavnike tako, da realizirajo donosne podjetniške priložnosti ter s tem prispevajo k razvoju gospodarstva in družbe (Plut, 1995).

Če primerjamo te motive, ki jih kaže tabela, s tistimi, ki jih omenja literatura, izstopajo naslednje značilnosti:

- dinamični podjetniki (elita malega gospodarstva) so želeli uporabiti svoje možnosti in biti pri tem čim bolj neodvisni;
- samozaposleni, kot "najnižja podjetniška skupina", so bili v podjetništvo potisnjeni, ker so izgubili zaposlitev, bili pa so tudi nagnjeni k avtonomiji;
- obrtniki so predvsem tisti, ki so želeli neodvisnost, tudi motiv zaslužka je pri njih močnejše zastopan. To so posamezniki, ki so bili v privatnem sektorju še pred prvim podjetniškim valom v 90-ih letih;
- motivi žensk podjetnic so precej podobni motivom podjetnikov v splošnem, nekaj močnejša je težnja po denarju in karieri, kar spet dejansko opozarja na problem diskriminacije žensk in njihovo potrebo po tem, da se uveljavijo in dokažejo.

Ti rezultati kažejo, da je potreben diferenciran pristop do različnih skupin podjetnikov, ki se dejansko odločajo zaradi različnih motivov in zato razvijejo tudi izrazito različne podjetniške enote.

Težnja k podjetništvu je v veliki meri izvirala iz zavor za razvoj korporacijskega notranjega podjetništva. V Sloveniji je precej prisoten avtoritativen pristop menedžmenta, družbena podjetja niso bila nagnjena k razvijanju podjetniških mrež; pri dilemi ali proizvajati v okviru podjetja ali preko kooperacije, so bila podjetja izrazito nagnjena k zaprtosti, kar se je še zaostriло ob težavah s presežki zaposlenih. Hkrati niso spodbujali izrazito inovativnega gibanja v podjetju, predvsem zaradi prevladujočega egalitarizma. To okolje je dejansko spodbujalo k odločitvi za samostojna podjetja, kjer fleksibilni posameznik ni bil soočen s temi zavorami. Rezultati anket med podjetniki kažejo značilne razloge za ustanovitev lastnega podjetja:

- dinamični podjetniki so predvsem sledili priložnosti oziroma so bili frustrirani z delom ali plačo v prejšnjem večjem (družbenem) podjetju;
- "povprečni" podjetniki so največkrat želeli izkoristiti svoje zmožnosti, ki v večjem podjetju niso prišle do izraza;
- ženske podjetnice so bile predvsem frustrirane pri delu v družbenem podjetju, kar lahko kaže na prisotnost spolne diskriminacije;
- obrtniki so blizu strukturi razlogov povprečnih podjetnikov, saj gre predvsem za

uresničitev zmožnosti, bistveno manj za same priložnosti, medtem ko njihova odločitev ni v bistveni meri izsiljena kot edina možnost.

Tabela 7
Razlogi za ustanovitev lastnega podjetja po raznih raziskavah

Razlogi za ustanovitev	Dinamični podjetniki (1994)	Podjetniki (1997)	Ženske podjetnice (1997)	Obrtniki (1999)
Videl je donosno priložnost in jo realiziral	37	19	32	13
Frustracije z delom v družbenem sektorju	20	22	41	9
Nezadovoljstvo s plačo, hotel je večji zaslužek	8	11	10	6
Starši/sorodniki so imeli privatno podjetje	8	15	16	8
Malo drugih priložnosti za delo, edina izbira	4	15	4	8
Brezposeln, izgubil je delo, ali pa je to pričakoval	2	11	17	3
Želel je izkoristiti svoje možnosti	-	54	-	39
Želel je prispevati k blaginji okolja	-	5	-	3
Drugi razlogi	37	-	11	-
Velikost vzorca	150	221	106	51

Vir: Žižek, Liechtenstein (1994); Glas, Petrin (1998), Glas (1999); Frelj (1999).

Pri analizi teh anketnih rezultatov so potrebni zadržki, kajti diktacije v vseh anketah niso bile povsem identične, običajno so anketiranci lahko navedli dva, včasih le en odgovor (dinamični podjetniki). Različnost odločitve za lastno podjetje še v večji meri kažejo anketni rezultati o motivih, ki so vodili podjetnike pri ustanovitvi podjetij.

4. Sklep

Podjetništvo je zelo pomembno za gospodarski razvoj vsake države. Tudi v Sloveniji bi lahko predstavljalo gonilno silo gospodarske rasti (Strategija razvoja malega gospodarstva, 1996). Zato je zelo smiselno narediti vse za spodbujanje ženskega podjetništva, saj ravno ženske predstavljajo še precej neizkoriščen podjetniški potencial tako v Sloveniji kot v svetu. V tem smislu bi v Sloveniji morali po eni strani usmerjati napore v odpravljanje splošnih ovir za ustanavljanje in razvoj ženskih podjetij, po drugi strani pa bi se morali še posebej posvetiti reševanju težav, ki so specifične za žensko podjetništvo v Sloveniji.

LITERATURA

- Frelj, P., 1999. *Ekonomska vloga in razvojne možnosti obrti v Sloveniji*. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani, Ljubljana.
- Glas, M., Cerar, M., 1997. *The Self Employment Programme in Slovenia: Evaluation of Results and an Agenda for Improvement*. Babson Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Babson, Mass.
- Glas, M., Petrin, T., 1998. *Entrepreneurship: New Challengers for Slovene Women*. Babson Dauffman Foundation Entrepreneurship Research conference, Gent, May 20-24.
- Glas, M., 1999. *Slovenski podjetnik*. GEA College, Ljubljana.
- Glas, M., Drnovšek, M., 1999. *Malo gospodarstvo v Sloveniji: Pričakovanja in dosežki*. Ekonomska fakulteta (RCEF), Ljubljana.
- Glas, M., Drnovšek, M., 1999. *Slovenian Women As Emerging Entrepreneurs. Working Papers*. Ekonomska fakulteta (RCEF), Ljubljana.
- Glas, M., 2000. *Dodatna gradiva za podjetništvo in malo gospodarstvo*, Ljubljana.
- Hribar, V., 1997. *Žensko podjetništvo v Sloveniji*. Diplomsko delo. Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
- Ministrstvo za gospodarske dejavnosti, 1996. *Strategija razvoja malega gospodarstva v Sloveniji*, Ljubljana.
- OECD Proceedings, 1998. *Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises*. Conference on Women Entrepreneurs in SMEs: A Major Force in Innovation and Job Creation, Paris.
- Plut, T., Plut, H., 1995. *Podjetnik in podjetništvo*. Znanstveno in in publicistično središče, Ljubljana.
- Urad za makroekonomske analize in razvoj, 1999. *Poročilo o človekovem razvoju – Slovenija 1999*, Ljubljana.
- Urad za žensko politiko, 1999. *Ženske in moški v Sloveniji. Pogled skozi prizmo števil*. Ljubljana.
- Žižek, J., von Lichenstein, H., 1994. *Venture Capital & Entrepreneurship in Central & East Europe*. 750 Central and East European Dynamic Entrepreneurs Database Survey. Schiphol: EFER.