

GOOD PRACTICES HANDBOOK

Fostering the Young Women Entrepreneurship
in the Danube Region



Oznaka dokumenta:	D.4.1.3 Priročnik dobrih praks
Delovni sklop, aktivnost:	WP 4 Vrzeli in priložnosti Aktivnost 4.1: Prepoznavanje dobrih praks razvijanja podjetništva med mladimi ženskami
Avtorji	<p>Mariya Zlateva (Regionalna agencija za podjetništvo in inovacije – Varna, Bolgarija)</p> <p>Claudia Krobath (Innovation Region Styria GmbH, Avstrija)</p> <p>Sandra Mur (Tehnološki park Varaždin, d. o. o., Hrvaška)</p> <p>Lisa Zordel (Bwcon GmbH, Nemčija)</p> <p>Nora Mezofi (Panonska univerza, Madžarska)</p> <p>Iulian Groposila (Združenje malih in srednjih podjetij Constanta, Romunija)</p> <p>Amna Potočnik (Mariborska razvojna agencija, Slovenija)</p> <p>Melika Husić - Mehmedović, Maja Arslanagic - Kalajdzic, Lejla Turulja in Amra Kapo (Ekonomska fakulteta Univerze v Sarajevu, Bosna in Hercegovina)</p> <p>Silvia Cangea (Organizacija za razvoj malih in srednjih podjetij, Moldavija)</p>
Datum:	September 2020

Kazalo

1	UPORABLJENE OKRAJŠAVE IN POJMI.....	4
2	PREDMET DOKUMENTA.....	5
3	UVOD.....	6
4	UPORABLJENA METODOLOGIJA	8
5	DOBRE PRAKSE PODPIRANJA PODJETNIŠTVA MED MLADIMI ŽENSKAMI.....	13
	Women Call 2018.....	14
	Inkubator poslovnih idej YEP (Projekt zaposlovanja mladih)	16
	Nagrada Entrepregirl Award	19
	Mala šola podjetništva za ženske	22
	Pripravljene na kodiranje – šola kodiranja za dekleta in ženske	24
	Odskočna deska banke Budapest Bank – o programu Finance za ženske in razvoju podjetniških veščin med ženskami	26
	Pilotni program Ženske v podjetništvu	28
	Nacionalni in mednarodni elitni poslovni klubi.....	30
	Podjetniško usposabljanje za ženske s terciarno izobrazbo: Podjetnost je ženskega spola	33
	Podjetno v svet podjetništva	35
6	ŠTUDIJE PRIMEROV.....	39

1 UPORABLJENE OKRAJŠAVE IN POJMI

BWCON	Bwcon GmbH
DP	Dobra praksa
EWC	Center ženskega podjetništva
IRS	Innovation Region Styria GmbH
ME	Ministrstvo za gospodarstvo, Bolgarija
MRA	Mariborska razvojna agencija
PBN	Panonsko združenje podjetniških mrež
PIMM	Združenje malih in srednjih podjetij Constanta
ODIMM	Organizacija za razvoj malih in srednjih podjetij
RAPIV	Regionalna agencija za podjetništvo in inovacije – Varna
SEBS	Ekonomska fakulteta Univerze v Sarajevu
ŠGZ	Štajerska gospodarska zbornica
TLE	Transnacionalni učni dogodek
TPV	Tehnološki park Varaždin, d. o. o.
UOC	Univerza OVIDIUS v Constanti
UP	Panonska univerza
VFU	Svobodna univerza v Varni Chernorizets Hrabar
YWE	Podjetništvo med mladimi ženskami

2 PREDMET DOKUMENTA

Ta dokument izhaja iz metodologije, uporabljene v projektu ŽENSKÉ V PODJETNIŠTVU, za analizo, izbor, opisovanje in ocenjevanje dobrih praks (DP-jev). Namen projekta ŽENSKÉ V PODJETNIŠTVU je skozi skupni učni proces razviti inovativne modele usposabljanja, ki bodo glavno orodje pri spodbujanju podjetništva med mladimi ženskami in glavni del centrov ženskega podjetništva. Poleg tega bodo preverjene dobre prakse podlaga za razvoj Programa politik s priporočili.

V prvem delu priročnika je opisana metodologija, ki so jo vsi partnerji uporabili za prepoznavanje, izbor in opisovanje dobrih praks podpiranja podjetništva med mladimi ženskami v devetih državah. V drugem delu je opisanih deset dobrih praks spodbujanja podjetništva med mladimi ženskami, ki so jih ocenili partnerji in potrdili člani svetovalnega odbora. DP-ji so navedeni po državah in abecednem redu ter na podlagi notranjih kod držav. Več podrobnosti o vseh 43 DP-jih je predstavljenih v podatkovni zbirki, ki je na voljo na spletni strani projekta: <http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/women-in-business/section/good-practices-database>, vključno z naslednjimi vidiki:

- naziv DP-ja,
- nosilec DP-ja,
- trajanje DP-ja,
- povezava do ciljev projekta,
- namen DP-ja,
- ciljne skupine,
- opis DP-ja,
- sredstva, potrebna za izvedbo DP-ja,
- dokazi o uspešnosti DP-ja,
- možnosti za učenje ali prenos,
- kontaktni podatki nosilca DP-ja.

Dobre prakse spodbujanja podjetništva med mladimi ženskami so partnerji prepoznavali na podlagi skupno določenih meril. Hkrati so partnerji na učnih dogodkih pridobili vpogled v izbrane DP-je. Najboljše prakse med temi so bile potrjene na transnacionalnih projektnih dogodkih in bodo vključene v priročnik, ki bo predstavljal bazo znanja pri razvoju Programa politik.

Dobra praksa doda vrednost organizaciji dogodka in vključuje prepoznavanje nalog, ki jih je treba opraviti, da je dogodek dobro organiziran, ter zagotavljanje, da so te naloge opravljene dosledno in redno.

3 UVOD

Projekt DTP2-048-1.2 ŽENSKÉ V PODJETNIŠTVU – Spodbujanje podjetništva med mladimi ženskami v Podonavju je sofinanciran iz skladov Evropske unije (ESRR, IPA, ENI) na podlagi drugega razpisa transnacionalnega programa INTERREG Podonavje 2014–2020. Njegov namen je mlade ženske z inovativnimi idejami spodbuditi, da ustanovijo in razvijejo lastno podjetje in uspejo na trgu, ter z različnimi pristopi izboljšati njihove veščine na področju podjetniških in družbenih inovacij, predvsem z ustanovitvijo centrov ženskega podjetništva in z razvojem inovativnih modelov usposabljanja.

Projektni konzorcij sestavlja 14 partnerjev iz 9 držav Podonavske regije, združuje pa nacionalne in regionalne ter javne in zasebne organizacije in univerze.

Glavni nosilec

- Regionalna agencija za podjetništvo in inovacije – Varna, Bolgarija

Partnerji ESRR

- Innovation Region Styria GmbH, Avstrija
- Svobodna univerza v Varni Chernorizets Hrabar, Bolgarija
- Tehnološki park Varaždin, d. o. o., Hrvaška
- bwcon GmbH, Nemčija
- Mariborska razvojna agencija, Slovenija
- Štajerska gospodarska zbornica, Slovenija
- Panonsko združenje podjetniških mrež, Madžarska
- Panonska univerza, Madžarska
- Združenje malih in srednjih podjetij Constanta, Romunija
- Univerza OVIDIUS v Constanti, Romunija

Partner IPA

- Ekonomska fakulteta Univerze v Sarajevu, Bosna in Hercegovina

Partner ENI

- Organizacija za razvoj malih in srednjih podjetij, Moldavija

Pridruženi partner

- Ministrstvo za gospodarstvo, Bolgarija

V razvojni fazi projekta ŽENSKE V PODJETNIŠTVU so partnerji opredelili naslednje glavne težave, s katerimi se ženske spoprijemajo pri ustanavljanju in širjenju svojih podjetij:

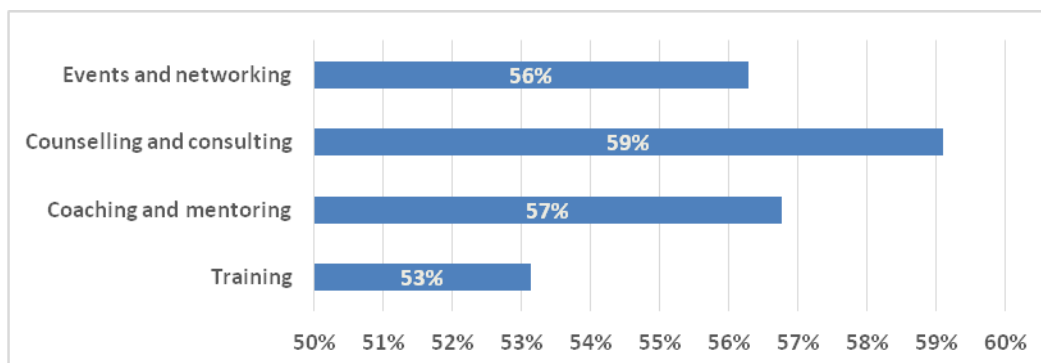
- kontekstualne ovire – stereotipi o ženskah, tradicionalni pogledi na vlogo ženske v družbi,
- ekonomske ovire – težave pri dostopu do financiranja, še posebej v znanosti in tehnologiji,
- mehke ovire – pomanjkanje dostopa do ustrezne podjetniške podpore in mrež, pomanjkanje podjetniških usposabljanj, pomanjkanje osebnih/podjetniških veščin ipd.

Glede na rezultate raziskave, izvedene v okviru razvoja transnacionalne raziskave o trenutnem stanju podjetništva med mladimi ženskami, ki vključuje devet partnerskih držav – Avstrijo, Bosno in Hercegovino, Bolgarijo, Hrvaško, Nemčijo, Madžarsko, Moldavijo, Romunijo in Slovenijo, je v teh državah pet največjih ovir za ženske, ki se podajajo v podjetništvo ali v njem delujejo:

1. pomanjkanje prihrankov,
2. težave pri dostopu do financiranja in visoki davki,
3. pomanjkanje informacij, kako ustanoviti podjetje,
4. pomanjkanje podjetniških veščin,
5. negotovost glede prihodnosti v primeru ustanovitve lastnega podjetja (pomanjkanje samozavesti).

Največja ovira v okviru kompetenc je pomanjkanje informacij, kako ustanoviti podjetje, čemur sledi pomanjkanje podjetniških veščin. Presenetljivo anketiranke tradicionalnih pogledov na vlogo ženske v družbi ne dojemajo kot velike ovire. Med mehкими ovirami je za njih največja težava **negotovost glede prihodnosti v primeru ustanovitve lastnega podjetja, ki ji sledi tveganje izgube ravnotežja med delom in zasebnim življenjem.**

Anketiranke so lahko izbirale, kakšno pomoč potrebujejo/želijo za izboljšanje svojih podjetniških veščin. Izbirale so lahko med usposabljanji, coachingom in mentorstvom, svetovanjem ter dogodki in mreženjem, pri čemer so lahko izbrale tudi več možnosti.



Največ jih je odgovorilo, da potrebujejo svetovanje, najmanj pa jih je izbralo usposabljanje. Vendar pa vse navedene oblike pomoči pri podjetniških podvigih potrebuje več kot 50 % žensk iz vzorca.

Pri usposabljanju je večina anketirank izbrala eno ali dve področji, na katerih želijo napredovati. Ni presenetljivo, da bi se **največ anketirank rado izpopolnilo na področju financ in finančnega načrtovanja**, vendar pa so bila prepoznana tudi druga področja, kjer bi imelo usposabljanje pozitiven učinek, na primer **vodenje, trženje, računovodstvo, podjetništvo in družbeni mediji** v poslu. Pri tem je zanimivo, da v tem delu vprašalnika ni bilo občutnih razlik med različnimi skupinami držav.

Anketiranke so izbrale osem najzanimivejših poslovnih področij med trinajstimi predlogi. Anketiranke so družbene medije v poslu kot novejšo poslovno področje prepoznale kot enega od pomembnejših področij za svojo podjetniško kariero. Anketiranke so kot zelo pomembne veščine, ki jih v karieri potrebujejo, prepoznale tudi osebno rast, pisanje, spopadanje s stresom in pogajanja.

4 UPORABLJENA METODOLOGIJA

O celotnem procesu iskanja ustreznih DP-jev so se partnerji dogovorili in ga opredelili v Priročniku o dobrih praksah. Proces je razdeljen na različne zaporedne korake:

1. opredelitev področja uporabe in cilja naloge,
2. analiza trenutnega stanja v državah/regijah partnerjev,
3. opredelitev nacionalnih/regionalnih potreb in prednostnih nalog na posameznem področju,
4. prepoznavanje, zbiranje in opis DP-jev,
5. evalvacija DP-jev glede na opredeljene potrebe.

Prve tri točke so povezane s predhodnim delom partnerjev na podlagi rezultatov raziskave in intervjujev, ki so bili izvedeni v povezavi z razvojem transnacionalne raziskave o trenutnem stanju podjetništva med mladimi ženskami.

Vse prakse, ki jih projektni partnerji opredelijo v okviru programa ŽENSKE V PODJETNIŠTVU, morajo biti skladne z definicijo, kot je opredeljena v Priročniku o dobrih praksah: *»Dobra praksa predstavlja pobudo, npr. metodologijo, projekt, proces ali tehniko, ki se je že izkazala kot uspešna in ima potencial za prenos na druga geografska območja. Uspešnost dobre prakse je dokazana, ko je ta dala otipljive in merljive rezultate pri doseganju določenih ciljev.«*

Da bi prakso označili za DP, mora ta torej biti:

- ✓ **ustrezna** za uporabo in cilje projekta ŽENSKE V PODJETNIŠTVU,
- ✓ **pomembna** z določenega vidika (vpliva, metodologije, procesa, inovativnosti itd.),
- ✓ **prenosljiva** (učinkovita in izvedljiva v drugačnih lokalnih razmerah).

Treba je poudariti, da se uspešnost dobre prakse lahko ugotovi, ko je ta zaključena in preverjena. Vendar pa je v določenih situacijah kot DP mogoče prepoznati tudi aktivnosti, ki še potekajo, če je bil dosežen že delni cilj in obstajajo dokazi o njihovi uspešnosti.

Pomembna je tudi prenosljivost prakse. Pri tem je treba poudariti, da nobene dobre prakse ni mogoče preprosto ponoviti, saj so te značilne za svoje okolje. Zato je treba vsako dobro prakso oceniti z vidika ustreznosti glede na nacionalne/regionalne potrebe in prednostne naloge, učinkovitosti ter prenosljivosti. Zato mora opis DP-ja vključevati element, ki omogoča ocenitev te dobre prakse.

Aktivnost glede dobrih praks ima dva glavna namena:

- (1) raziskati ukrepe, ki so na voljo mladim ženskam na področju podpore podjetništva, in določiti prenosljive elemente ter
- (2) boljše razumeti učinkovitost shem z vidika malih in srednjih podjetij.

Izobraževalni cilji lahko pokrivajo niz različnih vrst načrtovanih učnih izidov:

- prenosljive osebne veščine obsegajo tako medosebne kot osebne veščine pa tudi večino podjetniških spretnosti,
- konceptualno znanje in veščine so znani tudi kot metodološki,
- poznavanje in razumevanje področja,
- posebne veščine,
- motivacija in odnos.

Natančna opredelitev DP-jev je ključnega pomena za uspeh procesa, saj bodo izbrani, ustrezno analizirani, opisani in ocenjeni DP-ji temelj za izdelavo modelov usposabljanj in priporočil v okviru Programa politik.

Za prepoznavanje DP-jev se uporablja več metod: pregled literature in internetnih virov, konference, neposredno znanje, intervjuji s strokovnjaki in deležniki, obstoječe podatkovne zbirke. Prepoznavanje DP-jev je dolg raziskovalen proces, ki se izvaja postopno, v različnih smereh in vključuje izčrpno beleženje zbranih informacij po korakih. Za zadostno poznavanje DP-jev so potrebne podrobne informacije, vendar podrobnosti v literaturi/internetnih virih pogosto manjkajo in so morali partnerji zato navezati neposreden stik z razvijalci/nosilci DP-jev.

Vsi partnerji so prepoznali **43 primerov dobrih praks**, ki ustrezajo namenu transnacionalnega učenja. Večino teh praks so predstavili na šestih dogodkih, namenjenih transnacionalnemu učenju, ki so potekali v različnih državah partnerjev.

Dobre prakse smo tudi primerjali, da bi prepoznali tiste, ki so najbolj učinkovite pri podpiranju podjetništva med mladimi ženskami. Elementi, ki so se upoštevali pri preverjanju, ali je obisk izpolnil pričakovanja, so:

- **Ustreznost predstavljenih DP-jev glede na nacionalne/regionalne potrebe in ovire** – izpostavljeno je bilo, da se ocena uporabnosti in ustreznosti posameznega DP-ja lahko razlikuje glede na prednostne naloge ter prepoznane potrebe posamezne države/regije.
- **Pomembnost vpliva DP-ja** – posamezni elementi vpliva se lahko razlikujejo med različnimi DP-ji znotraj projekta, toda vprašanje pri tem kriteriju mora biti: na katere dele podjetništva med mladimi ženskami je DP zares vplival? Je vpliv v tej ciljni skupini mogoče izmeriti?
- **Inovativnost DP-ja** – glede na trenutni položaj držav/regij partnerjev.
- **Uspešnost in učinkovitost DP-ja** – tu se meri, kako in v kolikšni meri je DP dosegel želeni cilj glede na dodeljena sredstva.
- **Prenosljivost DP-ja** – oprijemljiva možnost prenosa konceptov, značilnih za DP, v kontekstu partnerjeve države/regije.

Po vsakem transnacionalnem učnem dogodku je bila vsaka dobra praksa ocenjena z izpolnitvijo razdelka C. Ocena predstavljenih DP-jev glede na nacionalne/regionalne potrebe iz Aneksa I Predloga za poročilo o transnacionalnem učenju Priručnika o dobrih praksah.

V zadnji fazi so partnerji predlagali in člani svetovalnega odbora potrdili vseh 43 DP-jev, vključenih v podatkovno zbirko, 10 praks, ki so bile v posameznih državah najvišje ocenjene, pa je predstavljenih tudi v tem priručniku.

BEST PRACTICES FOR YOUNG WOMEN ENTREPRENEURSHIP SUPPORT



5 DOBRE PRAKSE PODPIRANJA PODJETNIŠTVA MED MLADIMI ŽENSKAMI

Št.	Naziv DP-ja	Nosilec DP-ja	Država
1	Women Call 2018	Deželna vlada Štajerske	Avstrija
2	Inkubator poslovnih idej YEP (Projekt zaposlovanja mladih)	GOPA mbH – Predstavništvo v BiH/projekt zaposlovanja mladih je financiralo švicarsko veleposlaništvo	Bosna in Hercegovina
3	Nagrada Entrepregirl Award	Bolgarski center žensk v tehnologiji	Bolgarija
4	Mala šola podjetništva za ženske	Mednarodna ženska poslovna mreža	Hrvaška
5	Pripravljene na kodiranje – šola kodiranja za dekleta in ženske	Ready to Code e.V.	Nemčija
6	Odskočna deska banke Budapest Bank – O programu Finance za ženske in razvoju podjetniških veščin med ženskami	Fundacija za razvoj malih podjetij SEED	Madžarska
7	Pilotni program Ženske v podjetništvu	Organizacija za razvoj malih in srednjih podjetij (ODIMM)	Moldavija
8	Nacionalni in mednarodni elitni poslovni klubi	Elite Business Women (EBW)	Romunija
9	Podjetniško usposabljanje za ženske s terciarno izobrazbo: Podjetnost je ženskega spola	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo ter Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve Republike Slovenije	Slovenija
10	Podjetno v svet podjetništva	Mariborska razvojna agencija in Regionalna razvojna agencija za Koroško, d. o. o.	Slovenija

Women Call 2018



Država

Avstrija



Področje ukrepanja

Ukrep politike za zagotavljanje podpore



Trajanje

2018 – še traja



Nosilec

Deželna vlada avstrijske Štajerske



Prepoznal

Innovation Region Styria GmbH



Opis dobre prakse

Namen razpisa Women.Life.Regions 2018 (Women Call 2018) je bil prispevati k ustreznemu upoštevanju različnih življenjskih slogov žensk, pozitivno vplivati na življenjske okvirne pogoje na regionalni ravni, vzpostaviti bolj raznolike razvojne in prihodnje perspektive, zmanjšati dohodkovno neenakost ter izboljšati družbeno in politično vključenost žensk v avstrijsko štajerskih regijah.

Za nadaljnji razvoj avstrijske Štajerske, krepitev njene konkurenčnosti in povečanje dodane vrednosti je nujno v regiji zadržati mlade, predvsem mlada dekleta. Namen je tudi dodatno izboljšati možnosti usklajevanja dela in družine ter zagotavljanje njihove ekonomske samostojnosti. Financiranje je pogosto velika ovira za žensko podjetništvo, primanjkuje programov podpore, ki so prilagojeni ženskam. Razpis z ustreznim financiranjem podpira ženske pri izvedbi konkretnih projektov.



Namen

-
- Zagotavljanje vključenosti žensk v regionalni trg dela
 - Povečati delež žensk med strokovnim in vodstvenim kadrom
 - Odpravljanje plačne vrzeli med ženskami in moškimi
 - Večja zastopanost žensk v organih odločanja

Ciljna skupina

Lokalne oblasti, pravne osebe, partnerstva in družbe civilnega prava

Ključni dejavniki uspeha

-
- Razpis je odprt za različne uresničljive regionalne ideje žensk.
 - Pozitivno dojemanje finančnih mehanizmov.

€ Potrebna finančna sredstva

1.000.000 EUR

Vrste projektov in finančna pomoč:

- Projekti vrste A: do 70-odstotno financiranje konkretnih regionalnih izvedbenih projektov, kot so na primer vzorčne iniciative in pilotni projekti, katerih skupna vrednost presega 10.000 EUR, z najvišjim zneskom financiranja 150.000 EUR.
- Projekti vrste B: majhni projekti s skupno vrednostjo do 2.500 EUR. Največji delež financiranja je 100 %.

Dokazi o uspešnosti

27 projektov je pridobilo skupaj 1.000.000 EUR.

Kontakt:

A17 Landes- und Regionalentwicklung Referat für Landesplanung und
Regionalentwicklung Trauttmansdorffgasse 2, A 8010 Gradec
tel.: +43 316 877 36 44
E-pošta: abteilung17@stmk.gv.at

Inkubator poslovnih idej YEP (Projekt zaposlovanja mladih)



Država

Bosna in Hercegovina



Področje ukrepanja

Potrebe po usposabljanju



Trajanje

2018 – še traja



Nosilec

GOPA mbH – Predstavništvo v BiH/projekt zaposlovanja mladih je financiralo švicarsko veleposlaništvo.



Prepoznal

Ekonomska fakulteta Univerze v Sarajevu



Opis dobre prakse

Projekt zaposlovanja mladih (YEP) izvaja nemško podjetje GOPA mbH, financira pa ga Švicarska agencija za razvoj in sodelovanje. Vključuje strateško sodelovanje z 32 lokalnimi skupnostmi v BiH in 6 javnimi zavodi za zaposlovanje, njegov namen pa je razviti spodbudno podjetniško okolje, ki bi pripeljalo do številnih novih kakovostnih delovnih mest prek samozaposlovanja. Naloge YEP:

1. Razvoj metodologije in vsebin ali programa posebnih podjetniških usposabljanj inkubatorja poslovnih idej YEP
2. Splošno usklajevanje dejavnosti
3. Zagotavljanje strokovnih in materialnih sredstev za usposabljanje in mentorstvo
4. Zagotavljanje finančnih sredstev za tehnično podporo in start-upe
5. Zagotavljanje mentorstva in strokovne podpore (vključno s promocijskim paketom) po postopku registracije podjetja

Naloge lokalne skupnosti:

1. Usklajevanje in zagotavljanje dostopa do administrativnih in logističnih sredstev v posamezni lokalni skupnosti
2. Logistična podpora in strokovno sodelovanje v mentorskem programu
3. Javna promocija programa

4. Zagotavljanje finančne pomoči

Naloge javnih zavodov za zaposlovanje:

1. Javna promocija programa
2. Spremljanje rezultatov
3. Strokovno sodelovanje pri usposabljanjih in mentorstvu, vključenost v predstavitev poslovnih idej

Namen

- o Krepitev podpornih sistemov za podjetništvo.
- o Povečanje števila in izboljšanje kompetenc podjetnikov, ki ustanavljajo novo podjetje ali razvijajo start-up.
- o Izboljšanje okolja za ustanavljanje novih podjetij v Bosni in Hercegovini.

Ciljna skupina

Odprt za vse zainteresirane, pri čemer se v okviru javnega razpisa še posebej spodbuja mlade ženske.

Ključni dejavniki uspeha

- o Sodelovanje različnih pomembnih deležnikov.
- o Zadostno število lokalnih skupnosti je privolilo v podporo z vlaganjem javnih sredstev v program.
- o Celosten nabor podpornih instrumentov.

Potrebna finančna sredstva

430.000 EUR



Dokazi o uspešnosti

- Finančna pomoč je bila odobrena za 155 poslovnih načrtov.
- 600 mladih na usposabljanjih.
- Ustanovljenih več kot 100 podjetij.

Kontakt:

Ranko Markuš

Tel./Faks: +387 (0) 33 207 812

Mobilni tel.: +387 (0) 61 065 111

E-pošta: ranko.markus@yep.ba

Nagrada Entrepregirl Award



Država

Bolgarija



Področje ukrepanja

Potrebe po usposabljanju



Trajanje

2013 – še traja



Nosilec

Bolgarski center žensk v tehnologiji



Prepoznal

Regionalna agencija za podjetništvo in inovacije – Varna



Opis dobre prakse

Projekt Entrepregirl se zgleduje po nagradi Digital Woman of Europe, ki jo je leta 2013 na forumu ICT2013 Digital Agenda for Europe od podpredsednice Evropske komisije in evropske komisarke za digitalno agendo Neelie Kroes prejela Sasha Bezuhanova.

Desetim predhodno izbranim idejam je ponujena priložnost, da se na spletnem zasedanju, ki poteka v živo, predstavijo strokovni žiriji in svetu. Pogoji sodelovanja:

- starost od 16 do 25 let,
- sodelujoči morajo do določenega roka izpolniti in oddati prijavnico, prijavnice se sprejema samo v angleškem jeziku,
- sodelujoči morajo imeti dostop do visokokakovostne internetne povezave za namene spletne predstavitve ideje (pitching).

Poslovna ideja ni omejena na nobeno področje – lahko se nanaša na družbene, kulturne, poslovne, digitalne ali katerekoli druge teme. Ni omejitev glede državljanstva. Tekmovanje je odprto za vse države. Potek tekmovanja:

1. Pettedensko obdobje za oddajo prijave na tekmovanje Entrepregirl.
2. V dveh tednih od prejema zadnje prijave žirija predhodno oceni projekte, kot je opisano. Nato izbere deset finalistov – dekleta, katerih projekti so bili najboljše ocenjeni.
3. Deset finalistk ima teden dni časa, da pripravijo predstavitev v obliki, ki jim najbolj ustreza, ter da v sedmih minutah predstavijo sebe in svoj projekt

na ekskluzivnem spletnem dogodku v živo (pitching).

4. Med spletnim dogodkom, namenjenim predstavitvi poslovne ideje, žirija prisluhne vsem desetim finalistkam in se odloči, katera bo prejela nagrado.

Namen

Povečanje poklicne udeležbe deklet in žensk na visokotehnološkem področju ter reševanje problema pomanjkanja strokovnjakov za IT, s čimer bomo prispevali h konkurenčnosti Bolgarije in celotne Evrope.

Ciljna skupina

Dekleta, stara od 16 do 25 let, ki imajo poslovno idejo in so toliko pogumne, da so jo pripravljene deliti.

Ključni dejavniki uspeha

Inovativen pristop, razvit za namene spodbujanja podjetništva mladih žensk (YWE) na specifičnem področju (spletna predstavitev poslovne ideje ali pitching).

Potrebna finančna sredstva

Finančne vire so zagotovili Bolgarski center žensk v tehnologiji (BCWT) in pokrovitelji tekmovanja. Tekmovanje je bilo organizirano s finančno podporo DELL EMC, SAP in časnika Financial Times.

Dokazi o uspešnosti

- Več kot 200 deklet se je udeležilo tekmovanja.
- Več kot 50 deklet je prejelo podporo v obliki nagrade.
- 6 podeljenih polnih štipendij za dekleta s tehnološko idejo v novi sezoni predpospeševalnega programa.

Kontakt:

Sasha Bezuhanova,

E-pošta: hello@bcwt.bg

<http://entrepregirlbg.com/>

Mala šola podjetništva za ženske



Država

Hrvaška



Področje ukrepanja

Potrebe po usposabljanju



Trajanje

2018 – še traja



Nosilec

Mednarodna ženska poslovna mreža



Prepoznal

Tehnološki park Varaždin



Opis dobre prakse

Mednarodna ženska poslovna mreža je neprofitna organizacija, posvečena podjetnicam in poslovnim ženskam. Partnerji, ki se zavzemajo za izvajanje dobre prakse, so Hrvaška gospodarska zbornica in mreža Enterprise Europe Network.

Glavni cilji usposabljanja so:

- Naučiti ženske, kako zagnati svoje podjetje in kaj je potrebno zato, da postanejo uspešne podjetnice.
- Udeleženke povezati z drugimi ženskami.
- Povečati njihovo samozavest in okrepiti vodstvene sposobnosti.
- Zagotoviti jim podporo v obliki mentorstva.
- Zagotoviti jim nepovratna sredstva, da ustanovijo podjetje.

Osrednje teme: pravo, računovodstvo, promocija, prodaja, veščine NLP, coaching, družbena omrežja, miselni vzorci, Google AdWords, poslovna komunikacija, javno nastopanje itd.

Trajanje osnovnega in nadaljevalnega modula je 4 dni/vsak, dvakrat na leto.



Namen

Niz različnih predavanj, namenjenih ženskam, ki želijo ustanoviti svoje podjetje, in ženskam, ki so svoje podjetje ustanovile v preteklih treh letih.

Ciljna skupina

- Ženske, ki so ustanovile lastno podjetje.
- Ženske, ki želijo ustanoviti lastno podjetje.
- Ženske, ki se želijo učiti in spoznati, kako je biti podjetnica.

Ključni dejavniki uspeha

- Opredelitev primernih strank
- Zagotovitev informacij
- Izmenjava znanja in izkušenj

€ Potrebna finančna sredstva

10.000 €/letno

Dokazi o uspešnosti

- Več kot 400 žensk se je udeležilo šole.
- Mednarodna konferenca, ki je potekala 28. 5. 2019 in se je udeležilo 200 žensk iz Srbije, Bosne in Hercegovine ter Hrvaške.

Kontakt:

Ivana Radić

Mednarodna ženska poslovna mreža

Predsednica

Telefon: +385 91 923 77 01

E-pošta: ivana@mrezazena.com

www.mrezazena.com

Pripravljene na kodiranje – šola kodiranja za dekleta in ženske



Država

Nemčija



Področje ukrepanja

Potrebe po usposabljanju



Trajanje

2018 – še traja



Nosilec

Ready to Code e.V.



Prepoznal

bwcon GmbH



Opis dobre prakse

Ready to Code e.V. je mlado združenje iz Stuttgarta, ki si je zadalo za cilj navdušiti dekleta in mlade ženske za programiranje in tehnologijo. Njegova ekipa je sestavljena iz strokovnjakov, ki prihajajo iz organizacije Social Impact Lab Stuttgart, in tesno sodeluje z lokalnim mladinskim centrom Jugendhaus Mitte in organizacijo CodeDoor, ki zagotavlja izobraževalne štipendije skupinam, ki niso zadostno zastopane v tehnologiji.

Ready to Code dekletom in mladim ženskam ponuja podporo in jih nauči, kako kodirati, ter jih spodbuja k temu, da se bolje seznanijo s področjem informacijske tehnologije, na katerem v Nemčiji še zmeraj prevladujejo moški. Odkar so si pobudniki združenja Ready to Code pred letom in pol zamislili, da ustanovijo združenje, redno poteka mesečno srečanje za ženske iz Stuttgarta, ki so ga poimenovali Cocktails & Code. Cocktails & Code poteka vsako tretjo sredo v mesecu na različnih lokacijah. Hkrati potekajo tudi delavnice Girls Day. Zaradi vedno večjega zanimanja za delavnice, predvsem na odročnih območjih, ki so težko dostopna z javnim prevozom, je Ready to Code razvil nabor orodij za delavnico spletnega oblikovanja in načrtuje usposabljanje za vodje usposabljanj, ki bo namenjena učiteljem na šoli, da bodo lahko delili pridobljeno znanje.



Namen

- o Naučiti dekleta in ženske kodiranja.

-
- Jih opolnomočiti, da bodo verjele vase in se bodo znale postaviti zase.
 - Povezati dekleta in ženske ter Ready to Code z drugimi organizacijami ter pobudami z namenom izmenjave idej in izkušenj.

Ciljna skupina

Dekleta in mlade ženske

Ključni dejavniki uspeha

Tutorji pri Ready to Code, ki vsi delajo kot prostovoljci ter navdihujejo druge, da sledijo svoji poti, vlagajo svoj čas in izkušnje, pa tudi veliko strasti in potrpljenja.

€ Potrebna finančna sredstva

Ni podatkov

Dokazi o uspešnosti

- Več kot 300 žensk sodeluje v skupini Cocktail & Code.
- Več kot 70 deklet je sodelovalo na delavnicah.
- 4 različne teme delavnic, ki trajajo od dveh ur do enega tedna.

Kontakt:

Lena Mohr

E-pošta: lena@readytocode.org

<https://www.instagram.com/readytocode/>, <http://readytoco.de/index.html>

Odskočna deska banke Budapest Bank – O programu Finance za ženske in razvoju podjetniških veščin med ženskami



Država

Madžarska



Področje ukrepanja

Potrebe po usposabljanju



Trajanje

2010 – še traja



Nosilec

Fundacija za razvoj malih podjetij SEED,
Budapest Bank



Prepoznal

Panonska univerza



Opis dobre prakse

Program Odskočna deska je bil uveden v sodelovanju med Budapest Bank in SEED. Pravzaprav njegovi začetki segajo že v leto 2004, ko je program pod okriljem SEED zasledoval iste cilje. SEED je odgovoren za organizacijo akreditiranih usposabljanj; Budapest Bank pa trenutno zagotavlja finančno podporo. Program Odskočna deska je bil vključen v obsežnejši dvoletni program v sklopu Operativnega programa za družbeno obnovo v letih 2012–2014 (TÁMOP. – 1.4.3-10/1-2F – 2011-0012).

Program je osnovan na zapletenem sistemu usposabljanj, v katerem ženske podjetnice prejmejo najkoristnejše in najbolj praktične informacije ter znanje, ki jim omogočajo, da se podajo na pot podjetništva ali preoblikujejo svoj obstoječi posel (model). V okviru 90-urnega akreditiranega programa ženske prejmejo znanje z različnih poslovnih področij. Ob zaključku šesttedenskega usposabljanja so udeleženske sposobne predstaviti svoj poslovni načrt in začeti podjetniško pot. Kandidatke za program izbere posebna komisija.

Poleg usposabljanj v sklopu programa Odskočna deska se organizira tudi druge dogodke in usposabljanja (npr. usposabljanja, osredotočena samo na IT ali poslovni model), ki so dostopna vsem.

Namen

Povečanje podjetniškega potenciala žensk in razvoj ključnih kompetenc na področju poslovnega načrtovanja, IT, komunikacije in mreženja

Ciljna skupina

Ženske podjetnice

Ključni dejavniki uspeha

- Tradicija in ugled usposabljanja.
- Program je bil prepoznan kot primer dobre prakse s strani Evropskega inštituta za enakost spolov (EIGE) in Evropske fundacije za usposabljanje (ETF).
- Tekoče dejavnosti trženja in promocije.

Potrebna finančna sredstva

Ni podatkov

Dokazi o uspešnosti

- 570 žensk je zaključilo program.
- 200 novih podjetnic.
- 1500 sledilcev na Facebooku (stran banke Budapest Bank).
- Zadovoljstvo (98 % anketirank meni, da je program zelo učinkovit).

Kontakt:

Tibor Balázs

E-pošta: tbalazs@seed.hu

<http://www.dobbantoprogram.hu/>

<https://seed.hu/en/project/dobbanto>

Pilotni program Ženske v podjetništvu



Država

Republika Moldavija



Področje ukrepanja

Ukrep politike za zagotavljanje podpore



Trajanje

2016–2019



Nosilec

Organizacija za razvoj malih in srednjih podjetij (ODIMM)



Prepoznal

Organizacija za razvoj malih in srednjih podjetij (ODIMM)



Opis dobre prakse

Zagotavljanje celovite finančne in nefinančne podpore ženskam v svetu podjetništva v obliki nepovratnih sredstev za investicije in s tem povezane poslovno-razvojne storitve. Podpora naj bi prispevala k trajnostnemu ohranjanju zaposlitve v podjetjih, ki jih vodijo ženske, in ustvarjanju novih delovnih mest.

Za vsako od ravni podjetniške podpore so načrtovani naslednji pogoji za udeležbo v programu:

- Podpora v fazi priprave start-upa: Ženske, ki načrtujejo ustanovitev in registracijo podjetja v 12 mesecih od vložitve prijave za podporo –

usposabljanja in coachingi, s katerimi želimo ženske pripraviti na ustanovitev podjetja za namene investiranja.

– Podpora v fazi ustanovitve start-upa: Podjetja, ki so bila registrirana pred manj kot dvema letoma in jih vodijo oziroma jih imajo v lasti ženske ali v večini zaposlujejo ženske – naložbe ali podpora za razvoj podjetja, ki je manjšega obsega in je namenjena zmanjševanju tveganj zgodnjega poslovnega neuspeha in pripravi na rast podjetja.

– Faza rasti podjetja: Dejavnost podjetja, ki so bila registrirana pred več kot dvema letoma in jih vodijo oziroma jih imajo v lasti ženske ali v večini zaposlujejo ženske ter hkrati pričakujejo, da se bo njihov promet in/ali število zaposlenih v naslednjih 18 mesecih povečalo, bodisi zaradi širitve trga, izvoza ali inovacij – nadaljnje večje kapitalske naložbe, namenjene rasti trga in izvozni konkurenčnosti, s ciljnim nudenjem svetovanja, s čimer želimo zagotoviti največji možni učinek investicije.

Namen

Zagotavljanje celovite finančne in nefinančne podpore ženskam v svetu podjetništva v obliki nepovratnih sredstev za investicije in s tem povezane poslovno razvojne storitve.

Ciljna skupina

Ženske, ki prihajajo iz različnih moldavskih regij.

Ključni dejavniki uspeha

- Izkušnje v ustvarjanju in izvajanju podpornih programov za MSP (s strani organizacij)
- Podpora v vseh fazah razvoja podjetja (podpora v fazi priprave start-upa, podpora v fazi ustanovitve start-upa, faza rasti podjetja)
- Celosten pristop
- Naknadna finančna pomoč in podpora
- Individualna podpora za vsakega kandidata

Potrebna finančna sredstva

Predvideni skupni stroški za izvedbo programa v treh letih: 2,34 milijona evrov.

Dokazi o uspešnosti

- Neposredna pomoč je bila zagotovljena:
 - 400 start-upov v fazi priprave
 - 200 start-upov odobrenih

-
- 10 podjetij v fazi rasti
 - Podpora na prvi stopnji – faza priprave start-upa:
 - 408 žensk je prejelo pomoč pri ustanavljanju podjetja
 - 179 žensk je registriralo novo podjetje
 - 443 ustvarjenih delovnih mest
 - Podpora na drugi stopnji – start-up:
 - 2 razpisa za zbiranje predlogov za nepovratna sredstva za naložbe manjšega obsega
 - 100 žensk je imelo v lasti/je vodilo podjetja, ki so prejela pomoč
 - 337 ustvarjenih ali ohranjenih delovnih mest

Kontakt:

Eugenia Sili, vodja programa

E-pošta: Eugenia.sili@odimm.md www.odimm.md

Nacionalni in mednarodni elitni poslovni klubi



Država

Romunija



Področje ukrepanja

Potrebe po usposabljanju



Trajanje

2016 – še traja



Nosilec

Elite Business Women (EBW)

Prepoznal

Ovidius University of Constanta

Opis dobre prakse

EBW je nastal kot spletna skupnost in se je razvil v največje podjetje za ženske podjetnice v Romuniji, ki je prisotno na mednarodni ravni. Danes obstaja več kot osem elitnih poslovnih klubov – med drugim jih je šest v Romuniji, eden v Londonu in eden v Lizboni. Znotraj teh klubov je na vsakem od dogodkov podjetnicam omogočeno tkanje poslovnih odnosov, ustvarjanje partnerstev in novih podjetij ter pridobivanje strokovnega znanja in poslovnih izkušenj.

Podjetnice potrebujejo orodja za razvoj svojih podjetij, eno od takih izjemno koristnih orodij pa je vsekakor kakovostno POSLOVNO MREŽENJE. Podjetnice v Romuniji, predvsem tiste, ki ne prihajajo iz Bukarešte, ne vedo, kako se mrežiti, se ne udeležujejo dogodkov in kar je najpomembneje, ne spremljajo svojih stikov (follow-up), da bi ohranile odnos z drugimi podjetnicami in podjetniki.

S tem v mislih smo ustanovili sedem poslovnih klubov, in sicer v Bukarešti, Konstanci, Cluju, Sibiuu, Temišvaru, Londonu in Lizboni. Pomemben vidik v razvoju ELITNIH POSLOVNIH KLUBOV so PARTNERSTVA z drugimi podjetniki, gospodarskimi zbornicami, organizacijami, poslovnimi središči itd. Hkrati pa želimo razvijati lokalno podjetniško okolje, ozaveščati partnerje in predstavljati uspešne lokalne poslovne modele. V razvoju je spletna platforma za prijavljanje na dogodke: www.elitewomen.org/elite-business-club.

Namen

Naš cilj je povezati podjetnice, da bi lahko znotraj poslovnih klubov razvijale svoje veščine mreženja, in jim hkrati predstaviti primere dobrih praks ob prisotnosti najuspešnejših podjetnic in podjetnikov, ki se dogodkov udeležujejo kot govorniki ali mentorji.

Ciljna skupina

Ženske podjetnice

Ključni dejavniki uspeha

- Institucionalni partnerji
- Prisotnost lokalnih podjetnikov na dogodkih
- Uporaba spletne platforme

€ Potrebna finančna sredstva

12.000 €/4 dogodki/letno



Dokazi o uspešnosti

- 1280 udeležencev
- 256 lokalnih partnerjev
- 8 klubov ELITE BUSINESS CLUB
- 200 članov organizacije

Kontakt:

Bianca Tudor

E-pošta: bianca.tudor@elitewomen.org

www.elitewomen.org

Podjetniško usposabljanje za ženske s terciarno izobrazbo: Podjetnost je ženskega spola



Država

Slovenija



Področje ukrepanja

Potrebe po usposabljanju in ukrep politike za zagotavljanje podpore



Trajanje

2016–2018



Nosilec

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo ter Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve Republike Slovenije



Prepoznal

Mariborska razvojna agencija

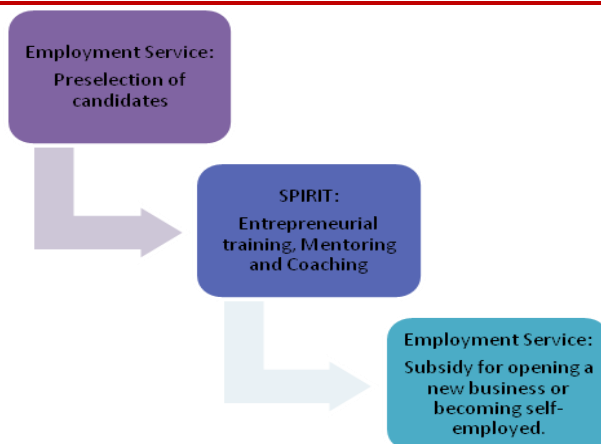


Opis dobre prakse

Projekt predstavlja dobro prakso, v kateri dve različni slovenski ministrstvi prvič pripravljata skupno podporo ciljni skupini, in sicer na podlagi strukture in potreb brezposelnih oseb.

Zavod za zaposlovanje Republike Slovenije prek ukrepov aktivne politike zaposlovanja ponuja subvencije za pomoč samozaposlenim. V okviru programa SPIRIT, ki je namenjen spodbujanju podjetništva žensk, je bil pripravljen pilotni projekt z začetkom izvajanja v letu 2016.

Ker sta združljiva, tvorita paket pomoči za specifično ciljno skupino: Brezposelne ženske s terciarno izobrazbo.



Program je zagotovil 100 ur trajajoče usposabljanje v obliki delavnic, razdeljenih na module.

V treh mesecih po zaključku programa usposabljanja je vsaka od udeleženk prejela subvencijo v višini 5000 evrov, namenjeno ustanovitvi podjetja in samozaposlitvi.

Usposabljanja je organiziral Zavod za razvoj družinskega in ženskega podjetništva META, ki deluje že od leta 2001 ter se osredotoča na ponujanje mentorstva in priložnosti za poslovno mreženje malim in srednjim podjetjem na mednarodni ravni. Prizadeva si za razvoj platform, s katerimi bi na velikih dogodkih povezal lokalne poslovne klube in mreže ter tako kar najbolj izkoristil mreženje.

Izvedba dobre prakse se je zagotovila s pomočjo javnega razpisa, na katerem je bila izbrana izkušena nevladna organizacija, ki deluje na področju podpore ženskam, in sicer da izvede modularne delavnice, ki so bile pripravljene po meri na podlagi specifičnih potreb ciljne skupine.

Namen

Opolnomočiti brezposelne ženske s terciarno izobrazbo, da lahko stopijo v svet podjetništva, in sicer s 100 ur trajajočim usposabljanjem v obliki osmih delavnic, razdeljenih na module.

Ciljna skupina

Brezposelne ženske s terciarno izobrazbo

Ključni dejavniki uspeha

- Vključenost
- Odgovornost
- Razpoložljivost

€ Potrebna finančna sredstva

Usposabljanja: 349.214 €

Subvencije: 5.730.537 €



Dokazi o uspešnosti

- 1352 udeleženk vključenih v program usposabljanja
- 1145 subvencij podeljenih samozaposlenim udeleženkam

Kontakt:

Marlen Skarlovnik

E-pošta: marlen.skarlovnik@gov.si

<https://www.podjetniski-portal.si/podjetnice/programi-podjetniskega-usposabljanja>

Podjetno v svet podjetništva



Država

Slovenija



Področje ukrepanja

Potrebe po usposabljanju



Trajanje

2014–2018



Nosilec

Mariborska razvojna agencija in Regionalna razvojna agencija za Koroško, d. o. o.



Prepoznal

Mariborska razvojna agencija



Opis dobre prakse

Dobra praksa je edinstven primer začasne zaposlitve, v času trajanja katere poteka proces usposabljanja, udeležencem pa je zagotovljen prihodek, da se lahko osredotočijo na zagon poslovne dejavnosti.

V tem obdobju udeležencem stojijo ob strani mentorji, ki izvajajo splošna usposabljanja in delavnice ter posameznim udeležencem ponujajo individualno svetovanje, ki je prilagojeno njihovim potrebam. Program je bil izveden v sodelovanju z Zavodom za zaposlovanje Republike Slovenije, ki je sodeloval pri promociji programa usposabljanja. Poleg tega zavod zagotovi člana v odboru, ki skupaj z mentorji, ki jih zagotovita MRA in RRA Koroška (pet članov), izbere udeležence.

Razpisi so objavljeni, da se lahko na njih prijavijo potencialni kandidati. Med vsemi kandidati je bilo za vsakega od razpisov izbranih deset udeležencev. Kandidati so se lahko na razpis prijavili tako, da so skupaj s svojo poslovno idejo poslali še življenjepis in poslovni načrt. Poslovna ideja je morala biti izvedljiva in po možnosti inovativna.

Kazalniki rezultatov so določali: 30 % udeležencev se bo v enem letu od zaključka udeležbe v programu zaposlilo oz. samozaposlilo.

V štiri mesece trajajočem obdobju bodo udeleženci deležni obsežnega usposabljanja na področju priprave poslovnega načrta, priprave poslovnega modela Canvas, poslovnih pogajanj, komunikacije, financ in marketinga.

V času izvajanja dobre prakse je bilo objavljenih deset razpisov za sodelovanje.

Izbira kandidatov:



Zaposlitev in usposabljanje



Skupno število ur usposabljanj, ki so jih bili udeležence deležni v štirimesečnem obdobju: 80 ur. Vsako usposabljanje je bilo izvedeno kot interaktivna delavnica, na kateri se je udeležence pripravilo, da predstavijo napredek pri gradnji svojega podjetja. V času usposabljanj so udeleženci tesno sodelovali s svojimi mentorji. Mentorji so stalno spremljali razvoj udeležencev in jim pomagali pri iskanju rešitev na njihove izzive. Poleg tega so spremljali udeležence na srečanjih s potencialnimi strankami in poslovnimi partnerji.

Mentorska podpora

Two Inhouse Mentors, available 24/7

External Mentors: marketing, internationalisation, technology

Dodatno ponujene storitve (sredstva na zaposlenega, uporabljena za)

Preparation of marketing material for services/products

Setting up cooperation with suppliers

Selecting and targeting customers (business meetings)

Mreženje in PR

Networking

Collaboration between participants, encouraged by mentors

PR

Promotion of the Scheme by RDAs
Organisation of the promotion of each participant in media including social media

➔ Namen

- Okrepiti podjetniški potencial prebivalstva na identificiranem območju, ki je obsegalo devet občin.
- Zmanjšati stopnjo brezposelnosti med ogroženimi ciljnimi skupinami prebivalstva.

🎯 Ciljna skupina

Brezposelne osebe z opredeljenega območja.

🔑 Ključni dejavniki uspeha

- Model za spodbujanje podjetništva
- Mentorska shema

-
- Program usposabljanja

€ **Potrebna finančna sredstva**

Skupna sredstva: 2.223.000 €

Sredstva na udeleženca: 11.465 €



Dokazi o uspešnosti

- 200 oseb vključenih
- 91 udeležencev je ustanovilo podjetje oz. se jih je zaposlilo

Kontakt:

Danijela Kocuvan

E-pošta: danijela.kocuvan@mra.si

<http://www.mra.si/pvsp-za-problemsko-obmo269je.html>

CASE STUDIES



6 ŠTUDIJE PRIMEROV

WWW 4.0 (Avstrija)

Projekt **WWW 4.0** mit Weitblick Weiblich Wirtschaften (slov. Daljnosežno gospodarjenje na ženski način) je bil vzpostavljen v okviru razpisa **Women.Life.Regions 2018 (Women Call 2018)** in financiran s pomočjo sredstev regionalnega oddelka deželne vlade avstrijske Štajerske. Društvo akzente, ki je prejemnik sredstev, je projekt uspešno izvedlo.

Cilj projekta je razviti sodelovanje (zadrugo), ki bo gospodarsko aktivnim ženskam na podeželskih območjih omogočilo, da skupaj razvijajo in tržijo svoje izdelke in storitve.

WWW 4.0 se osredotoča na področja, ki jih običajno povezujemo z ženskami, kot na primer prehrana, umetnost, proizvodnja hrane, umetnost, zdravje in številne storitve. Posebna pozornost se namenja kmetijskemu sektorju, saj je kmetij, ki predstavljajo glavni vir dohodka, vse manj.

Vzpostavljeno je bilo »spletno tutorstvo« za ženske v podjetništvu, skupno pa je bilo v različnih oblikah izvedenih deset rednih delavnic. Znotraj tega okvira se je 15 podjetnic udeležilo različnih delavnic, s pomočjo katerih so povečale svoje podjetniške sposobnosti. Poleg delavnic, ki so se dotikale ekonomskih tem, je bil poudarek na poslovnem sodelovanju in njegovi praktični izvedbi.

Da bi združni poslovni model resnično zaživel, je bil narejen naslednji korak. Vzporedno z razvojem združnega okvira je mesto Voitsberg predstavilo zamisel o odprtju trgovinice v središču mesta, v kateri bi prodajali lokalne izdelke, in pooblastilo društva akzente, da zamisel izpelje. Kot del projekta Turnaround je začela delovati trgovina s konceptom Der Stadtmarkt (slov. Mestna tržnica), njena vzpostavitev pa je bila financirana iz lokalnih sredstev. Ženskam, ki sodelujejo v projektu **WWW 4.0** je dana možnost, da v trgovini s konceptom Der Stadtmarkt prodajajo svoje izdelke in hkrati za mesec ali dva same prevzamejo vodenje poslov.

Dohodek ustvarjajo s prodajo svojih lastnih izdelkov in z izplačilom provizije od prodaje drugih izdelkov. Obratovanje trgovine je za podjetja večinoma brezplačno – najemnina in dodatni stroški se financirajo iz projekta. Pri organizaciji je sodelujočim na voljo podpora, ki jo ponuja projektna ekipa organizacije akzente.

Trenutno poslovne prostore za izvajanje svoje dejavnosti gospodarno uporablja 13 udeleženk in sodeluje skupaj z organizatorji. S še šestimi podjetnicami pa smo že opravili konkretne pogovore.

Claudia Wagner iz društva akzente je povedala: »Veseli smo, da podjetja kažejo tako veliko zanimanje za projekt – in sicer predvsem podjetnice.« To kaže na to, da moramo podpreti projekte združnega gospodarstva za mala podjetja in pravni okvir prilagoditi resničnemu stanju. Za veliko lokalnih podjetij je projekt odlična priložnost, da svoje izdelke predstavijo večji ciljni skupini. Glede uspešne poslovne dejavnosti se je izkazalo, da predvsem za mala podjetja finančne priložnosti in pravni okviri pogosto pomenijo oviro. Zlasti glede izvajanja projektov združnega gospodarstva pogoji, ki jih postavlja trenutni pravni okvir, stvari prej otežujejo kot pa lajšajo.

Dolgoročno pričakujemo različne scenarije: 1) Ena ali več podjetnic bo prevzelo trgovino z lokalnimi izdelki in jo vodilo – zaradi pravnega okvira, ki velja za mala podjetja, je to praktično neizvedljivo; 2) Občina bo določila zavezujoč letni proračun za delovanje trgovine ter podporo in coachinge za podjetnice.«

Brigitina papirna delavnica

Kot izučena šivilja s strastjo in polno mero ustvarjalnosti vedno znova pripravljam nove stvari. Kot lastnici malega podjetja se mi je ponudila priložnost, da povečam prepoznavnost svoje blagovne znamke v regiji. Trgovino Der Stadtmarket pa vidim kot platformo za sodelovanje z drugimi podjetnicami. Koncept različnih linij izdelkov je priljubljen pri širšem občinstvu in pri strankah. © akzente



© Brigitta Göbller

Manuela Tögelhofer – Vezenje



Udeležba na delavnicah in usposabljanjih mi je prinesla veliko koristi predvsem na področju družbenih omrežij. Z nizom delavnic z naslovom Moje podjetje na spletu, kjer smo se posvečali tako teoriji kot praksi, na voljo pa so nam bile tudi svetovalne ure prek spleta, sem dvignila svojo raven znanja na področju digitalizacije. Zame je zelo pomembno, da se lahko z drugimi podjetnicami pogovorim o ekonomskih vprašanjih –

smo majhna podjetja, ki imamo enake težave, zato je odlično, da lahko tako podpremo druga drugo.

© Manuela Tögelhofer



Bernd Osprian, župan občine Voitsberg: Predvsem na podeželskih območjih so podjetnice s svojo gospodarsko dejavnostjo, kamor spadajo predvsem regionalna

proizvodnja in trgovina s hrano pa tudi ustvarjalne dejavnosti in zdravstvene storitve, pomemben del vrednostne verige v naši regiji.

Oblikovalski studio Kloko (Bosna in Hercegovina)

Džana Hamedović iz Zenice v Bosni in Hercegovini je ustanovila oblikovalski studio Kloko in na trgu predstavila zanimiv izdelek – ergonomске nosilke za nošenje otroka, za katere je značilen privlačen dizajn. Zaradi ljubezni do novorojenčkov in želje, da ima otroka v svoji bližini, je skladno z veljavnimi evropskimi predpisi za mehke strukturirane nosilke oblikovala ergonomsko nosilko Kloko. Svojo nosilko je poimenovala Kloko, ker jo ime spominja na kenguruje, ki so znani po tem, da svoje mladiče nosijo v vrečah.



V tej nosilki je otrok v anatomsko pravilnem položaju, s čimer podpiramo pravilen razvoj bokov in hrbtenice. Mehka nosilka Kloko je oblikovana skladno z osnovnimi načeli ergonomije – omogoča idealen položaj dojenčka. Hkrati pa je udobno tudi osebi, ki dojenčka nosi, nosilka pa nima negativnega vpliva na njeno/njegovo zdravje, saj je dojenčkova teža v njej dobro porazdeljena. Nosilka raste z dojenčkom in jo je mogoče uporabljati vse od njegovega rojstva do konca priporočenega obdobja za nošenje otroka (od treh mesecev do treh let). Nastavitev je preprosta, dojenčka pa je mogoče nositi v dveh položajih (spredaj na trebuhu in zadaj na hrbtu). V letu 2020 je ekipa Kloko predstavila nov izdelek – elastični trak, ki omogoča nošenje otrok že od rojstva.

Ideja za ustanovitev podjetja in njegovi začetki

Džana je že 20 let dejavna na področju ustvarjalnih del. Modno oblikovanje je nekaj, čemur se je že od študija posvečala v svojem prostem času, svoje kreacije pa je predstavila na različnih modnih dogodkih tako v Bosni in Hercegovini kot v tujini. Do nedavnega je bil to samo njen hobi, saj je po poklicu učiteljica angleščine s 15 let delovnih izkušenj.

Ko je rodila svojo drugo hčer, je začela iskati primerno nosilko, vendar ni našla nobene, ki bi ustrezala njenim potrebam po udobju in bi bila hkrati ergonomično oblikovana. Ker je bila veščica oblikovanja in šivanja, se je odločila, da bo ustvarila nosilko, ki bo udobna in preprosta za uporabo. Brez težav je oblikovala in izdelala nosilko. Ko je sešila prvo, so se zanjo začeli zanimati tudi drugi, zato jih je izdelala

še nekaj za svoje prijatelje in prijateljice. To je bila priložnost, da se je izdelek razvil v današnji model.

Džana še nikoli prej ni delovala na področju podjetništva, po 15 letih dela v šolstvu pa je spoznala, da si želi novih izzivov ter hoče uporabiti tudi svoje druge talente in potenciale. Zato je bil logičen korak, da začne delati na področju modnega oblikovanja ter posel združi z užitkom. Izpostavila je, da želi v življenju početi tisto, kar jo veseli in odraža njeno osebnost. *»Služba, ki sem si jo izbrala, ni služba – je način življenja. Nošenje otrok je eno od osmih načel povezovalnega starševstva, ki smo si ga izbrali kot pristop, ki nam najbolj ustreza. Poleg tega sem po naravi voditeljica, organizatorka, umetnica, vizionarka ter se rada učim in rešujem težave. Podjetništvo pa mi je vse to ponudilo na enem pladnju,«* je razložila Džana.



Na pomoč je priskočil YEP

»V času, ko sem se začela pogajati s tovarno, ki bi izdelovala nosilke, ki sem jih oblikovala, je potekal inkubator poslovnih idej YEP, celovit podporni program za razvoj podjetništva, ki ga je izvajal Projekt zaposlovanja mladih (YEP) in ga je finančno podprla Švicarska agencija za razvoj in sodelovanje (SDC). To je bil pravi trenutek, da zgodbo dvignem na višjo raven in si zagotovim strokovno pomoč, ki sem jo potrebovala, če upoštevamo, da še nikoli prej nisem delala kot podjetnica,« je dodala Džana. Zaradi tega se je odločila, da se prijavi v **inkubator poslovnih idej YEP**, ki ji je omogočil razvoj podjetniških kapacitet in jo podprl pri razvoju poslovnega načrta ter ji **hkrati zagotovil finančno pomoč pri razvoju prototipa in zagonu podjetja**. *»Zame sta še posebej pomembna mreženje z drugimi tekstilnimi podjetji iz inkubatorja poslovnih idej YEP iz 32 lokalnih skupnosti v Bosni in Hercegovini ter mentorska podpora,«* je poudarila mlada podjetnica in dodala: *»Vesela sem, da bo inkubator poslovnih idej YEP deloval še naprej v okviru investicijskega sklada IMPAKT ter mladim podjetnikom iz vse Bosne in Hercegovine zagotavljal podporo.«*

Od prve ideje do prve serije izdelkov nosilk za otroke sta minili skoraj dve leti, v vzpostavitve podjetja pa je bilo vložena veliko znanja, ljubezni, truda, dela, posvečanja pozornosti in želje, da trgu ponudijo kakovosten in dodelan izdelek. Poleg nosilke in traku za nošenje otrok Kloko v tem letu na trg prihajata še dva nova izdelka, podjetje pa načrtuje še selitev v nove poslovne prostore in zaposlitev novih sodelavcev.



Nosilke in trakove za nošenje otrok je možno naročiti prek spleta v Bosni in Hercegovini, pa tudi v nekaterih tujih spletnih trgovinah ter na družbenih omrežjih. Z vsako objavljeno fotografijo Džana ustvari tudi zanimivo zgodbo, ki se navezuje na nošenje otroka: *»Ni pomembno samo to, da promoviramo naše nosilke za nošenje otrok, ampak tudi da spodbujamo pravilno nošenje otrok, saj tako za otroka kot za starša prinaša številne čustvene in telesne koristi.«*

Kloko FB <https://www.facebook.com/KlokoBabyCarriers>

Kloko Insta <https://www.instagram.com/klokobabycarriers/>

Kloko OREA <https://www.oreabazaar.com/bs/product/1437/kloko-nosiljka-koja-raste-s-bebom-free-to-grow-baby-carrier>
www.impakt.ba

Moryana Ltd (Bolgarija)



© BCWT

Moryana Filipova – zmagovalka tekmovanja **Entrepregirl vol. 4.0**. Takrat še šestnajstletna dijakinja je osvojila prvo mesto na **tekmovanju za mlade podjetnice Entrepregirl**, ki ga je že četrto leto zapored **organiziral Bolgarski center žensk v tehnologiji (BCWT)**. Moryana je obiskovala Srednjo šolo za oblikovanje Maria Louisa, saj je že od nekdaj sanjala, da bo postala modna oblikovalka: *»Moda je svoboda. Omogoči ti, da sprostiš ves svoj potencial in ustvarjalnost, da lahko ustvariš nekaj zares pomembnega.«*

Kolekcija, s katero je Moryana zmagala na tekmovanju Entrepregirl vol. 4.0, je svoj navdih našla v bolgarski folklori, v njej pa so elementi tradicionalnih oblačil in vezenja. Njena oblačila se že uspešno prodajajo na spletni strani www.moryana.eu. S svojo prvo kolekcijo je Moryana zmagala na 13. bolgarskem modnem tekmovanju v sekciji etno moda.

Moryana se je za sodelovanje v tekmovanju Entrepregirl odločila zaradi izziva. Želela si je izvedeti, kakšno je mnenje dobro uveljavljenih strokovnjakov z različnih poslovnih področij. Povratne informacije, ki jih je prejela o svojem projektu, so bile izredno koristne. Hkrati pa ji je uspelo dobiti kar nekaj pomembnih stikov za prihodnji razvoj njenega podjetja.

Moryana je osvojila prvo mesto na tekmovanju Entrepregirl v. 4.0 – izobraževalni program na področju trženja in vodenja.

Mlada oblikovalka verjame, da so dobro poznavanje trga ter prave strateške in vodstvene sposobnosti ključne za ustanovitev uspešne modne znamke. Pridobljeno znanje, ki ga je povezala z ustvarjalnostjo, vztrajnostjo in visoko kakovostjo, ji je omogočilo, da je povečala svoj uspeh in vstopila na nove trge v tujini.

Sporočilo, ki ga želi predati prihodnjim »entrepregirl« dekletom, je:
»Najboljši čas, da začneš svoj posel, je zdaj. Ko imaš sanje, moraš narediti vse, kar lahko, da jih dosežeš, pri tem pa je starost samo številka.«



© www.moryana.bg

Nalepke CEDULJA/STICKER (Hrvaška)



Moje ime je **Dunja Amulić**. Rojena sem bila v Zagrebu, kjer živim še danes, in sem mama štiriletnega fantka. Stara sem 35 let. Diplomirala sem iz grafične tehnologije na Fakulteti za grafično oblikovanje Univerze v Zagrebu. Poleg tega sem na šoli Algebra pridobila znanje iz grafičnega oblikovanja, kar me je oblikovalo v osebo, kakršna sem danes tako na zasebnem kot poslovnem področju. Že od vsega začetka svojega poklicnega življenja sem vključena v grafično oblikovanje – najprej je bilo to občasno delo za manjša podjetja,

obrtnike in šole, prostovoljno delo na področju grafičnega oblikovanja in nato služba za polni delovni čas v državnem podjetju, kjer sem dobila zahtevnejše naloge. Po devetih letih, odkar sem si prislužila diplomu, sem ustanovila blagovno znamko in jo poimenovala **Cedulja/Sticker**. Vzornike sem našla v ljudeh, s katerimi sem odraščala – v svojih starših. Danes me s svojim odnosom in svojimi mislimi učita tako zavedno kot nezavedno. Ponosna in vesela sem, da imam takšne starše.

Od trenutka, ko sem želela postati mama, so moje oči ves čas budno spremljale izdelke za otroke. Opazila sem, da nalepke za avtomobile niso dovolj privlačne, da bi si katero od njih prilepila na svoj avtomobil. Zato sem se odločila, da bom začela izdelovati svoje. Od prvih idej in skic na računalniku pa do danes so minila nekaj več kot tri leta. Po ustanovitvi podjetja Cedulja/Sticker sem začela izdelovati samolepilne nalepke, po nekaj mesecih pa sem znamko razširila z magnetnimi nalepkami, ki jih tudi sama uporabljam. Trenutno je v ponudbi približno 20 različnih motivov nalepk.

V podjetju Cedulja/Sticker delam sama, zato so zame velik izziv določanje prednostnih nalog, organizacija časa, poleg tega pa imam največ težav na področju marketinga. Na kakšen način in kako pogosto komunicirati s strankami ter kako biti pri tem zmeren in hkrati zanimiv, so moja pogosta vprašanja. Za vse dejavnosti, ki so povezane s podjetjem Cedulja/Sticker, mi ne ostane veliko časa, saj imam redno zaposlitev in štiriletnega sina. Ob vseh idejah je torej pomanjkanje časa zame velika ovira.

Mala šola podjetništva za ženske, ki jo organizira Mednarodna ženska poslovna mreža, mi je pomagala spoznati prednosti in slabosti dela s kartico –

kako izpostaviti prednosti in bolje sporočati slabosti. Odprlo mi je nove poglede na potrebna dejanja, o katerih do takrat še nisem razmišljala in so pomembna za pozicioniranje na trgu, kako pristopiti in komunicirati s strankami, kako pridobivati nove stranke ter razvijati obstoječe. V šoli sem dobila potrditev, da nekatere stvari že počnem dobro, in v meni se je prebudilo zanimanje za nove. Ko sem naredila nove korake naprej, sem dosegla tudi uspešno sodelovanje s članom iz Mednarodne ženske poslovne mreže. Na usposabljanju sem dobila veliko informacij s področij, ki so mi manj poznana, a so ključna za posel. Poleg izobraževanja pa se mi zdi zelo koristno tudi, da se povezujem in stopim v stik z udeleženci in predavatelji. Ne širim pa samo svojega poslovnega znanja, neizogibna je tudi osebna rast – vsaka nova izkušnja in stik sta zelo dragocena.

Uspelo mi je ustvariti prepoznavno, edinstveno in specifično blagovno znamko, čeprav je še vedno zelo majhna. V primerjavi s prvimi meseci po odprtju podjetja je Cedulja/Sticker veliko bolj odprta do strank. Komunicira na veliko bolj dostopen način, je konkretna in bolj jasna. Za zdaj dosegam zastavljene cilje, kar je pokazatelj, da sem na pravi poti. Zame je uspeh že, da nekdo pokaže zanimanje, da bi objavil zgodbo o nalepkah Cedulja/Sticker. Ko se vozim po mestu in vidim nalepke na avtomobilih, je občutek neopisljiv.

Cedulja/Sticker je blagovna znamka, ki se ukvarja z izdelavo preprostih in praktičnih magnetnih nalepk za avtomobile z napisom »Otrok/otroci v avtu«. Nalepka se preprosto pritrdi na avtomobil in odstrani, ne da bi pri tem ostale sledi na vozilu. Nalepke je možno personalizirati z enim ali več imeni. Vsaka nalepka pripoveduje svojo zgodbo – otrokovo. Nalepke, ki so videti prijazne, preproste, barvite in polne podrobnosti, so na voljo v približno dvajsetih različnih motivih, ki jih delajo prepoznavne.

Nalepke se oblikujejo in izdelujejo v Zagrebu, od koder odpotujejo v svet. Vsak nakup domačega izdelka pomeni pozitivno kritiko za malega proizvajalca in za vsak nakup sem neizmerno hvaležna.



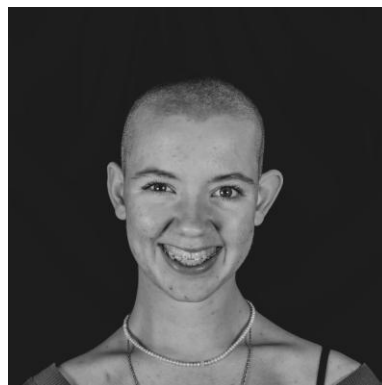
Dietke Hellwig (Nemčija)

Dietke Hellwig je stara 18 let in je samozaposlena podjetnica, ki se ukvarja s fotografijo, izdelavo filmov, kreativnim kodiranjem in medijskim izobraževanjem mladih ter obiskuje visoko šolo za oblikovanje in medijske tehnologije. Ready to Code ji je dal samozavest, da je začela slediti svojim sanjam in postala oseba, kakršna je danes, ter da dela kot samostojna podjetnica.

Svojo strast do kodiranja je odkrila na poletni šoli kodiranja za najstnike, ko je bila stara 15 let. Všeč ji je bilo raziskovati novo obliko ustvarjalnosti, ki jo je v trenutku pritegnila. Želela si je preizkusiti vse in spoznati vse možnosti, ki jih je prinašalo kodiranje. Zato se je vedno bolj začela udeleževati dogodkov, povezanih z IT, in bila je navdušena, ko je lahko odšla na delavnico, in nad vsakim hektonom, ki ga je odkrila. Inovativno IT-okolje jo je opogumilo, da se je lotila udejanjanja lastnih idej in se začela ukvarjati z manjšimi projekti. Na teh dogodkih je spoznala vedno več ljudi, po katerih se je zgledovala. Sčasoma pa je ugotovila, da je večina njenih vzornikov moških in da v IT-sektorju večinoma vladajo moški, tako da je ona ena od redkih deklet, ki se zanima za tehnologijo.

Čeprav je bila deležna podpore z vseh strani, je vedno imela občutek, da se mora dokazovati, če želi, da jo bodo jemali tako resno kot moške.

Leta 2018 je na dogodku Cocktails & Code, ki ga organizira Ready to Code, prvič slišala za ta projekt. To je videla kot še eno priložnost več, da pridobi nove veščine in se nauči nekaj novega. Vendar so bili dogodki, ki jih je ponujal Ready to Code, nekaj drugačnega: Ne le da so bili bolj raznoliki in odprtega duha, ampak se ji tudi ni bilo treba dokazovati, da je kvalificirana in dovolj izkušena. Skupnost ima določene vrednote, ena od njih je predvsem ta, da se lahko vsi učimo drug od drugega ter da so dobrodošli vsi, ki se zanimajo za IT in verjamejo v enakost. Srečanja Cocktails & Code so ji dala priložnost, da se poveže z ljudmi z navdihujočimi zgodbami, ki jih je lahko povezala s svojimi težavami, zato je našla vzornike, s katerimi se je lahko identificirala. Poleg uradnih delavnic, na katerih je lahko izboljšala svoje veščine kodiranja, so ji bili prav vsi pripravljene pomagati in jo podpreti na njeni poti. Dobila je veliko namigov za življenje na delovnem mestu, pa tudi nasvetov, kako izpostaviti in nasloviti diskriminacijo in nepravilno obravnavanje spolov, še preden dobijo prostor. Ker je bila del skupnosti, ki je bila pripravljena pomagati in jo je zgradil Ready to Code, je dobila močan občutek varnosti in je spoznala, kako pomemben je obstoj takšnih varnih prostorov. Videti toliko pozitivnih rezultatov, ki jih ni nikoli pričakovala, jo je navdihnilo, da je tudi



sama začela zagotavljati varne prostore za druge. Tudi v ta korak je bil vključen Ready to Code, saj so iskali mentorje za njihov program Girls' Day. Začela je organizirati delavnice za dekleta o razvoju spletnih strani in aplikacij. To ji je dodalo dodaten zagon, saj je spoznala, da je za kodiranje navdušila mlada dekleta, ki so se nato lotile svojih projektov in pridobile samozavest. Posledica koncepta, v katerem najprej zagotovimo prostor, v katerem ljudje najdejo navdih, pridobijo samozavest in preizkušajo stvari ter nato navdušijo še druge, je krogotok nenehne vzajemne rasti. Dietke verjame, da bo IT-industrija nekoč tako raznolika, kot so možnosti, ki nam jih ponuja IT, a le če bomo odprti za to rast in ne bomo prenehali govoriti o raznolikosti.

Na mrežniških dogodkih, kot je Cocktails & Code, je spoznala, kako vsestransko je področje IT v resnici. Spoznavanje ljudi z različnih področij računalništva ji je omogočilo pestro izmenjavo. To jo je spodbudilo k temu, da je še naprej preizkušala nove stvari in se lotevala eksperimentalnih projektov. Video, kodiranje, umetnost, fotografija, oblikovanje in medijsko izobraževanje mladih so se začeli prekrivati in začela je izdelovati slikovne filme in snemati hekatlone, nadzirati digitalno orodje za participacijo mladih ter delati na alternativnem kratkem filmu, ki je temeljil na umetnosti motnje oziroma »glitch art« in algoritmih. Kar naenkrat se je nanjo začelo obračati vse več ljudi, da bi z njimi sodelovala pri projektih, in izkazalo se je, da je postajala samozaposlena. S tem pa so se pojavili številni izzivi, zato ji je bilo v veliko pomoč, da se je lahko povezala z drugimi samozaposlenimi iz skupnosti Ready to Code. Tam se je naučila govoriti o finančni vrednosti svojega dela in stati za njo.

Eden od njenih najljubših projektov je bila interaktivna umetniška inštalacija z generativnim oblikovanjem. Ob 250. obletnici rojstva filozofa Georgea W. F. Hegla je Heglov muzej v Stuttgartu organiziral dvodnevni dogodek, na katerem je muzej oživel. Dietke in še eni svetlobni umetnici, ki jo je spoznala na mrežniškem dogodku, so dali na voljo eno sobo v muzeju, ki sta jo lahko svobodno opremili z vsem, kar je bilo povezano s Heglom. Miselnost, ki jo je doživela v Ready to Code, jo je spodbudila k temu, da je sprejela nove metode dela in učenja, ki jih je uporabila pri tem projektu. Z umetnico sta izdelali koncept, s katerim sta Heglove teorije predstavili s pomočjo svetlobne umetnosti in algoritma, ki je temeljil na zvoku. Projekt je bil zanjo velik izziv, saj je prvič dobila naročilo, pri katerem je bila čisto sama odgovorna za vse vidike kodiranja. S pomočjo skupnosti Ready to Code se je lahko z drugimi pogovorila o pogostih izzivih pri projektih, povezanih s kodiranjem, in samostojnem delu. Brez Ready to Code verjetno ne bi imela poguma, da bi se lotila projekta, ki ji je na koncu prinesel ogromno dragocenih izkušenj in novih spoznanj. Čeprav pogosto ni vedela, kako točno opredeliti to, kar dela – je danes na točki, na kateri je sprejela, da je njeno delo povezano s prepletanjem različnih področij, in sledi svojim lastnim pravilom.

Anita Molnár (Madžarska)



Anita Molnár je pred približno desetimi leti od svojega očeta prevzela vodenje družinskega podjetja. Po dveh ali treh letih na položaju generalne direktorice se je prijavila v mentorski program, ki ga je upravljalna fundacija SEED. Želela je pridobiti vse znanje, ki je povezano z vodenjem podjetja, še posebej pa jo je zanimalo, kako podjetnice vodijo svoja podjetja. Danes ve, da lahko dobi koristne odgovore le, če postavlja specifična vprašanja.

Njeno podjetje se ukvarja s proizvodnjo, vzgojo, predelavo in trženjem paprike kot začimbe. To je družinsko podjetje, ki ga je ustanovil njen oče sredi devetdesetih let. Anita se je podjetju pridružila leta 2008. Ko je delala skupaj z očetom, se je naučila

veliko o poklicu in svetu podjetništva. Posebnost njenega podjetja je, da ob vsakodnevnem delu vodi še neprofitni muzej, posvečen papriki, v katerem želi svojim obiskovalcem predstaviti kulturo vzgoje in predelave paprike v regiji Szeged. Torej se ukvarja tudi s turizmom.

Mimogrede, ker je Anita odraščala skupaj s podjetjem, ji je bilo povsem jasno, da bo – ko bo prišel čas – od očeta prevzela štafeto palico.

Anita je dolgo časa delala kot učiteljica, nato je svojo poklicno pot nadaljevala v zasebnem sektorju. Ko se je posel okrepil in se ji je zdelo smiselno, da nadaljujejo to zgodbo, sta se z bratom dogovorila, da bo ona prevzela vodenje podjetja.

Anita je želela izvedeti čim več o podjetništvu, predvsem pa jo je zanimalo, kako se podjetnice uveljavljajo v tem svetu.

»Zanimalo me je, kako ljudje podobne starosti, predvsem ženske, vodijo svoja podjetja. O svojih težavah sem se želela pogovoriti z zunanjimi opazovalci, resnično sem si želela, da nekdo od zunaj pogleda naše podjetje in mi pove, kaj vidi, pa naj si gre za mentorje ali mentoriranje. Mentorski program fundacije SEED mi je ponudil odlično priložnost, da naredim prav to.«

Anita v program ni prišla s specifičnimi težavami. Zanimali so jo vsi vidiki delovanja podjetja: proizvodna tehnologija, vodenje, prodaja.

Če danes pogledate nazaj, kaj vam je dal mentorski program?

»Najprej mi je dal dve prijateljici, s katerima sem še vedno v stiku. To je bil prvi program, ki sem se ga udeležila in je v meni vzbudil zanimanje za podobne

programe in usposabljanja. V tem programu je sodelovala odlična partnerica, in sicer trenerka, svetovalka in strokovnjakinja za komunikacijo Zsuzsa Bardóczy, ki je name naredila tako močan vtis, da sem se pozneje udeležila programa usposabljanja in še naprej iskala programe usposabljanj za vodstvene položaje in predavanja. Verjetno mi je bilo to, kar je povedala Zsuzsa, tako zelo všeč, ker še nikoli nisem delala kot vodja. V svojem podjetju sem morala hkrati voditi več ljudi, predvsem moških, zato sem se na začetku počutila zelo negotovo, lahko bi rekli kot lutka. Njena predstavitev in usposabljanje sta mi pomagala, da sem postala resnični vodja skupine.»

Če bi Anita v enem stavku povedala, kaj ji je prinesel mentorski program fundacije SEED, je to: začela je razmišljati o udeležbi na drugih specifičnih usposabljanjih ter izobraževalnih in strokovnih programih.

Znamka Moldovan, Global Success (Republika Moldavija)



Že ko sta bili stari 22 in 18 let, sta se podali v svet podjetništva. **Violeta in Daniela Basoc**, sestri, ki živita v Kišnjevju, prestolnici Moldavije, sta svoje podjetje odprli na področju tekstilne industrije. Glavni motor za zagon njunega podjetja sta bila njuna strast do mode in navdih, ki sta ga dobili od svoje matere, ki je delala kot oblikovalka v številnih lokalnih trgovinah ter je prispevala k razvoju njunega prefinjenega okusa in ljubezni do modnega oblikovanja.

Tako sta sestri Basoc leta 2012 odprli svoje malo podjetje. Dejavnost sta začeli brez zaposlenih. Na začetku sta sodelovali z različnimi delavnicami, dokler leta 2016 nista odprli svojih poslovnih prostorov z dvema zaposlenima. Hkrati z naraščanjem naročil se je povečevalo tudi število zaposlenih. Pozneje sta mladi ženski v srcu Kišnjeva odprli še razstavni prostor. Tam prodajata izključno žensko modo, ki obsega raznovrstne kose: obleke za prosti čas, večerne obleke, kostime, kombinezone, bluže, krila, hlače in plašče.

Zaradi svojega edinstvenega pristopa sta hitro uspeli. Od preostalih oblačil, ki so bila na trgu, je sestri Basoc ločil predvsem njun slog, ki sta ga uvedli. Njuni izdelki, ki jih tržita pod blagovno znamko **Raquette** in so sešiti po načelih minimalističnega dizajna, kakovostnih materialov, prefinjenega krojenja in brezhibne izdelave, izražajo najvišjo možno mero ženskosti. Že kmalu sta razširili trg, ki ga pokrivata, in začeli oblačila izvažati v Romunijo. Leta 2017 sta mladi podjetnici odprli lastno trgovino v Bukarešti.

Da bi posel potekal gladko, sta se sestri morali ločiti. Ena se je preselila v Bukarešto in tam začela voditi razstavnini salon, druga pa je ostala v Kišnjevju, lokalni točki, kjer izdelujejo oblačila blagovne znamke Raquette. Znamka je osvojila srca na tisoče žensk, tako iz Moldavija kot iz tujine, njune kolekcije pa so prisotne na številnih modnih dogodkih v Milanu in Parizu. Dekleti sta ponosni na to, da njuno znamko nosijo slavne osebe, predstavljena pa je bila tudi v številnih modnih revijah, na primer v Vogue, Harper's Bazaar, Elle, Glamor in Brides.

Kljub temu pa pot do mednarodne slave ni bila preprosta. Mladi dekleti sta zaradi svoje starosti naleteli na številne težave, predvsem pri pogajanjih ali zaposlovanju. Ne glede na vse pa sta zaradi svojih ambicij in potrpežljivosti premagali te ovire.

Leta 2018 sta se mladi podjetnici prijavi v program **Women in Business**, to pa je bila tudi edina finančna podpora, ki sta jo kdaj izkoristili. Program jima je bil v veliko pomoč, saj sta z njim izboljšali in avtomatizirali proizvodni proces ter promovirali svoj posel in razvijali znamko.

Precej pa je tudi prispeval k mednarodni podobi znamke. Trenutno oblačila Raquette prodaja prek spleta v Evropi, Združenem kraljestvu in Združenih državah Amerike. Podjetje pa ima zveste stranke tudi v Savdski Arabiji, Avstraliji in na Japonskem. Vsako naročilo iz neke nove države pa pomeni nov uspeh.



Ella Botez Gheorghioiu – Organizacija dogodkov SIBIU EVENTS (Romunija)

Ella Botez Gheorghioiu je končala študij poslovne administracije na področju turizma na univerzi Lucian Blaga in si nato nabrala številne delovne izkušnje na področju turizma in kozmetike.

Želela je slediti svoji strasti in ustanoviti svoje podjetje za organizacijo dogodkov, vendar se je morala na svoji poti, da postane podjetnica, spoprijeti s številnimi preprekami.



Med največje ovire in izzive šteje:

- Pomanjkanje znanja in veščin, ki so bistvene, če želiš narediti izdelek, posel, strategijo trženja in akcijske načrte
- Pomanjkanje pozitivnih vzornikov (podjetnice)
- Pomanjkanje vodstva in odsotnost poslovnega coacha ali mentorja
- Pomanjkanje podpornih skupin/sistemov (izmenjava idej, deljenje izkušenj, čustvena podpora itd.)
- Pomanjkanje poslovnih veščin (prevzemanje odgovornosti, trženje, poslovna komunikacija, prodaja itd.)

Zaradi pomanjkanja znanja in ker ni vedela, kje naj začne, se je izogibala zamisli o ustanovitvi lastnega podjetja.

Leta 2017 je videla in izpolnila oglas, ki je iskal **ambasadorja za EBW v Sibiu**. Na začetku se je klubu pridružila kot članica, pozneje pa se je udeležila programa usposabljanja za direktorje kluba, ki ga je uspešno zaključila.

Med svojim usposabljanjem se je vključila v individualni mentorski program, ki ga je vodila **Bianca Tudor** in je trajal 1,5 leta ter se je nadaljeval še po usposabljanju.

Kot članica in pozneje tudi ambasadorka EBW je:

- Dobila pogum, da odpre svoje podjetje.
- Svojo strast spremenila v posel.
- Pridobila znanje, kako idejo spremeniti v izdelek, ustvariti prodajne pakete in snovati trženjske strategije.

- Pridobila dostop do coaching in mentorskih programov.
- Pridobila dostop do skupin za izmenjavo izkušenj oz. mastermindov.
- Izvajala mrežniške aktivnosti na ponavljajočih se poslovnih dogodkih.
- Pridobila vidnost na spletu tako na lokalni kot na državni ravni.
- Pridobila znanje, ki je potrebno za gradnjo osebne znamke.
- Pridobila dostop do ključnih oseb s svojega področja na lokalni in državni ravni.
- Bila zmožna pridobiti posel za svoje podjetje.

Šest mesecev pred ustanovitvijo podjetja si je našla delo v lepotni in kozmetični industriji ter se na tem področju tudi usposobila. Ko pa je spoznala, da se je njena situacija precej spremenila, odkar se je pridružila klubu, se je odločila, da bo dala odpoved in sledila svoji strasti ter ustanovila podjetje.

Danes je podjetje SIBIU EVENTS dobro znano kot organizator dogodkov za osebno rast in organizator poslovnih dogodkov v Sibiu. Za to se lahko zahvali naročnikom iz lokalnega okolja, močni blagovni znamki in slovesu, ki si ga je podjetje pridobilo s sodelovanjem z EBW SIBIU, s članstvom v EBW, s svojim udejstvovanjem v klubu, z mreženjem in trženjskimi dejavnostmi na spletu, predvsem pa zaradi organiziranja visoko kakovostnih dogodkov.

NASTJA VERDNIK – HOV-HOV, prva pasja pekarna v Sloveniji (Slovenija)

Nastja Verdnik (1987) je lastnica prve pasje pekarne v Sloveniji HOV-HOV, kjer pečejo zdrave in naravne pasje priboljške. Njihove največje prednosti so, da uporabljajo zdrave sestavine, so inovativni, prilagodljivi in sledijo potrebam trga. To je tudi razlog, da podjetje deluje že tako dolgo. Poleg tega pa jim nikoli ne zmanjka idej in ciljev za prihodnost.



Fotografija: Nastja Verdnik



Nastja Verdnik je svoj posel začela leta 2013 in ima danes dve trgovini v Sloveniji – v Mariboru in Ljubljani – ter franšize v Zagrebu, Beogradu in Bratislavi, hkrati pa njeno podjetje sodeluje z največjimi distributerji po vsej

Evropi. Danes sta pri njej za nedoločen čas zaposleni dve osebi, pri njej dela še šest študentov, ko pa je potreba po proizvodnji večja, so v podjetju zaposlene še tri ali štiri dodatne osebe.

»Delaj s srcem in ljubi to, kar počneš. Kajti ko bodo nastale težave, jih bo veliko lažje reševati,« pravi Nastja.

<https://www.pasjapekarna.com/>

Zgodba se je začela, ko je imel Nastjin kužek težave zaradi uživanja pasje hrane. Najprej je zdrave priboljške pripravljala samo zanj. Ker ni našla službe, je izkoristila priložnost in se udeležila programa Podjetno v svet podjetništva, ki ga je izvajala Mariborska razvojna agencija in udeležencem omogoča prvi stik s svetom podjetništva.

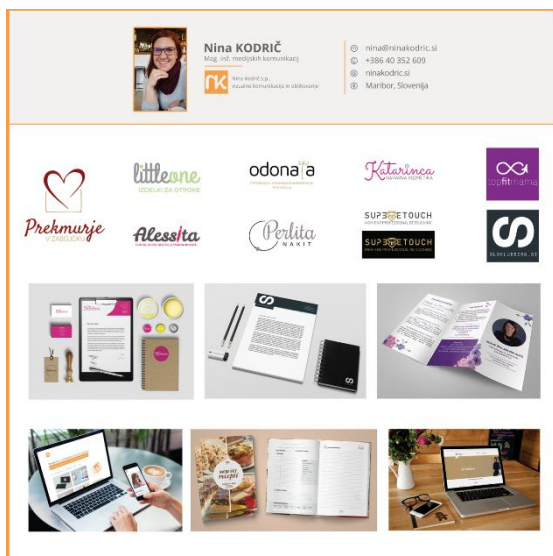
Med pripravo svoje poslovne ideje je bila zaposlena v Mariborski razvojni agenciji, z njo je vsak dan delal poslovni mentor, hkrati pa se je udeleževala različnih seminarjev in delavnic, namenjenih različnim področjem podjetništva – od

poslovne ideje do dobičkonosnega posla. Program je trajal štiri mesece. Glavni preobrat se je zgodil, ko je po zaključku programa odprla trgovino. Na začetku je bil njen glavni cilj preskrbeti sebe in svojo mamo, ker pa je morala zaposliti tudi druge osebe, je čutila veliko odgovornost. Čeprav je svoj posel začela na slepo, je uspešno premostila davčne (pomanjkljiva zakonodaja na področju pasjih piškotov) in finančne ovire. *»Država bi lahko predvsem v prvih dveh letih olajšala delovanje start-upov, ko podjetja še niso zmožna predstaviti dobrih finančnih rezultatov in se morajo osredotočiti predvsem na razvoj izdelkov,«* je še dodala ponosna mlada podjetnica Nastja.

NINA KODRIČ – GRAFIČNA OBLIKOVALKA IN LJUBITELJICA LEPIH STVARI (Slovenija)

»Vse, kar potrebuješ, je pogum in to, da NAREDIŠ prvi korak.«

Fotografija: Nina Kodrič



Nina Kodrič (1990) je grafična oblikovalka in ljubiteljica lepih stvari. Po izobrazbi je magistrica medijskih komunikacij. Svojemu delu se je posvetila v celoti, v izdelke in projekte, s katerimi se ukvarja, pa je vnesla tudi kanček svoje edinstvenosti. Z ustvarjalnostjo, preprostostjo in radostjo poskrbi, da ideje njenih strank zagledajo luč sveta. Svoje podjetje ima že od leta 2018.

<https://ninakodric.si/>

V času magistrskega študija na Fakulteti za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, kjer je študirala grafično oblikovanje, je sodelovala pri projektu Podjetnost je ženskega spola. V programu, ki so ga organizirali Skupnost slovenskih podjetnic (<https://skupnost-podjetnic.si/>), Spirit Slovenija (<http://www.spiritslovenia.si/>), Gospodarska zbornica Slovenije (<https://www.gzs.si>) in drugi partnerji, ni dobila samo vpogleda v to, kaj pomeni biti podjetnica, ampak je dobila tudi vse potrebne informacije in veščine v programu mentorstva in na delavnicah.

Deležna je bila več kot 100 ur izobraževalnih vsebin o različnih temah (postopek registracije podjetja in različne pravne oblike podjetij, računovodstvo in davki, zakonodaja, ustvarjanje blagovne znamke in promocija, občutek za lastno vrednost, določanje cene za izdelke in storitve, pomen mreženja itd.). Končno odločitev, da postane podjetnica, je sprejela, saj jo je vezala pogodba z Zavodom za zaposlovanje Republike Slovenije, po kateri je za odprtje lastnega podjetja prejela subvencijo v višini 5.000 evrov.

Rekla si je: »Sprejela bom izziv teh dveh let in naredila vse, da mi uspe.« Povedala je, da je bila zanjo zelo pomembna podpora, ki jo je prejela od drugih podjetnic v

Skupnosti slovenskih podjetnic, ki so svoje podjetje vodile že več let in so ji lahko pomagale z nasveti, če kakšna stvar ni šla po načrtih. Veliko podporo pa je našla tudi v svojem dedku, ki je bil več let tudi sam podjetnik. Njegov nasvet je bil, da lahko z dobro voljo in pogumom premagamo vse ovire. Na njegov nasvet se spomni čisto vsak dan, ko dela od doma in poskuša stopiti v stik s strankami prek svoje spletne strani in družbenih omrežij. Njena zavzetost, predanost in zadovoljne stranke dajejo smisel njenemu delu grafične oblikovalke.