



**ZVEZA ZA TEHNIČNO KULTURO SLOVENIJE**  
**SREČANJE MLADIH RAZISKOVALCEV SLOVENIJE 2021**

## **Podjetniške priložnosti - ostanimo na Goričkem**

področje raziskave

### **EKONOMIJA ALI TURIZEM**

**AVTORICA NALOGE:**

LANA KERČMAR

**MENTORICA:**

IVANA ZIDANŠEK, PROF. ANGLEŠKEGA JEZIKA

GORNJI PETROVCI, 2021



## Zahvala

Za raziskovalno nalogo bi se rada zahvalila mentorici, učiteljici Ivani Zidanšek, ki mi je pri raziskovalni nalogi pomagala in brez nje te naloge zagotovo ne bi opravila tako uspešno, kot sem jo.

Zahvalila bi se tudi učiteljici Lavri Černela, ki je moje delo jezikovno pregledala.

Posebna zahvala gre tudi vsem intervjuvancem, s katerimi sem ustvarila prijeten pogovor, kjer so mi razkrili in zaupali svojo podjetniško pot. S svojo prijaznostjo so odgovorili na vsa vprašanja in tako pripomogli k uspešno dokončani raziskovalni nalogi.

## KAZALO

<b>POVZETEK .....</b>	<b>6</b>
<b>1 UVOD .....</b>	<b>8</b>
<b>2 TEORETIČNI DEL.....</b>	<b>9</b>
2.1 GORIČKO - GEOGRAFSKE ZNAČILNOSTI IN PREBIVALSTVO .....	9
2.2 PODJETNIŠTVO .....	10
2.2.1 Kaj je podjetništvo?.....	10
2.2.2 Kdo je podjetnik? .....	10
2.2.3 Oblike podjetij.....	11
2.2.4 Kaj je družinsko podjetništvo? .....	11
2.2.5 Motivacija za podjetništvo.....	11
2.2.6 Podpora .....	11
2.2.7 Gospodarstvo in podjetništvo v Prekmurju .....	11
2.3 STRATEGIJE ODLOČANJA IN OBLIKOVANJE IDEJE .....	13
2.3.1 Kaj je strategija? .....	13
2.3.2 Kaj je slaba strategija?.....	13
2.3.3 Strategije za uspešno podjetje .....	13
2.3.4 Poslovna ideja .....	13
<b>3 RAZISKOVALNI DEL .....</b>	<b>14</b>
3.1 METODA INTERVJU .....	14
3.2 PREDSTAVITEV IN OBRAVNAVA POSAMEZNEGA PRIMERA.....	14
3.2.1 Posestvo Mala Rosa .....	14
3.2.2 Kmetija Vogrinčič-Hanžel.....	15
3.2.3 Apartmaji Džaboka&Gruška .....	16
3.2.4 Kmetija Mali Raj .....	16
3.2.5 Goričke lže - Evitel d.o.o.....	17
3.3 PRIMERJAVA ODGOVOROV S TEORETIČNO PODLAGO - ZNAČILNOSTI IN VEDENJE PODJETNIKA .....	18
3.4 OSTALA PODJETJA/PONUDBA NA GORIČKEM .....	21
3.5 STRATEGIJE INTERVJUJANCEV .....	22
3.5.1 Posestvo Mala Rosa .....	22
3.5.2 Kmetija in mesnica Vogrinčič-Hanžel.....	22
3.5.3 Apartmaji Džaboka&Gruška .....	22
3.5.4 Kmetija Mali Raj .....	22
3.5.5 Goričke lže .....	22
3.6 POSLOVNA IDEJA .....	23
3.6.1 Poslovna ideja Posestva Mala Rosa .....	23
3.6.2 Poslovna ideja Kmetije Vogrinčič-Hanžel.....	23
3.6.3 Poslovna ideja Apartmajev Džaboka&Gruška .....	23
3.6.4 Poslovna ideja Kmetije Mali Raj.....	23
3.6.5 Podjetniška ideja Goričke lže .....	23
<b>4 REZULTATI IN RAZPRAVA.....</b>	<b>24</b>
4.1 UGOTOVITVE .....	24
<b>5 ZAKLJUČEK .....</b>	<b>25</b>
<b>6 VIRI IN LITERATURA.....</b>	<b>26</b>
6.1 VIRI SLIK.....	27
<b>7 PRILOGE .....</b>	<b>28</b>

## Kazalo slik

SLIKA 1: STOPNJA DELOVNE AKTIVNOSTI PO STATISTIČNIH REGIJAH (SURS, 2019).....	9
SLIKA 2: INDEKSI STARANJA PO OBČINAH (SURS, 2019) .....	10
SLIKA 3: ALENKA ČEDE S SVOJIM PARTNERJEM (REMEC, 2020) .....	14
SLIKA 4: BOŠTJAN HANŽEL Z RAZISKOVALKO LANO (OSEBNI ARHIV) .....	15
SLIKA 5: EDITA ČASAR S DRUŽINO (ČASAR, B. D.) .....	16
SLIKA 6: URŠKA MARTINEC S DRUŽINO (NEMEŠ, 2019) .....	16
SLIKA 7: NATAŠA GERIČ PAL (NEMEŠ, 2020).....	17
SLIKA 8: ZEMLJEVID PONUDNIKOV NA GORIČKEM (KRAJINSKI PARK GORIČKO, B. D.) .....	21

## Kazalo tabel

TABELA 1: PODJETNIŠKI ZNAČAJ .....	19
TABELA 2: PODJETNIŠKO VEDENJE .....	20

## POVZETEK

Na Goričkem je, kljub izseljevanju in brezposelnosti, nekaj pogumnih malih podjetnikov napisalo uspešne poslovne zgodbe.

Z raziskovalno nalogo **PODJETNIŠKE PRILOŽNOSTI - OSTANIMO NA GORIČKEM** bi želeli predstaviti poslovne poti ter miselnost lastnikov manjših, butičnih podjetij na Goričkem, ki so bila ustanovljena v obdobju zadnjih 15 let. S podrobnejšo raziskavo petih podjetij Mala Rosa, Kmetija Vogrinčič-Hanžel, Apartmaji Džaboka&Gruška, Kmetija Mali Raj in Goričke lže naloga ilustrira poslovne zgodbe ustanoviteljev gospe Alenke Čede, gospoda Boštjana Hanžela, gospe Edite Časar, gospe Urške Martinec in gospe Nataše Gerič Pal.

Namen naloge in raziskave je bil izvedeti, **ali v naših krajih obstajajo možnosti za uspešne podjetniške zgodbe in ali se v njih morda skriva odgovor ter morebitna rešitev za problematiko izseljevanja z Goričkega**. Nismo zasledili, da bi obstajala podobna raziskava.

Sklepi naloge so oblikovani glede na:

- podatke in odgovore pridobljene z metodo intervjuja,
- podatke s področja podjetništva in prebivalstva regije oz. Goričkega,
- primerjavo in analizo omenjenih podatkov.

Med raziskavo smo ugotovili, da Goričko ponuja veliko možnosti za podjetništvo in turizem pod pogojem, da so izpolnjeni določeni kriteriji za uspešnost, o katerih priča naloga v teoretičnem delu.

Raziskovanje nam je dalo več, kot je bilo sprva načrtovano. Iskreni odgovori so nam omogočili vpogled v to, kaj je pomembno za življenjski uspeh in kako slediti svoji zgodbi. Ker tudi avtorica sama stopa na pot večje samostojnosti ob koncu osnovne šole, ji je ta raziskava prinesla veliko spoznanj in koristno popotnico za nadaljnje življenjske odločitve.

Ključne besede: raziskovalna naloga, uspešne podjetniške zgodbe, majhna podjetja na Goričkem, poslovne priložnosti, izseljevanje

## ABSTRACT

In Goričko, despite emigration and unemployment, some brave small entrepreneurs wrote successful business stories.

With the research project **ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITIES - LET'S STAY IN GORIČKO**, we would like to present the business paths and mentality of the owners of small, boutique companies in Goričko, which were established in the last 15 years. With a detailed research of five companies **Mala Rosa, Kmetija Vogrinčič-Hanžel, Apartments Džaboka & Gruška, Kmetija Mali Raj** and **Goričke iže**, the task illustrates the business stories of the founders: Mrs. Alenka Čeda, Mr. Boštjan Hanžel, Mrs. Edita Časar, Mrs. Urška Martinec and Mrs. Nataša Gerič.

The purpose of the task and research was to find out *whether there are opportunities for successful business stories here and whether they may hold the answer and a possible solution to the problem of emigration from Goričko*. We haven't found any similar studies.

The conclusions of the task are formed according to:

- data and answers obtained by the interview method
- data from the field of entrepreneurship and the population of the region of Goričko
- comparison and analysis of the mentioned data

During the research, we found that Goričko offers many opportunities for entrepreneurship and tourism, provided that certain criteria for success are met, as evidenced by the task in the theoretical part.

The research itself gave the author of the assignment more than originally planned, as honest answers gave her an insight into what is important for life success and how to follow one's story. As she herself is on the path to greater independence at the end of primary school, this research has brought her a lot of insights and a useful guide for further life decisions.

Key words: research project, successful business stories, small companies in Goričko, business opportunities, emigration

## 1 UVOD

Raziskava Podjetniške priložnosti - ostanimo na Goričkem je bila izvedena v šolskem letu 2020/21. Ker Goričko na eni strani pesti izseljevanje in staranje prebivalstva, na drugi pa se zdi, da je prisoten porast turistične ponudbe, smo z raziskavo želeli osvetliti pestro dogajanje na obeh področjih in ponuditi odgovore na vprašanja v obliki naslednjih hipotez (označeni s črko H):

**H1: podjetništvo na Goričkem se razvija pretežno v smer turizma v zadnjih 15 letih**

**H2: podjetniki ponujajo nove, drugačne produkte, v koraku s časom**

**H3: Goričko ponuja rešitev za izseljevanje in brezposelnost v obliki podjetništva**

V nalogi so predstavljene teme s podatki iz različnih pisnih in spletnih virov in zajemajo naslednja področja:

- prikaz negativnega prirastka prebivalstva na Goričkem,
- teoretična razlaga: podjetništvo, podjetnik, motivacija, strategija in ideje.

V analizi se raziskava osredotoča na:

- predstavitev petih podjetij na Goričkem iz pričevanja lastnikov,
- analizo intervjujev skozi:
  - značilnosti podjetnika v primerjavi s teoretsko osnovo,
  - strategije odločanja podjetnika v primerjavi s teoretsko osnovo,
  - oblikovanje ideje podjetnika v primerjavi s teoretsko osnovo.

Med raziskovanjem smo ugotavljali, zakaj in kako so se intervjuvanci odločali za podjetništvo na Goričkem, kakšne izkušnje in znanja imajo ter kakšna miselna oz. podjetniška naravnost jih vodi. Metoda intervjuja nam je omogočila pristen in osebni kontakt z lastniki. Uspeli smo ustvariti zaupen odnos in tako dobili boljši vpogled v posameznikove značilnosti in poslovno naravnost. Pri analizi intervjujev smo se osredotočili na primerjavo pridobljenih odgovorov in podatkov, ki so jih podali intervjuvanci sami, s podatki iz literature s področja podjetništva.

Naloga tudi predlaga tudi morebitne rešitve težav na področju izseljevanja in brezposelnosti na Goričkem.

V zaključku najdemo dodatne usmeritve in predloge za nadaljevanje in nadgradnjo pričujoče raziskave.



## 2 TEORETIČNI DEL

### 2.1 GORIČKO - GEOGRAFSKE ZNAČILNOSTI IN PREBIVALSTVO

Goričko je gričevnata pokrajina, ki leži v Panonski regiji. Leta 2003 je Vlada Republike Slovenije to območje razglasila za Krajinski park Goričko in s tem zavarovala območje narave. Zaradi odmaknjenosti in gričevnate lege je pokrajina v zgodovini bila prikrajšana urbanizacije in grajenja večjih mest. Tako so se prebivalci bili primorani ukvarjati s samooskrbnim kmetijstvom. (O parku, b. d.)

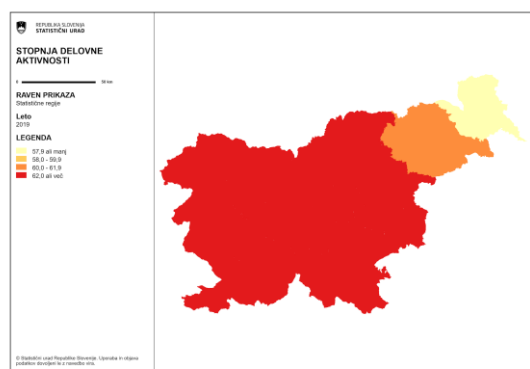
Prav to je prispevalo k temu, da je Goričko drugačno in zaznamujoče od drugih pokrajin, saj sta še zmeraj prisotna neokrnjena narava in biotska pestrost. Druge pokrajine so to neokrnjeno naravo izgubile s tem, da so gradile večja mesta, razvijala pa se je tudi industrija. (prav tam)

Kljub gradnji večjih mest in razvijanju industrije pa je Goričko in hkrati Prekmurje redko in neenakomerno poseljeno. Gostota poselitve je manjša kot v drugih delih Slovenije. (Verdev, 2015, str. 28)

Naravno gibanje prebivalstva nam določata rojstvo in smrtnost. Razliko med številom živorojenih in umrlih v enem letu imenujemo naravni prirastek. Slovenija sodi med države, ki imajo najnižjo stopnjo rodnosti v Evropi. Od začetka 20. stoletja pa se v Sloveniji zmanjšuje tudi smrtnost, kar je posledica izboljšanja zdravstvenega varstva, zavedanja o zdravi prehrani, spremembah načina življenja. Če pogledamo naravno gibanje prebivalstva po regijah v Sloveniji, se pomurska regija kaže kot eno izmed demografsko najbolj ogroženih regij v Sloveniji. (prav tam)

Glede na podatke Statističnega urada republike Slovenije iz leta 2018–19 (SURS, 2019) o prebivalstvu Slovenije, rodnosti, umrljivosti, selitvenem gibanju, je v pomurski regiji na 1000 prebivalcev notranje priselitve opravilo 16.8 prebivalcev. V primerjavi s prejšnjimi leti se je ta številka zmanjšala za vsaj 2.5 prebivalca. Število notranjih odselitev pa kaže, da je na 1000 prebivalcev bilo odseljenih 17.8 prebivalcev, kar je v primerjavi s prejšnjimi leti manjše. Vseeno lahko iz podatkov razberemo, da je število izseljenih kot priseljenih večje. Skupni selitveni prirast iz leta 2018 pa kaže 0,3 prebivalca na 1000 prebivalcev. Leto prej pa kar -3,9 prebivalca.

Tudi naravni prirast za pomursko regijo ne kaže nič boljšega. Novejši podatki iz leta 2019 kažejo -4.7 prebivalca, kar je 3,1 pod slovensko vrednostjo na 1000 prebivalcev. Naravni prirast se v Pomurju vsako leto poveča in gre še bolj v stran od povprečne slovenske vrednosti. Delovna aktivnost prebivalcev regije je tudi manjša od drugih regij po Sloveniji. (Interaktivna kartografska aplikacija, b. d.)



Slika 1: Stopnja delovne aktivnosti po statističnih regijah (SURS, 2019)



### 2.2.3 Oblike podjetij

V Sloveniji poznamo 9 oblik podjetij. To so:

- samostojni podjetnik (s.p.),
- družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.),
- družba z neomejeno odgovornostjo (d.n.o.),
- delniška družba (d.d.),
- komanditna družba (k.d.),
- komanditna delniška družba (k.d.d.),
- dvojna družba,
- evropska delniška družba (Societas Europea - SE),
- tiha družba. (Vzpostavitev poslovanja ..., 2011)

### 2.2.4 Kaj je družinsko podjetništvo?

Družinsko podjetništvo sestavlja družina (skupina ljudi, v kateri se rodimo, odrastemo) ter podjetje, ki ga prav tako poimenujemo kot skupino ljudi oziroma kolektiv. Tako iz teh dveh skupin dobimo samo eno. V tej skupini se prepletajo poslovni in družinski odnosi. (Družinsko podjetništvo, b. d.)

### 2.2.5 Motivacija za podjetništvo

Vsak podjetnik bo verjetno povedal, da mu prav uspeh lastnega podjetja daje notranje zadovoljstvo - čuti se vrednega, izpolnjuje svoje življenjske cilje. Večino poslovnežev se prav zaradi osebnega zadovoljstva, ki je na takšni poti zelo pomembno, odloči za samostojen posel. Podjetnik mora verjeti sam vase, imeti vizijo in biti pripravljen tvegati. Verjeti mora, da ga čakajo boljši časi. Ne sme pozabiti, da si uresničuje sanje. (Motivacija kot temelj ..., 2017)

### 2.2.6 Podpora

Maruša Mikeln v svojem diplomskem delu Primerjava podpornega okolja za spodbujanje in razvoj podjetništva v Sloveniji in Združenem Kraljestvu (2017) govori o poklicni podpori in podporni infrastrukturi, ki je pomembna za rast podjetnika.

Avtorica razloži, da je za ustvarjanje lastnega podjetja vsekakor pomembna podpora. Podpora daje podjetniku zagon in motivacijo, saj je pri podjetnikih občutek osamljenosti pogost razlog za izgubo motivacije in zagona. Poleg podpore družine in prijateljev podjetniki potrebujejo tudi poklicno podporo in podporno infrastrukturo. Prav to jim da nekaj znanja in pomoč pri začetkih, ki na takšni poti niso lahki. (prav tam)

Pri ustvarjanju podjetja je pomembna tako mehka kot trda podpora. Pod mehko podporo bi lahko prištelu učenje, usposabljanje, mentorstvo in posvetovanje. Ta vrsta podpore se osredotoča neposredno na podjetnika. Trda oblika podpore pa se nanaša na znižanje davkov, dodeljevanje subvencij, izgradnjo infrastrukture in podobno. (prav tam)

### 2.2.7 Gospodarstvo in podjetništvo v Prekmurju

Razni podatki prikazujejo, da se stanje glede podjetništva v Prekmurju izboljšuje. Kot kažejo podatki Statističnega Urada Republike Slovenije, je med gospodarsko krizo med letoma 2008 in 2014 svoj

položaj glede na druge regije zelo izboljšala oz. je pred vsemi. To potrjuje gospodarska rast in krepitev gospodarske moči. (Žalik, 2020)

Gospodarske družbe so leta 2018 v primerjavi z letom 2017 povečale prihodke za 11 %, število zaposlenih po delovnih urah pa se je povečalo za 750 oseb. Med 12 statističnimi regijami je največjo rast doseglo prav pomurska regija, saj so pomurske družbe, v primerjavi s prejšnjim letom, povečale neto čisti dobiček za kar 66 %. (prav tam)

V primerjavi s preteklimi leti sta se povečala tudi obseg in uspešnost poslovanja samostojnih podjetnikov. Prihodki samostojnih podjetnikov so se povečali za 9 %, neto podjetnikov dohodek pa za 12 %. V majhnem obsegu pa so samostojni podjetniki uspeli razpisati tudi nekaj delovnih mest. (prav tam)

Pomurska regija je znana po turizmu, ki se v primerjavi z povprečjem v Sloveniji zelo dobro razvija. Stopnja zasedenosti turističnih točk v obdobju med januarjem in oktobrom 2018 je bila 42 %, v enakem obdobju v Sloveniji pa 33,5 %. Čeprav ni zanesljivih podatkov o manjših podjetnikih in podjetjih, ki delajo na področju turizma, nam podatki govorijo o potencialu, ki je prisoten. O tem govori tudi nadaljnja analiza in pričujoča raziskava. (prav tam)

## 2.3 STRATEGIJE ODLOČANJA IN OBLIKOVANJE IDEJE

### 2.3.1 Kaj je strategija?

Blaz Kos Consulting (Kos, b. d.) opisuje strategijo kot »*določen načrt dejanj, ki ga npr. podjetnik želi uveljaviti v določenem času*«. Ta načrt potrebuje za reševanje problemov začrtan cilj. Če si izziva oz. cilja ne definira, zelo težko govorimo o strategiji. S tem se jasno kaže, kakšna bo pot in uspeh podjetja. Strategija ni zgolj cilj, ambicija in vizija, je pot, v kateri si podjetnik pripravi načrt za pot mimo ovir in tako dosega ambicije.

### 2.3.2 Kaj je slaba strategija?

V slabo strategijo se podjetnik lahko zaplete, če si na svoji poti zastavi samo cilje in ambicije, ne pripravi pa si dejavnosti, kako jih bo dosegel. Cilji, ki si jih zastavi tako niso pravilno zastavljeni. Podjetnik si pripravi slabo strategijo tudi takrat, ko v svoji poti izpostavi samo prednosti, brez slabosti in ovir. (Kos, b. d.)

### 2.3.3 Strategije za uspešno podjetje

Fortuna (2015) razlaga, da so strategije, ki bi si jih podjetnik naj zastavil, naslednje:

- dobro pozna konkurenco - konkurenco mora preučiti, saj le tako ve, kaj mu lahko jemlje dobiček in s čim se bo moral kosati na svoji poti. Pripraviti mora boljše in bolj prepričljive produkte kot njegov konkurent.
- Najprej se loti manjšega tržišča - če podjetnik začne z manjšim tržiščem, dela manjšo količino produktov, s tem pripravi boljše, bolj kvalitetne produkte in s tem prepriča kupce, ki širijo in delajo prepoznavnost podjetju.
- Prisluhne svojim strankam - stranka razloži prednosti in slabosti kupljenega produkta. Te slabosti, ki jih kupec oz. potrošnik pove, lahko podjetnik obrne v svoje dobro in to uporabi pri izboljšavi svojih produktov.
- Oglašuje - sam začetek oglaševanja je pomemben, ker podjetja popelje v svet, potencialni kupci jih opazijo in podjetjem želijo slediti oziroma jih obiskati.

### 2.3.4 Poslovna ideja

V priročniku ABC PODJETNIŠTVA (Letonja s sodelavci, 2019) lahko preberemo nasvete, kako bi naj podjetnik začetnik prišel do začetne poslovne ideje. Običajno pride do ideje, ko nas nekaj zmoti, torej ko se soočimo s problemom. Človek, ki ima pred sabo problem, začne razmišljati, kako bi se lotil reševanja in tako pride do ideje. V današnjih časih ideje sledijo trendom v panogi. Če želi človek biti na tekočem s temi trendi, mora brati članke, oglase, revije, se izobraževati, biti radoveden. Tako pride do ideje. K temu pripomorejo zmožnosti in veščine, torej lastna prednost, in to, kar nekdo izbere za formalno ali neformalno izobrazbo.

## 3 RAZISKOVALNI DEL

### 3.1 METODA INTERVJU

Za raziskovanje smo izbrali metodo intervjuja. Bizjak (b. d.) navaja, da je intervju »načrten, organiziran in neposreden pogovor med (praviloma) dvema osebama; ena (t. i. intervjuvar) ga usmerja k vnaprej določenemu cilju, druga (intervjuvanec) pri tem sodeluje«. Intervjuje, katere smo opravili, bi lahko šteli pod polstrukturirane, saj smo pridobili podatke o prepričanjih, mnenjih, stališčih in vrednotah intervjuvancev.

Intervjuji so potekali meseca decembra 2020 ter januarja in februarja 2021. V kontakt z intervjuvanci smo stopili preko elektronske pošte in telefonskih klicev. Pogovori so potekali sproščeno, podjetniki so privolili tudi v snemanje pogovora. Menimo, da so nam prav zaradi tega pristnega stika zaupali in nam pomagali pri raziskovanju.

### 3.2 PREDSTAVITEV IN OBRAVNAVA POSAMEZNEGA PRIMERA

#### 3.2.1 Posestvo Mala Rosa



Slika 3: Alenka Čede s svojim partnerjem (Remec, 2020)

Prva intervjuvanka, gospa Alenka Čede, je s svojim partnerjem Žarkom Novakom dinamično in stresno življenje v Ljubljani zamenjala za življenje na Goričkem. Ker se v mestnem vrvežu nista počutila najbolje, sta že več let želela najti bivališče v mirnem in naravnem okolju. Tako sta pred sedmimi leti našla in kupila zapuščeno kmetijo v Stanjevcih in se takoj lotila urejevanja in čiščenja okolice.

Skozi pogovor Alenka razkriva, da je njena velika želja bila, da bi se ukvarjala, pridelovala in predelovala zelišča. Ravno zato sta na posestvu najprej zasadila zelišča in sivko, iz le teh pa sedaj pripravljata čaje. Ker pa so na posestvu ostale avtohtone sorte jabolk, jih je gospa Alenka vključila v pripravo čajnih mešanic. Čaje uspešno prodajata po celi Sloveniji in sama pravi, da jima strank ne primanjkuje.

Kot trdi, ju je Goričko očaralo, tukaj pa sta našla tudi velik turistični potencial, a zgolj v butičnem turizmu. Na posestvu si tako lahko ogledamo urejeno manjšo razstavno trgovino z njunimi izdelki in se usedemo ob lastni domači pijači pod pokritim skednjem. V prihodnje si Alenka s partnerjem želi urediti tudi prenočišča ter visokodebelni travniški sadovnjak.

### 3.2.2 Kmetija Vogrinčič-Hanžel



Slika 4: Boštjan Hanžel z raziskovalko Lano (osebni arhiv)

Boštjan Hanžel se s svojo partnerico Mihaelo Vogrinčič od leta 2015 ukvarja s pridelavo in predelavo mesa. Najprej se je začel s tem ukvarjati le v prostem času, sedaj pa je to njegova služba. Pridelujejo 40 izdelkov, med temi suhe salame, zaseko, meso iz tünke, prekajene domače klobase, krvavice, v poletnih mesecih pripravljajo mesne izdelke za žar. Kot pove gospod Hanžel, pa je veliko tudi povpraševanja po kosih svežega mesa in narezkih. Vse recepte za svoje pridelke je ustvaril sam ter jih zapisal.

Podjetniška pot se je začela leta 2015, ko sta se s partnerico odločila izkoristiti prazne velike objekte. Ta zgodba pa traja še vedno, ko se vsi njihovi izdelki prodajajo pod blagovno znamko Okus Goričkega in so že prepoznavni stalnim kupcem. Izdelki se lahko kupijo v majhni butični trgovini na kmetiji, v Murski Soboti (kamor občasno pripelje izdelke njihova «potujoča» trgovinica), v Vučji vasi v Ekološki trgovini in kmetiji Paldauf ter v par nastanitvenih objektih (Panonska vas, Goričke iže). So družinsko podjetje, saj, kot razloži Boštjan pomagajo skoraj vsi družinski člani, brez zahteve po plačilu.

Sama kmetija ima okoli pet hektarjev zemlje, razmišljajo pa tudi o najemu dodatnih zemljišč. Na teh tleh večinoma pridelujejo ječmen in koruzo. Hektar in pol travnika so pred dvema letoma ogradili, na njem se danes pasejo štiri krave, o širjenju te dejavnosti ne razmišljajo. V reji imajo tudi okoli 85 prašičev.

### 3.2.3 Apartmaji Džaboka&Gruška



Slika 5: Edita Časar s družino (Časar, b. d.)

Gospa Edita Časar prihaja iz Kruplivnika, kjer imajo s svojo družino narejene turistične apartmaje. Njihova zgodba sega 15 let nazaj, ko so se odločili, da bodo 100 let staro domačijo unikatno preuredili in opremili. Sedaj pomagajo tudi nekateri družinski člani. Nudijo štiri nastanitvene storitve, ukvarjajo pa se tudi s kmetijstvom.

Sami pravijo, da pri najemu njihovih unikatno oblikovanih apartmajih poleg sob, turisti dobijo tudi mir, domačnost in prečudovito naravo. Z lastniki lahko turisti počnejo tudi druge dejavnosti kot so nabiranje gob, nabiranje sadežev, v jesenskih časih pa postrežejo tudi s pečenimi kostanji. Obiskovalci se lahko družijo tudi s konji, posestvo pa nudi tudi možnost porok.

Gospa Časar je razložila, kako so se odločili za zanimiva imena apartmajev. Ker se v bližini nahaja velik nasad, v katerem najdemo okoli 1000 jablan, je najprej nastalo veliko idej za imena. Izbrana so se jim najbolj prirasla k srcu in so jih tudi obdržali. Tudi same nastanitvene sobe so poimenovali po sadjih in sicer: Džaboka, Gruška in Črešnja. Njihova nova zemljanka pa se imenuje Anika.

### 3.2.4 Kmetija Mali Raj



Slika 6: Urška Martinec s družino (Nemeš, 2019)

Gospa Urška Martinec živi v Murski Soboti, sama kmetija pa se nahaja v Dolencih. Njihova zgodba sega v leto 2001, ko je idejo za kmetijo dobil Urškin oče. Prvotna ideja je bila, da bi imeli le nekaj koz in ovc, vendar se je njihovo posestvo tako zelo razširilo, da danes ponujajo nastanitve, kjer se turisti lahko razvajajo, si ogledajo živali, okušajo pa lahko tudi dobrote iz kozje sirarne. Na kmetiji se danes pase več kot 160 različnih domačih živali. Tudi sama oskrba temelji na lokalni in domače pridelani hrani.



So družinsko podjetje, saj pri opravilih pomagajo vsi družinski člani. Glavna dejavnost na njihovi kmetiji je vsekakor pridelava in predelava kozjega mleka. Sami pravijo, da prostih dni ni veliko, saj je vsakodnevno potrebno poskrbeti za domače živali.

Kljub temu, da je njihova glavna dejavnost predelava kozjega mleka, imajo na kmetiji 200 drugih vrst živali. Med temi najdemo koze, alpake, številne muce, kokoši, prašičke, ovce, osla Mirkota in ponija Tončka. Za vse delo, vložen čas, odrekanja in trud pravijo, da so nagrajeni s tem, da je njihova kmetija poznana daleč naokrog.

### 3.2.5 Goričke lže - Evitel d.o.o.



Slika 7: Nataša Gerič Pal (Nemeš, 2020)

Gospa Nataša Gerič Pal prihaja iz Lenarta. Je direktorica podjetja Evitel d.o.o. Zgodba tega podjetja sega približno 15 let nazaj, ko so s podjetjem Evitel d.o.o. odprli prvo trgovino z mobilno tehnologijo. V nadaljnjih osmih letih so odpirali vsako leto po eno novo poslovalnico. Leta 2013 je postala samostojna vodnica tega podjetja. Sedaj imajo štiri poslovne enote z mobilno telefonijo kot posrednik Telekoma Slovenije, pred tremi leti pa so se odločili, da poslovno dejavnost razširijo v smer turizma. Tako so odprli turistično enoto Goričke lže v Križevcih.

V Križevcih so tako renovirali tri stavbe. Dve so izkoristili za apartmaja, eno pa za družabni prostor. Dodali so še eno novogradnjo. Lani so investirali še v pridelavo akvaponične zelenjave. Razpolagajo s tremi prelepimi goričkimi hišami: INDAŠNJA, VELBANA in KOMIŠKA. Navdih zanje je bil način gradnje »kot nekoč« - obnova z naravnimi materiali ter KONOPLJINA IŽA, ki je novogradnja zgrajena iz KONOPLJE. Goričke lže največ obiskujejo turisti iz drugih regij in držav, manj je gostov iz pomurske regije.

Samo ime se je razvilo iz tega, da so lastniki ustvarili »goričke hiše«, ker 'iža' v prekmurščini pomeni hiša. Obudili so starogradnjo in s tem ostali prijazni do narave oz. v naravo niso zelo posegali.

Omenjeni opisi lahko potrdijo 1. hipotezo (H1). Podjetništvo na Goričkem se torej razvija v smer turizma v zadnjih 15 let. Vendar pet podjetij še ne predstavlja pretežnega podjetništva in turizma, zato smo k raziskavi dodali še krajšo raziskavo drugih obstoječih podjetij v kasnejši obravnavi.

### **3.3 PRIMERJAVA ODGOVOROV S TEORETIČNO PODLAGO - ZNAČILNOSTI IN VEDENJE PODJETNIKA**

V poslovnem priročniku ABC PODJETNIŠTVA (Letonja s sodelavci, 2019), diplomskih nalogah DEJAVNIKI USPEŠNOSTI MALEGA IN SREDNJE VELIKEGA PODJETJA NA PRIMERU AVTOHIŠE KOLMANIČ&DOKL (Horvat, 2016) in POT K PODJETNIŠTVU (Lavtižar, 2009) so predstavljene značilnosti podjetnika. Avtorji ga opisujejo kot vizionarja, osebo s posluhom za kupca, premagovalca ovir, tistega, ki ima željo po nečem novem in po uspehu, in ki je deležen podpore družine. V analizi smo ugotavljali, ali enako drži za intervjuvane podjetnike.

Analizo smo razdelili v dve tabeli. V prvi tabeli je primerjava odgovorov intervjuvancev s teoretsko podlago in pokriva področje podjetniškega značaja oz. kakšen naj bi bil podjetnik. V drugi tabeli lahko razberemo, kakšna pot je značilna za podjetnika in kakšno vedenje ga podpira. Druga tabela tudi prikazuje primerjavo odgovorov intervjuvancev s teoretično podlago.

Tabela 1: Podjetniški značaj

	Alenka Čede- Posestvo Mala Rosa	Boštjan Hanžel- Kmetija in mesnica Vogrinčič- Hanžel	Edita Časar- Apartmaji Džaboka & Gruška	Urška Martinec- Kmetija Mali Raj	Nataša Gerič Pal- Goričke lže
ima željo po nečem novem	da; izpolnjuje svojo življenjsko željo	da; vse recepte za svoje produkte je pripravil sam	da; eni izmed prvih, ki so se začeli ukvarjati s sobodajalstvom na Goričkem	da; dopolnjujejo in razvijajo svojo dejavnost	da; iz telekomunikacijskih prodajaln so se želeli širiti na področje turizma
ima nove ideje in v njih tudi investira	da; v prvem valu Covid-19 sta uredila senik, ki pa je bil v planu komaj čez kakšno leto, želita ponudbo razširiti s ponudbo nočitev	da; pripravlja dva nova produkta, lokalna salama z orehi in goveja salama	da; letos so zgradili novo Zemljanko	da; po novem imajo na kmetiji tudi Wellness	da; pripravljajo Team Buildinge, zgradili so hiše kot dodatno ponudbo
je pripravljen tvegati	da; 'le tako boš dosegel svoje zastavljene cilje'	da; na začetku aplicirali in prejeli finančno pomoč v obliki evropskih sredstev	da; odločili so se za povsem njim neznano pot; lastnica je pustila tudi obstoječo službo	da; poskušajo predstaviti in ustvariti nekaj novega v tem okolju	da; 'moraš vztrajati in se zavedati, da so v podjetništvu vzponi in padci'
ima nekaj lastnosti že prirojenih, nekaj pa se jih nauči	ne; podjetnik se naredi oz. izuči, saj se učimo skozi celo življenje	ne; podjetnik se naredi oz. izuči, saj je pomembno tudi v kaj se izobražiš	da; imeti moraš čut za podjetništvo, nauči te pa tudi delo in izkušnje	da; rodi se z to podjetniško žilico, ampak se mora vedno nekaj novega učiti in to nadgrajevati	ne; podjetnik se naredi, ker vsak lahko postane podjetnik če ima določene veščine

Pričujoči odgovori intervjuvancev lahko potrdijo 2. hipotezo (H2). Podjetniki tako ponujajo in razvijajo nove, drugačne produkte, ki so v koraku s časom (Wellness program, domači izdelki, ...). Kot pravi gospod Pobegajlo, direktor Turistično-gostinske zbornice Slovenije v članku Adijo luksuz, turisti si želijo varnega, zelenega in aktivnega dopusta (Šubic, 2021) in naši intervjuvanci nudijo prav to.

Tabela 2: Podjetniško vedenje

	Alenka Čede- Posestvo Mala Rosa	Boštjan Hanžel- Kmetija in mesnica Vogrinčič-Hanžel	Edita Časar- Apartmaji Džaboka & Gruška	Urška Martinec- Kmetija Mali Raj	Nataša Gerič Pal- Goričke iže
poslušanje potencialnih kupcev	da; 'tako se podjetnik razvija v pravo smer'	da; najprej je dal produkte poskusiti družini, prijateljem	da; tako veš, kaj si turisti/obiskovalci želijo	da; želja po vzpostavitvi pristnega stika s turisti	da; ne ponujajo prenočitev, ampak tudi različne tečaje masaž, različne kolesarske in kulinarične opcij ...
pomembna je podpora	da; 'to te na začetku žene naprej'	da; prav zaradi njihovih pohval je začel s svojim delom	da; če nekdo verjame vate imaš večji zagon in motivacijo	da; 'to ti da verjeti, da delaš dobro in se razvijaš naprej'	da; velika podpora ti da zagon in vero vase
kako je prišlo do ideje	želja po nečem novem, delovno mesto v naravi, izpolnitev življenjske želje	ljubiteljsko izdelovanje prekajenih klobas	prišla je sama od sebe; želeli so, da bi nekaj takega naredili tudi tukaj na Goričkem	začel je oče, ko je v Dolencih kupil kmetijo in pripeljal kože in nekaj ovc	prisotna je bila želja in izobrazba
premagovanje ovir - koronakriza	'v vsaki stvari je treba najti nekaj dobrega', koronakriza je prinesla veliko več lokalnih kupcev in s tem boljše leto, kot eno pred njim	spontanost, koronakriza se ni poznala, saj je prinesla več lokalnih kupcev	vsako leto je občutek boljši, letos poleti so doprinesli nekaj tudi turistični boni, vendar je obisk bil vseeno manjši kot leto pred tem	kljub spodbudi in upanju, da bo boljše se je oktobra ustavila prodaja sira, ni turistov	pomoč s posveti znotraj podjetja, pomoč drug drugemu, pomoč javnih institucij, koronakriza pa je vplivala na poslovanje, saj je bil manjši prihodek
upanje v to, da je tu možno uspeti v turizmu	da; preselila se je iz glavnega mesta Slovenije, meni, da je na Goričkem možno uspeti v turizmu	da; pripravljaj je svoje recepte in delati na svoji podjetniški poti	da; spustili so se na nekoliko neznano pot	da; začeli so počasi in z le eno dejavnostjo, nato so se začeli razvijati	da; iz poslovanja v smeri mobilne tehnologije so se usmerili v turizem in naredili koncept na Goričkem

Iz druge tabele lahko razberemo, kaj je še pomembno pri ustvarjanju lastnega podjetja in kako so to v praksi izpeljali intervjuvanci. Iz odgovorov lahko razberemo, da je za uspeh pomembno zaupanje v lastne zmožnosti, imeti pogum in zmožnost spopadanja z izzivi, iskanje načinov, kako premagati ovire, razvijati nove ideje, izdelke in ponudbe.

Vsi intervjuvanci imajo tudi močno podporo predvsem v krogu družine, kajti na podjetniški poti se srečujejo z nemalo izzivi. Pomembno je, da nekdo verjame v njih in njihove ideje in sanje ter da sami močno verjamejo vase.

Zanimivo je, da noben podjetnik ni omenil področja konkurence. Zdi se, da so bolj osredotočeni na svoje cilje in sanje kot na to, kaj njihovi konkurenti počnejo.

Tudi področje oglaševanja se ne sklada s teoretsko osnovo - ni tako skrbno načrtovano kot teorija predlaga. S predanim delom, kvalitetnimi izdelki in ponudbo so postali prepoznavni širši okolici. So pa vsi intervjuvanci prisotni na spletu (FB, spletni zadetki, članki), kar potrjuje potrebo po današnji prisotnosti na spletu in oglaševanju, kar pomeni, da to področje tudi ni zanemarjeno.

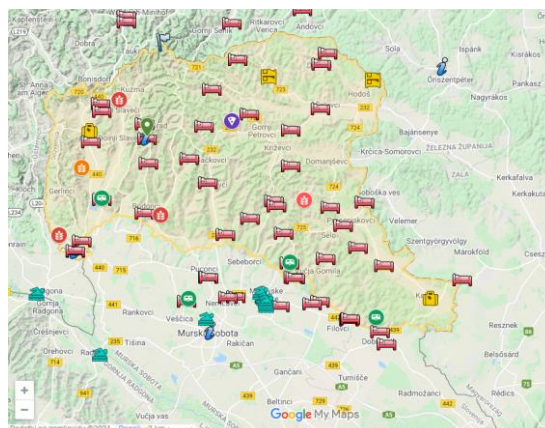
### 3.4 OSTALA PODJETJA/PONUDBA NA GORIČKEM

Lahko trdimo, da se je turizem na Goričkem močno razvil. Pojavilo se je veliko več turističnih objektov (prenočišča, turistične kmetije, butične trgovine), tako da nam en dan ne bi zadoščal za obisk vseh. Turisti lahko sedaj izbirajo med mnogimi prenočišči, okusijo lahko tudi veliko domače in lokalno pridelane hrane na Turistični kmetiji Tremel, Turistični kmetiji Puhán, v Gostilni Marič, Izletniški kmetiji Kozelin itn. (Kulinarika in nastavitve, b. d.)

Poleg vseh kulinarčnih in nastanitvenih dejavnosti pa najdemo tudi veliko pohodnih in kolesarskih poti: kolesarska povezava Trideželnega parka Goričko-Raab-Örseg, Gorička kolesarska pot, Zvezdna učna pot Markovci, Olivinova pot in še mnogo drugih. S tem turisti spoznavajo prelepo okolico in naravo na Goričkem. (Aktivno raziskovanje parka, b. d.)

Kot lahko ugotovimo se današnji trend turistične ponudbe nagiba k ohranjanju kulturne dediščine in spoštovanju tradicije. Starejše hiše se prenavljajo in opremljajo s starimi predmeti in pohištvo. Veliko je povezovanja z naravo in ponudbe lokalno pridelane hrane. (Domača obrt in dejavnost, b. d.)

Tudi na podlagi tega bi lahko potrdili 2. hipotezo (H2): na Goričkem prevladuje turistično podjetništvo, saj je vsako leto več apartmajev in turističnih kmetij, izletniških točk itn.



Slika 8: Zemljevid ponudnikov na Goričkem (Krajinski park Goričko, b. d.)

### 3.5 STRATEGIJE INTERVJUANCEV

Skozi intervjuje smo lahko zasledili še nekaj strategij in načinov oglaševanja, ki jih uporabljajo podjetniki v naši okolici.

#### 3.5.1 Posestvo Mala Rosa

Gospa Alenka Čede si je v samem začetku zastavila vizijo, sledila je svojim ciljem in verjela v to, kar si je zadala. Skozi pot se je naučila premagovati padce. Gospa Alenka meni, da se mora podjetnik vedno vprašati, kaj bi si kot gost želel sam. Verjame, da je potrebno iskati nove oziroma unikatne produkte in se skozi celotno pot učiti. Ovire, pravi, začneš premagovati s trmo in vztrajnostjo. Oglaševanje se je začelo na turističnih točkah na Goričkem, na turističnem informacijskem centru Murska Sobota, gospa je dobila tudi promocijo v Expanu. Seveda pa je del začetka oglaševanja tudi na socialnih omrežjih.

#### 3.5.2 Kmetija in mesnica Vogrinčič-Hanžel

Po mnenju gospoda Boštjana Hanžela je najprej pomembna dobra ideja o podjetju. Podjetnik se mora truditi za kakovost svojih izdelkov in ne sme obupati. Pri njem, pravi, se je podjetništvo odvijalo bolj spontano, manj načrtovano, tako da posebnih strategij ni bilo. Oglaševati je začel na lastni spletni strani in na svojem Facebook profilu. Meni, da so socialna omrežja najboljša in najhitrejša reklama.

#### 3.5.3 Apartmaji Džaboka&Gruška

Gospa Edita Časar pravi, da se v tem poslu počuti vsako leto bolje. Za turizem, trdi, je potrebna žilica za opremljanje in prijaznost do gostov. Lepa narava je pika na i. Oglaševati je začela na spletu in v časopisu Vestnik ter v nekaj revijah. Sčasoma pa so dojeli, da je najboljša reklama na spletu, torej lastna spletna stran in profil na Facebooku. Oglaševali so tudi z obiski nekaj sejmov.

#### 3.5.4 Kmetija Mali Raj

Gospa Urška Martinec meni, da se prvotna ideja skozi leta spreminja in nadgrajuje. Ovire so premagovali z upanjem v to, da bo boljše in so se spodbujali. Za ustvarjanje lastnega podjetja je pomembno zaupanje, ki ga podjetnik vzpostavi z obiskovalci. Oglašujejo s prisotnostjo na socialnih omrežjih, reklama od ust do ust je še vedno najbolj prisotna.

#### 3.5.5 Goričke Iže

Gospa Nataša Gerič Pal meni, da je za ustvarjanje podjetja pomembna neomajna volja, dosti energije in seveda, da si dober do ljudi, verjeti moraš, da se dobro z dobrim vrača, slediti moraš svoji začrtani poti in dosežati svoje zastavljene cilje. Omenila je, da je pomembna primerna rast podjetja, prisotni morajo biti tudi dobri medsebojni odnosi, cilji ter da se posluje uspešno in da se dobiček vrača v razvoj podjetja.

### 3.6 POSLOVNA IDEJA

#### 3.6.1 Poslovna ideja Posestva Mala Rosa

Gospa Alenka si je že od nekdaj želela manjše lastno podjetje, želela sta si nekaj novega, sanjala je tudi, da bo dobila in bo delala na takšnem delovnem mestu, ki bo v naravi. Z ustanovitvijo svojega butičnega podjetja si je izpolnila življenjsko željo. Če to primerjamo s podatki iz literature, ugotovimo, da je do ideje prišla s spremljanjem trendov in z željo po nečem novem.

#### 3.6.2 Poslovna ideja Kmetije Vogrinčič-Hanžel

Gospod Boštjan nam je zaupal, da je do ideje prišlo takrat, ko je ljubiteljsko začel pridelovati prekajene klobase. Te je ponudil družini in prijateljem, ti pa so izdelke zelo pohvalili. Z odobreno finančno pomočjo iz evropskih sredstev sta z ženo začela delati na tem. Gospod Hanžel je tako izkoristil in nadgradil lastno izobrazbo, saj je inženir živilske tehnologije.

#### 3.6.3 Poslovna ideja Apartmajev Džaboka&Gruška

Gospa Edita nam je povedala, da je ideja prišla bolj kot ne sama od sebe. Imeli so kmetijo, ki so jo želeli izkoristiti v nek namen. Njihova želja je bila ta, da bi tudi Goričko bilo eno izmed turističnih destinacij, tako so bili tudi eni izmed prvih, ki so se na Goričkem začeli ukvarjati s sobodajalstvom. Če bi ta način pridobivanja ideje primerjali z opisanimi načini iz literature, lahko potrdimo, da si začetnik podjetnik želi nekaj novega in ima vizijo to tudi ustvariti.

#### 3.6.4 Poslovna ideja Kmetije Mali Raj

Gospa Urška nam je zaupala, da je idejo dobil že njen oče leta 2001, ko je v Dolencih kupil kmetijo. Ideja se je razvijala iz leta v leto. Prvotna je bila le, da bi imeli koze in nekaj ovc. Ker pa so ljudje redno obiskovali živali, se je kmetija začela razvijati v smeri podjetništva. Poslovna ideja kmetije Mali Raj bi lahko spadala pod razlago, da ideje nastanejo, ko podjetnik želi ustvariti nekaj novega oz. pripelje novo panogo v kraj in v tem uspe.

#### 3.6.5 Podjetniška ideja Goričke Iže

Gospa Nataša Gerič Palnami je povedala, da je ideja prišla bolj kot ne sama. Najprej so ustvarili uspešno podjetje Evitel d. o. o. Nato so želeli svoje delo nadgraditi in so razmišljali o novi poti, o novi smeri. Odločili so se za turizem. Tako so odprli Goričke Iže v Križevcih, kjer so izkoristili 3 starejše objekte in naredili eno novogradnjo. Tudi ideja Goričkih Iž predstavlja odločitev podjetnika, ki želi v nek kraj pripeljati nekaj novega oziroma nekaj novega ustvariti.

## 4 REZULTATI IN RAZPRAVA

### 4.1 UGOTOVITVE

Ugotovili smo, da so za ustvarjanje uspešnega podjetja potrebna zagnanost, želja, ideja, podpora domačih, upanje in zaupanje v lastno idejo in sanje ter kvalitetni izdelki in odnosi s strankami. To je nekaj značilnosti na osnovi katerih podjetnik lahko postane uspešen.

Vsak si na začetku svoje poti ustvari cilj, ki ni dokončen, ker predstavlja začetek podjetniške poti. Ta cilj potem z zagnanostjo in s predanostjo izpolnjuje. Teorija in praksa intervjuvancev dokazujeta, da je pri podjetniški poti izrednega pomena podpora. Podpora bližnjih jih spodbuja tudi v najbolj težkih časih. Čeprav vsak izmed intervjuvancev sam ustvarja svojo podjetniško pot, ima svoje strategije in svojo podporo, se zdi, da je njihova naravnost zelo podobna. Vsak podjetnik piše svojo zgodbo, vendar so pri vseh prisotne podobne značilnosti in načini razmišljanja.

Tako bi zastavljeno hipotezo 1 (podjetništvo na Goričkem se razvija pretežno v smer turizma v zadnjih 15 letih) in zastavljeno hipotezo 2 (podjetniki ponujajo nove, drugačne produkte, v koraku s časom) s pričujočo raziskavo in z opravljeno analizo potrdili.

Hipotezo 3 (Goričko ponuja rešitev za izseljevanje in brezposelnost v obliki podjetništva) potrjujemo deloma. Samo če obstaja večje zavedanje dragocenosti okolja in bi lahko bolj začeli ceniti, kar nam ponujata okolica in narava, bi lahko pisali podobne uspešne zgodbe. S pridobljeno miselno naravnostjo, značilno za predstavljene podjetnike, bi tako lahko zmanjšali izseljevanje in brezposelnost v teh krajih. Zdi se, da se podjetniška možnost v Prekmurju in na Goričkem povsem ne izkorišča.



## 5 ZAKLJUČEK

Pomurska regija ali del te regije (Goričko) ponuja možnosti za uspešno podjetništvo in turistične zgodbe, vendar je potrebno izpolnjevati določene kriterije. Podjetnik mora imeti pogum in zaupanje vase ter v svojo pot, podporo bližnjih, dobro idejo. Z upoštevanjem teh kriterijev bi se lahko zmanjšala brezposelnost in izseljevanje z Goričkega. Za to so potrebni ljudje kot so gospa Alenka Čede, Boštjan Hanžel, Edita Časar, Urška Martinec in Nataša Gerič Pal. Morda bi njihove zgodbe lahko izkoristili za promocijo podjetništva in spodbudo ostalim prebivalcem naših krajev. Zato ostanimo na Goričkem, obiščimo omenjene podjetnike in prisluhnimo njihovim zgodbam. Morda tudi sami dobimo navdih za nekaj novega in razburljivega kot je podjetniška pot na Goričkem.

## 6 VIRI IN LITERATURA

- Aktivno raziskovanje parka. (b. d.) Na *park-goricko.org*. Pridobljeno dne 30. 1. 2021 s <https://www.park-goricko.org/go/1044/Aktivno-raziskovanje-parka->
- Bizjak, C. (b. d.) *Intervju kot metoda zbiranja podatkov*. Pridobljeno dne 26. 3. 2021 s <https://slidetodoc.com/intervju-kot-metoda-zbiranja-podatkov-cvetka-bizjak-intervju/>
- Domača obrt in dejavnost. (b. d.) Na *park-goricko.org*. Pridobljeno dne 30. 1. 2021 <https://www.park-goricko.org/go/1138/Domaca-obrt-in-dejavnost>
- Družinsko podjetništvo (b. d.) Na *sl.wikipedia.org*. Pridobljeno dne 27. 1. 2021 s [https://sl.wikipedia.org/wiki/Dru%C5%BEinsko\\_podjetni%C5%A1tvo](https://sl.wikipedia.org/wiki/Dru%C5%BEinsko_podjetni%C5%A1tvo)
- Fortuna, M. (2015). *6 strategij za uspešno podjetje*. Pridobljeno dne 12. 1. 2021 s <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/6-strategij-za-uspesno-podjetje>
- Horvat, S. (2016). *Dejavniki uspešnosti malega in srednje velikega podjetja na primeru avtohiše KOLMANIČ&DOKL, D.O.O.* Pridobljeno dne 3.2.2021 s <https://dk.um.si/lzpisGradiva.php?id=62540&lang=slv>
- Interaktivna kartografska aplikacija (b. d.) Na *gis.stat.si*. Pridobljeno dne 10. 3. 2021 s <https://gis.stat.si/>
- Iz Ljubljane pobegnili na Goričko in izpolnili svoje sanje. (2019). Na *sobotainfo.com*. Pridobljeno dne 27. 1. 2019 s <https://sobotainfo.com/novica/lokalno/iz-ljubljane-pobegnili-na-goricko-izpolnila-svoje-sanje/497463>
- Kos, B. (b. d.) *Kaj je strategija rasti podjetja?* Pridobljeno 12.2.2021 s <https://www.blazkos.com/kaj-je-strategija/>
- Krajinski park Goričko (b. d.) Na *google.com/maps*. Pridobljeno dne 26. 3. 2021 s <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1-AQIzMpZccNEnGcLJfSCUkt9VGXujbE9&ll=46.73849225371207%2C16.274519140522788&z=11>
- Kulinarika in nastavitve. (b. d.) Na *park-goricko.org*. Pridobljeno dne 12. 2. 2021 s <https://www.park-goricko.org/go/967/Kulinarika-in-nastanitve>
- Lavtižar, N. (2009). *Pot k podjetništvu*. Pridobljeno dne 3. 2. 2021 s <https://dk.um.si/lzpisGradiva.php?id=10254>
- Letonja, M. in sodelavci (2019). *ABC PODJETNIŠTVA: Izzivi podjetnic in podjetnikov ob ustanovitvi in zagonu poslovanja novih podjetij*. Pridobljeno dne 26.2.2021 s [https://www.podjetniski-portal.si/uploads/gradiva/spot/eprirocnik\\_abc\\_podjetnistva\\_2.pdf](https://www.podjetniski-portal.si/uploads/gradiva/spot/eprirocnik_abc_podjetnistva_2.pdf)
- Mikeln, M. (2017). *Primerjava podpornega okolja za spodbujanje in razvoj podjetništva v Sloveniji in Združenem Kraljestvu*. Pridobljeno dne 16.2.2021 s <http://www.cek.ef.uni-lj.si/magister/mikeln2773-B.pdf>
- Milanov, T. (2020). *Inženirja pišeta uspešno zgodbo v kmetijstvu*. Pridobljeno 27. 1. 2021 s <https://vestnik.si/clanek/aktualno/inzenirja-piseta-uspesno-zgodbo-v-kmetijstvu-772017>
- Motivacija kot temelj uspešnega poslovanja (2017) Na *zes.si*. Pridobljeno dne 26.1.2021 s <https://www.zes.si/motivacija-temelj-uspesnega-poslovanja>
- Nemeš, D. (2019). *Kmetija Mali raj: Večina gostov je iz tujine*. Pridobljeno dne 30. 1. 2021 s <https://vestnik.si/clanek/aktualno/kmetija-mali-raj-vecina-gostov-je-iz-tujine-723158>

O parku. (b. d.) Na *park-goricko.org*. Pridobljeno dne 30. 1. 2021 s <https://www.park-goricko.org/go/881>

Podjetništvo (b. d.) Na *ceferincirius.splet.arnes.si*. Pridobljeno dne 26.1.2020 s <http://ceferincirius.splet.arnes.si/files/2014/08/PODJETNISTVO.pdf>

Statistični urad Republike Slovenije (b. d.) Na *stat.si/statweb*. Pridobljeno dne 9. 3. 2021 s <https://www.stat.si/statweb>

Šubic, P. (2021). *Adijo luksuz, turisti si želijo varnega, zelenega in aktivnega dopusta*. Pridobljeno dne 3. 2. 2021 s <https://agrobiznis.finance.si/8970971/Adijo-luksuz-turisti-si-zelijo-varnega-zelenega-in-aktivnega-dopusta?cctest&>

Verdev, H. (2015). *Raziskujem Slovenijo 9. Učbenik za geografijo v 9. razredu osnovne šole*. Ljubljana: Rokus Klett.

*Vzpostavitev poslovanja in registracija podjetij v Sloveniji*. (2011). Republika Slovenija: Regionalni razvojni laboratorij. Pridobljeno dne 26.1.2021 s <http://www.ragor.si/data/files/1323952047.pdf>

Žalik, M. (2020). *Analiza zaznave uspešnosti podjetnikov v Prekmurju*. Pridobljeno 15.2.2021 s <http://www.cek.ef.uni-lj.si/magister/zalik3786-B.pdf>

## 6. 1 VIRI SLIK

Časar, E. (b. d.). *Apartmaji Džaboka & Gruška*. Pridobljeno dne 20. 2. 2021 s <http://dzaboka-gruska.weebly.com/>

Indeksi staranja po občinah. (2019). Na *stat.si*. Pridobljeno 12. 2. 2021 iz <https://gis.stat.si/>

Krajinski park Goričko (b. d.) Na *google.com/maps*. Pridobljeno dne 26. 3. 2021 s <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1-AQIzMpZccNEngcLJfSCUkt9VGXujbE9&ll=46.73849225371207%2C16.274519140522788&z=11>

Nemeš, D. (2019). *Kmetija Mali raj: Večina gostov je iz tujine*. Pridobljeno dne 30. 1. 2021 s <https://vestnik.si/clanek/aktualno/kmetija-mali-raj-vecina-gostov-je-iz-tujine-723158>

Nemeš, D. (2020). *Komiška iža ali konopljna hiša navdušuje*. Pridobljeno dne 25. 2. 2021 s <https://www.vecer.com/lokalno/pomurje/komiska-iza-ali-konopljna-hisa-navdusuje-10157925>

Remec, B. (2020). *Dišeča zgodba z Goričkega*. Pridobljeno dne 20. 2. 2021 s <https://barbararemec.kmeckiglas.com/post/557106/umik-iz-mestnegavrveza-v-poznejsihletih-je-zelja-mnogiha-le-redki-zberejo-dovoljoguma-da-ta-korak-tudistorijo-alenka-cede-in-zarkonovak-nista-oklevalaiskala-sta-svoj-drugi-dom-vnaravi-in-med-prijaznimiljudmi-nasla-sta-ga-na-gorickem>

Stopnja delovne aktivnosti po statističnih regijah. (2019). Na *stat.si*. Pridobljeno 12. 2. 2021 iz <https://gis.stat.si/>

## 7 PRILOGE



Gornji Petrovci

## VPRAŠANJA ZA INTERVJU

- Se mi lahko predstavite, kdo ste in od kod ste?
- Mi lahko opišete Vašo podjetniško pot, kako se je sploh začelo (ideja, mogoče družinska tradicija ...)
- Ste verjeli v to, da je tukaj možno uspeti v turizmu?
- Ali ste bili kdaj na točki, da ste podvomili v svoje delo?
- Kaj je po vašem mnenju pomembno pri ustvarjanju podjetja?
- Ste pri ustvarjanju podjetja uporabili kakšne strategije, posebne strategije?
- Kako ste začeli oglaševati svoje podjetje?
- Kaj vse ponujate?
- Kako je tako imenovana 'korona kriza' vplivala na vaše poslovanje?
- Kako ste premagovali ovire?
- Kakšna je bila in še vedno je podpora družine ter prijateljev?
- Kaj menite, kdo vas bolj obiskuje/kupuje vaše izdelke? Ljudje iz iste regije, drugih regij ali celo drugih držav?
- Kaj so po vašem mnenju glavne značilnosti podjetnika, se podjetnik naredi ali rodi?