

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO  
**ANALIZA PODPORNIH OKOLIJ ZA RAZVOJ  
PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI**

Ljubljana, september 2008

Rok SNOJ

### **IZJAVA**

Študent Rok Snoj izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom doc. dr. Igorja Prodana, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 10. 9. 2008

Podpis: \_\_\_\_\_

# Kazalo

<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>1. VKLJUČEVANJE V PODJETNIŠKO AKTIVNOST V SLOVENIJI</b> .....	<b>2</b>
1.1 MOTIVACIJA LJUDI ZA VKLJUČEVANJE V PODJETNIŠTVO.....	3
<b>2. PODPORNNA OKOLJA V SLOVENIJI</b> .....	<b>4</b>
2.1 PROCES SOCIALIZACIJE IN VPLIV KULTURE NA RAZVOJ PODJETNIŠTVA .....	5
2.1.1 Osebnostne lastnosti podjetnika.....	5
2.1.2 Primarna socializacija (v okviru družine).....	6
2.1.2.1 Vpliv primarne socializacije na podjetniško aktivnost posameznika .....	6
2.1.3 Sekundarna socializacija (v okviru izobraževalnih institucij).....	7
2.1.3.1 Primerjava slovenskega in finskega šolskega sistema .....	8
2.1.3.2 Pogram uvajanja podjetniških vsebin .....	9
2.1.3.3 Ustanavljanje "mini podjetij" .....	10
2.1.3.4 Šola in ideologija.....	10
2.1.4 Slovenski vrednostni sistem.....	11
2.2 POSLOVNI INKUBATORJI .....	12
2.3 DOSTOP DO FINANCIRANJA .....	13
2.3.1 Poslovni angeli.....	14
2.3.2 Skladi tveganega kapitala .....	15
2.3.3 Bančna posojila.....	15
2.3.4 Evropska, državna in občinska sredstva za razvoj podjetništva .....	16
2.3.4.1 Slovenski podjetniški sklad .....	16
2.3.4.2 Občinski razpisi .....	17
2.4 DRŽAVNI APARAT.....	17
2.4.1 Javna uprava .....	17
2.4.2 Davčni sistem in njegova reforma.....	18
2.4.2.1 Uvajanje enotne davčne stopnje (EDS).....	18
2.4.2.2 Ukinjanje davkov na izplačane plače .....	19
2.4.3 JAPTI (Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije).....	19
2.4.4 Zavod RS za zaposlovanje.....	20
2.5 PODJETNIŠKA TEKMOVANJA .....	20
2.6 OSTALA PODPORNNA OKOLJA.....	21
2.6.1 Spletni portal MladiPodjetnik.si .....	21
2.6.2 Podjetniški center CEED Slovenija .....	21
2.6.3 Izjemni posamezniki – promotorji podjetništva.....	21
<b>SKLEP</b> .....	<b>22</b>
<b>LITERATURA IN VIRI</b> .....	<b>23</b>

## **Kazalo slik**

SLIKA 1: TEA INDEKS PO IZBRANIH DRŽAVAH V OBDOBJU 2003 - 2007 .....	2
SLIKA 2: MEHANIZEM VKLJUČEVANJA V PODJETNIŠTVO .....	3
SLIKA 3: MOTIVACIJSKI INDEKS ZA SLOVENIJO V OBDOBJU 2002-2007 .....	4
SLIKA 4: VIRI FINANCIRANJA GLEDE NA RAZVOJNO FAZO PODJETJA .....	14

## Uvod

Podjetništvo je težko definirati. Beseda sama izvira iz besed »pod« in »jemati«, kar pomeni »podvzeti«, lotiti se nečesa novega. Nekaj novega pa je običajno neznano in zato tudi tvegano in negotovo. Narediti nekaj novega pa zahteva ustvarjalnost, inovativnost in nekaj poguma (Vahčič, 1997, str. 4).

Raziskava Global Entrepreneurship Monitor (v nadaljevanju GEM) pa za svoje izhodišče uporablja širšo definicijo podjetništva, ki pomeni kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali poslovno dejavnost, bodisi da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega podjetja (Rebernik, Tominc & Pušnik, 2007, str. 28).

Avtorji raziskave GEM kot enega izmed temeljnih virov ekonomske rasti navajajo tudi podjetniški proces, ki se odvija v mladih, inovativnih in pogosto tudi hitro rastočih podjetjih, ki na začetku svoje poti potrebujejo najboljše možne pogoje za rast in razvoj svojih potencialov (Rebernik, Tominc & Pušnik, 2006, str. 29). Najboljši možni pogoji v tem primeru pomenijo smiselno usmerjeno in učinkovito delovanje različnih podpornih okolij, ki lahko močno pripomorejo k uspešnemu ustanavljanju in rasti podjetja.

Dr. Miroslav Rebernik z Inštituta za podjetništvo in management Ekonomsko-poslovne fakultete iz Maribora pravi, da je podjetniški dar dragocen in redek vir, brez katerega gospodarski razvoj ni mogoč. Ob tem pa ima nadarjenost za podjetništvo čudovito lastnost, da jo je mogoče na ustrezen način vzgajati in spodbujati, da se razcveti. Žal pa je ta lastnost hkrati tudi izjemno občutljiva na zunanje vplive, zato jo lahko ob neprimernem ravnanju učinkovito zatremo v kali (Rebernik & Krošlin, 2005).

Vprašanje, ali je podjetništvo prirojena lastnost ali pa se ga da priučiti in spodbujati, se je med raziskovalci podjetništva pojavljalo že od nekdaj. Danes vemo, da se nekateri kot podjetniki že rodijo, po drugi strani pa je jasno, da je podjetnika v človeku možno tudi ustvariti (Rebernik et al., 2006, str. 39). V svojem diplomskem delu se bom osredotočil na analizo obeh delov sistema podpornih okolij. Na prvega, ki »rojeva« oz. vzgaja podjetnike, in drugega, ki jih pri tem spodbuja.

**Namen** moje diplomske naloge je povezati že pridobljeno znanje o podjetništvu z najnovejšimi spoznanji na tem področju ter si ustvariti pristno podobo o pogojih za razvoj podjetništva v Sloveniji. Z nalogo želim opozoriti na probleme, s katerimi se srečujejo mladi podjetniki. Predvsem pa želim navdihniti ljudi, da pomagajo izboljšati okolje za razvoj podjetništva in hkrati pomagajo podjetnikom doseči svoje podjetniške sanje.

**Cilj** mojega diplomskega dela je preučiti stanje podjetništva v Sloveniji in raziskati podporna okolja za razvoj podjetništva ter analizirati način njihovega delovanja. Za konec pa bom poskusil podati tudi lastno mnenje ter predloge za izboljšave v okviru posameznih podpornih okolij.

**Metodologija** mojega raziskovalnega procesa je improvizirana, saj je podjetništvo dinamičen pojav, kjer se razmere spreminjajo dnevno. Svoje vire sem iskal predvsem v elektronskih medijih, saj so ti najbolj dostopni in prepričljivi. Klasičnih oblik literature – knjig – skorajda nisem uporabljal, saj je na spletu možno najti povzetke in citate vseh relevantnih del. Bistven vir informacij so mi predstavljale že opravljene raziskave o podjetništvu in pogojih za njegov razvoj. Med druge dragocene vire štejem nestrukturirane

intervjuje s predstavniki podpornih okolj in njihovimi uporabniki ter svoja lastna spoznanja na poti mladega podjetnika. Nekatere vire sem našel v dnevnih izdajah časopisov in njihovih spletnih izdajah, na spletnih straneh vlade in različnih organizacij, ki podpirajo podjetništvo, ter v številnih strokovnih člankih.

### Predpostavke

- Podporna okolja v Sloveniji ne delujejo dovolj spodbudno na razvoj podjetništva.
- Razvoj podjetništva najbolj ovirajo tradicionalna miselnost, pomanjkanje poguma in odločnosti pri mladih ter oviran dostop do primernih virov financiranja.
- Uvedba podjetniških programov v šole je za spodbujanje podjetništva ključnega pomena.

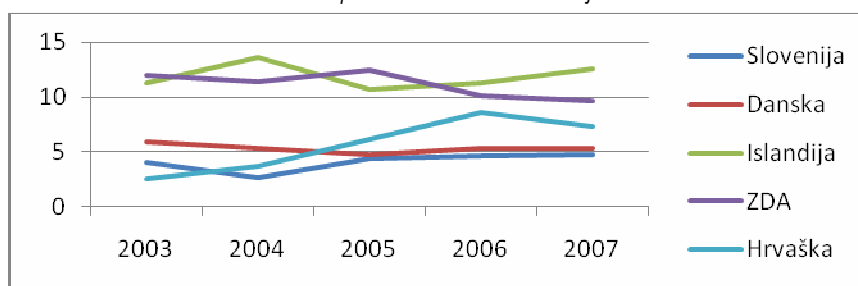
V prvem delu diplomske naloge analiziram proces vključevanja v podjetništvo pri nas in ga primerjam z drugimi državami. Osredotočam se na vprašanje, kaj je glavna motivacija ljudi pri vključevanju v podjetništvo. V prvem delu jedra se osredotočam na podporna okolja, ki imajo psihološko-socialne vplive na razvoj podjetništva, v drugem pa na podporna okolja, ki podjetnika na njegovi poti dodatno spodbujajo ali pa ga zatirajo.

## 1. Vključevanje v podjetniško aktivnost v Sloveniji

Ker v svoji diplomski nalogi obravnavam podjetnike - začetnike, ki so v katerikoli fazi zgodnje podjetniške aktivnosti, torej v obdobju pred, med in po sprejetju odločitve za podjetništvo, se mi zdi pomembno, da analiziram proces in motivacijo za vključevanje v podjetniško aktivnost v Sloveniji.

Za merjenje začetne podjetniške aktivnosti Global Entrepreneurship Monitor (v nadaljevanju GEM) študije uporabljajo indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (Total Early – Stage Entrepreneurial Activity), ki kaže odstotek odrasle populacije, ki se vključuje v podjetništvo. Sem sodijo vsi posamezniki, ki so bodisi začeli z aktivnostmi ustanavljanja podjetja ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Imenujemo jih **nastajajoči podjetniki**. V populacijo, ki se vključuje v podjetništvo, sodijo tudi t.i. **novi podjetniki**, ki že imajo svoje podjetje in izplačujejo plače dlje kot 3 mesece, vendar manj kot 3 leta in pol (Rebernik et al., 2007, str. 9).

Slika 1: TEA Indeks po izbranih državah v obdobju 2003 - 2007



Vir: M. Rebernik, P. Tominc & K. Pušnik, GEM Slovenija 2003 – 2007

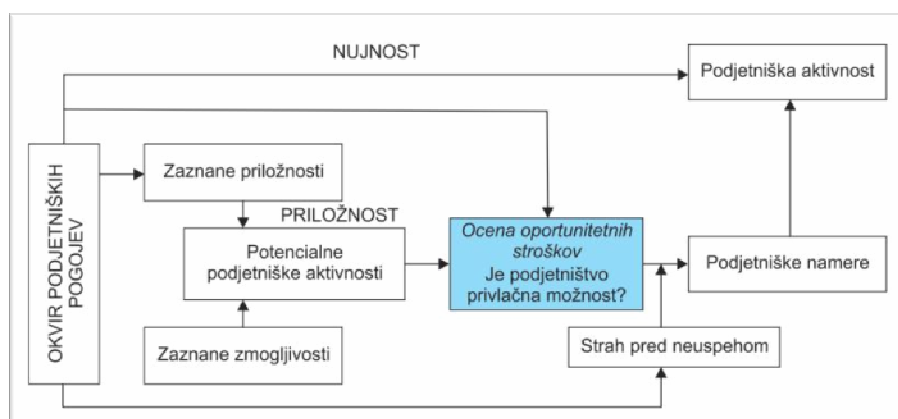
Če slovenski TEA indeks primerjamo z drugimi državami, lahko ugotovimo, da se pri nas v podjetništvo vključuje majhen odstotek odraslega prebivalstva, kar nikakor ni spodbudno dejstvo, saj podjetniška aktivnost pozitivno vpliva na gospodarski razvoj v državi in predstavlja osrednji vir nacionalne konkurenčne prednosti (Porter, 1990, str. 125). Po nekaterih podatkih hitro rastoča podjetja predstavljajo kar desetino

slovenskega gospodarstva in prispevajo do 70 odstotkov gospodarske rasti (Cerar, 2008), kar je po mojem mnenju zadosten razlog, da naredimo vse, kar je v naši moči, da spodbujamo njihovo nastajanje in razvoj.

### 1.1. Motivacija ljudi za vključevanje v podjetništvo

Splošna motiva za to, da se ljudje vključijo v podjetništvo, sta dva, kar nazorno prikazuje Slika 2. V prvem primeru govorimo o **podjetništvu zaradi nujnosti**, kar pomeni, da se ljudje zaradi slabih gospodarskih razmer in pomanjkanja delovnih mest v državi ali lastne nezaposljivosti odločijo za alternativo klasičnemu zaposlovanju (angl. *employment*) in postanejo podjetniki (angl. *entrepreneurs*). V Sloveniji je zaradi nizke brezposelnosti in razmeroma ugodnih gospodarskih razmer podjetnikov iz tega razloga malo, medtem ko se v državah v razvoju podjetniki pojavljajo predvsem zaradi tega razloga. Majhno število podjetnikov iz nujnosti je tudi posledica v Sloveniji vseprisotne sive ekonomije, ki posameznikom omogoča, da s postransko dejavnostjo pridejo do dodatnega zaslужka. Na drugi strani imamo posameznike, ki se odločajo za **podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti**, motiva, ki jih pri tem vodita, pa sta želja po večji neodvisnosti pri delu in povečanju dohodka (Rebernik et al., 2007, str. 48-49).

Slika 2: Mehanizem vključevanja v podjetništvo



Vir : M. Rebernik, P. Tominc & K. Pušnik, *Premalo razvojno usmerjenih podjetij. GEM Slovenija 2007*, str. 49.

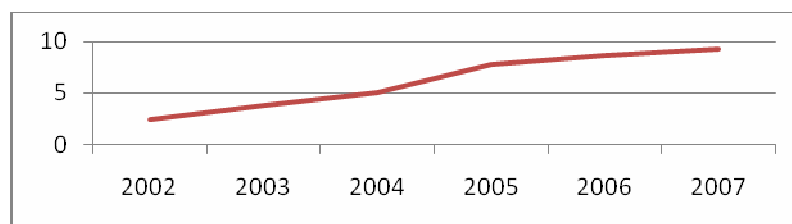
Torej, pri podjetnikih iz priložnosti odločitev temelji na presoji oportunitetnih stroškov posameznika, ki so za vsakega potencialnega podjetnika različni. Ali se bo podjetništvo izkazalo za bolj privlačno možnost, kot so druge, je odvisno od podjetniških pogojev, ki jih ponuja država, od pravočasnega zaznavanja poslovnih priložnosti v okolju in zaupanja v svoje lastne sposobnosti ter od strahu pred morebitnim neuspehom, ki je v veliki meri odvisen od kulture (Rebernik et al., 2007, str. 49).

Povsod po svetu si vlade, ki imajo namen spodbujati podjetništvo, želijo, da bi bilo čim manj podjetnikov iz nujnosti in čim več tistih, ki se za to odločajo zaradi izkoriščanja poslovnih priložnosti, saj gre v tem primeru za visoko ambiciozne posameznike. Le-ti pogosto prihajajo iz bolj spodbudnega družinskega okolja, ki jim omogoča boljšo finančno in intelektualno podporo. Iz tega razloga so te vrste podjetniki hkrati tudi bolj izobraženi in imajo dokončano višjo stopnjo izobrazbe kot podjetniki iz nujnosti, kar pozitivno vpliva na možnosti za uspeh njihovega podjetja.

Ne glede na majhno število podjetnikov v Sloveniji se lahko pohvalimo z dejstvom, da se pri nas ljudje v podjetništvo vključujejo v veliki meri iz motiva izkoriščanja priložnosti (77%), kar nas v svetovnem merilu uvršča na četrto mesto, za Dansko, kjer je ta delež najvišji – 81%, Švedsko in Islandijo. Za prikaz razmerja med podjetništvom iz priložnosti (TEA – priložnost) in podjetništvom iz nujnosti (TEA – nujnost) nam kaže

t.i. motivacijski indeks, ki je leta 2007 v Sloveniji znašal visokih 9,28, kar nas uvršča na 7. mesto med 42 GEM državami (Rebernik et al., 2007, str. 51).

Slika 3: Motivacijski indeks za Slovenijo v obdobju 2002-2007



Vir: M. Rebernik, P. Tominc & K. Pušnik, *Premalo razvojno usmerjenih podjetij. GEM Slovenija 2007*, str. 52.

Iz grafa je razviden izrazito pozitiven trend, saj je motivacijski indeks od leta 2002 do leta 2007 narasel za kar 386,67 odstotkov oz. za 6,88 odstotnih točk. To ocenjujem kot zelo pozitivno, saj so podjetja, nastala iz izkoriščanja priložnosti, med glavnimi generatorji ekonomskega razvoja, ki z novimi izdelki in storitvami ter inovacijami, včasih tudi z novimi tehnologijami ipd., vedno znova rušijo ravnotežje na tržišču in tako zagotavljajo ekonomsko rast (Schumpeter, 1934), medtem ko podjetja, ustanovljena zaradi nujnosti, niso tako močno usmerjena k razvoju in ustvarjanju visoke dodane vrednosti.

Da bi zmanjšali oportunitetne stroške posameznika, okrepili njegove sposobnosti, zmanjšali strah pred neuspehom, spodbudili izkoriščanje poslovnih priložnosti in ustvarili večje število podjetnikov, je potrebno izboljšati podpora okolja, da bodo le-ta bolj stimulatивно delovala na razvoj podjetništva v Sloveniji.

## 2. Podporna okolja v Sloveniji

Podjetništvo se pojavlja kot dinamičen proces transformacije družbeno-ekonomskega sistema oz. kot dinamična razvojna interakcija idej, znanja, izkušenj, kapitala, osebnostnih značilnosti in tveganja (Rus, 2005, str. 189) v okviru možnosti, ki jih dopušča državna in mednarodna regulativa.

Za razvoj podjetništva so najpomembnejši ljudje, potencialni ali že obtoječi podjetniki, na njihovo podjetniško aktivnost pa vpliva kompleksen sistem dejavnikov. Na eni strani imamo pogoje in spodbude, ki posameznike nagovarjajo k vstopu v svet podjetništva, na drugi pa imamo proces socializacije, ki vpliva na razvoj posameznikovega vrednostnega sistema in ostalih osebnostnih lastnosti in tako vzgaja posameznika, ki je bolj ali manj naklonjen podjetništvu.

GEM tim, ki pripravlja letna poročila o razvoju podjetništva v Sloveniji, je že v letih 2002 in 2003 opozarjal na to, da ljudi ne moremo prisiliti, da bi postali podjetni, ampak jih lahko le motiviramo (Rebernik, 2005). Izboljšati je torej treba pogoje, izboljšati je treba ponudbo za potencialne podjetnike, da se bodo le-ti lažje odločili za podjetništvo. Najbolj pa jih bomo motivirali s tem, da ustvarimo podjetništvu naklonjeno, klimo v državi. Za vzpostavitev le-te pa je v največji meri odgovorna država s svojim šolskim sistemom, z birokratskim aparatom, davčnim sistemom, gospodarsko usmerjenostjo, s podpornimi institucijami in splošnim postavljanjem pravil igre na trgu. Boljše pogoje pomagajo ustvarjati tudi številne druge organizacije, kot so na primer združenja poslovnih angelov ter navsezadnje tudi ostali izjemni posamezniki, ki s svojimi prizadevanji pozitivno vplivajo na razvoj podjetništva v Sloveniji.



## 2.1. Proces socializacije in vpliv kulture na razvoj podjetništva

Socializacija je zapleten vseživljenjski proces, v katerem se ljudje v interakciji z drugimi ljudmi osebno oblikujemo in se s ponotranjenjem norm in vrednot načimo delovati kot družbena bitja. Ameriški psiholog Watson, zagovornik behaviorizma<sup>1</sup>, zagotavlja, da je zdravega otroka ne glede na njegove talente, nagnjenja, sposobnosti in poklic njegovih prednikov v primernih okoliščinah možno vzgojiti v strokovnjaka na kateremkoli področju (Počkar, 2005, str. 29-30). Iz tega sledi, da je v primernem okolju možno vzgojiti tudi podjetnike.

### 2.1.1. Osebnostne lastnosti podjetnika

John G. Burch je leta 1986 objavil strokovni članek z naslovom Profiliranje podjetnika (angl. *Profiling the entrepreneur*), kjer navaja seznam tipičnih osebnostnih značilnosti podjetnikov:

- **želja po dosežkih** (angl. *desire to achieve*) – podjetnik se je sposoben soočati s težavami in jih premagovati, s preprostim namenom uspeti;
- **trdo delo** (angl. *hard work*) – podjetnik je pripravljen trdo delati za svoj uspeh;
- **želja po neodvisnosti** (angl. *desire to work for themselves*) – podjetnik želi delati zase in biti odvisen od sebe in svojih sposobnosti;
- **sprejemanje odgovornosti** (angl. *acceptance of responsibility*) – podjetnik mora biti ekonomsko (dobičkonosnost), pravno (spoštovanje zakonov), etično in filantropsko (biti dober do ljudi ter okolja) odgovoren;
- **usmerjenost k nagradam** (angl. *reward orientation*) – za vloženi trudi želi biti podjetnik primerno nagrajen v denarni ali nedenarni (priznanja, spoštovanje ...) obliki;
- **optimizem** (angl. *optimism*) – podjetnik živi v prepričanju, da mu gre vedno bolje in da nič ni nemogoče;
- **usmerjenost k odličnosti** (angl. *orientation to excellence*) – podjetnik od sebe in sodelavcev zahteva izjemne rezultate, na katere je lahko ponosen;
- **organiziranost** (angl. *organization*) – podjetnik je sposoben zbrati in organizirati potrebne vire za poslovanje, vključno z ljudmi;
- **usmerjenost k dobičku** (angl. *profit orientation*) – podjetnik želi ustvarjati dobiček, ki primarno služi kot merilo uspeha.

K vsem tem osebnostnim lastnostim bi sam dodal še nekaj pomembnih:

- **pozitivna samopodoba** (angl. *positive self – esteem*);
- **samozavest** (angl. *self – confidence*);
- **nagnjenost k zmernemu tveganju** (angl. *moderate risk taking*);
- **sposobnosti vodenja** (angl. *leadership*).

Collins in Moore (1970), ki sta analizirala osebnostne lastnosti 150 podjetnikov, sta ugotovila, da so podjetniki običajno zelo odločni in nepopustljivi, pragmatični, pogosto pa so tudi samozadostni in ne prenesejo avtoritete. McLelland in Pilon menita, da je večina teh lastnosti posledica kulture in okolja, v katerem je odraščal posameznik (Krueger, 1997; Wikipedia, 2008).

---

<sup>1</sup> Skinner (1984) definira behaviorizem kot smer psihologije, ki vsa dejanja živih bitij obravnava kot vedenje, ki je posledica vpliva dejavnikov okolja (Wikipedia, 2008).

Vse naštetе osebnostne lastnosti so zaželjene, a ne nujno potrebne za uspeh. Sam bi kot najpomembnejše izpostavil željo po uspehu, samozavest in trdo delo, ki ga kot najbolj ključnega označuje tudi priznani slovenski manager Zoran Janković.

Rus (2005, str. 188) opisuje psihološki pristop kot del tradicionalne teorije o podjetništvu, ki podjetništvo interpretira kot usmerjeno akcijsko naravnost posameznikov s specifičnimi psihološkimi značilnostmi, čeprav do danes še ni bil odkrit generalni "vzorec podjetniške osebnosti", in ob tem dodaja, da pri podjetništvu ne gre za osebne lastnosti, ampak vedenje, ki izhaja iz njih.

Ker proces socializacije v največji meri vpliva na razvoj podjetniških značilnosti in miselnosti, to pa posledično vpliva na posameznikovo podjetniško aktivnost (Van der Kuip & Verheul, 2003, str. 4), se mi zdi analiza procesa socializacije pomembna za razumevanje celotnega sistema podpornih okolij, ki vplivajo na razvoj podjetništva pri nas.

### **2.1.2. Primarna socializacija (v okviru družine)**

Posameznik se v fazi primarne socializacije, ki poteka v okviru družinskega okolja, nauči osnovnih družbenih pravil, spozna temeljne vrednote, se nauči jezika in oblikuje osnove svoje osebnosti. Otrok se v tej fazi interkulturacije seznanja s kulturnimi elementi in dobi občutek, kaj je v družbi zaželeno ter dovoljeno in katerih dejanj družba ne odobrava oz. jih prepoveduje.

#### **2.1.2.1. Vpliv primarne socializacije na podjetniško aktivnost posameznika**

McClelland, ameriški psiholog s Harvardske univerze, je bil med prvimi, ki so raziskovali povezavo med primarno socializacijo in njenim vplivom na podjetniško aktivnost posameznika. Ugotovil je, da imajo nekatere družbe kulturne elemente, ki preko procesa primarne socializacije bolj spodbujajo razvoj posameznikovih podjetniških sposobnosti, in predvsem potrebo po dosežkih. Trdil je, da primarna socializacija človeka, ki poudarja odličnost v vsem, kar posameznik počne, samostojnost ter nizko dominantnost, prispeva k oblikovanju potrebe po dosežkih (Drnovšek, 2007).

McClelland je v nadgradnjah svojega dela še potrdil, da je **potreba po dosežkih** ključna za podjetniški uspeh. Ugotovil je, da imajo pri vzgoji otrok, pri katerih se v zrelejših letih bolj izrazito pojavlja potreba po uspehu, pomembno vlogo specifična pričakovanja staršev. Slednji od svojih otrok že v obdobju med šestim in osmim letom starosti pričakujejo samostojnost pri sprejemanju odločitev pri samostojnem opravljanju vsakodnevnih dejavnosti, kot so na primer skrb za lastno higieno in urejanje bivalnih prostorov (Drnovšek, 2007).

Čeprav de Vries (1977) meni, da je oblikovanje podjetniške osebnosti posledica trde vzgoje v otroštvu, je pričakovanja glede samostojnosti potrebno na otroka aplicirati v razumnih mejah, saj previsoka pričakovanja in represivna vzgoja dosežejo, da se otroci ne počutijo zaželjene in sposobne za opravljanje katerekoli dejavnosti, kar negativno vpliva na njihovo samopodobo. Po drugi strani pa se kot posledica preveč zaščitniške (hiperprotektivne) vzgoje pojavlja problem, ko otroci tudi v kasnejših obdobjih odraščanja brez podpore staršev delujejo neodločno, so nizko storilni in imajo šibko voljo (pomanjkanje vztrajnosti), v zrelejših letih pa težko prekinajo skrbniško vez s starši in so splošno manj samostojni (Kompore, Vec, Stražišar & Jaušovec, 2001).

Naslednja pomembna posledica primarne socializacije, ki vpliva na poznejše podjetniško vedenje posameznika, je **pozitivna samopodoba**. Pri razvoju pozitivne samopodobe je najbolj pomembna vloga staršev, ki otroka usmerjajo in vodijo ter mu omogočajo urjenje v različnih čustvenih in socialnih situacijah. Za oblikovanje zrele identitete in pozitivne samopodobe je potrebno, da starši otroka spodbujajo v različnih dejavnostih in ga, če je pri tem uspešen, temu primerno nagradijo, medtem ko v nasprotnem primeru, če starši otroka ne pohvalijo, ne opazijo njegovega truda ali ga celo grajajo in zatirajo v njegovih idejah, otrok v sebi ustvari občutek krivde, ki primore k nastanku negativne samopodobe, negativnega samovrednotenja in posledično negativnega samospoštovanja (Kompore et al., 2001).

Z vidika podjetništva je pozitivna samopodoba pomembna zato, ker vpliva na to, kako bomo doživljali okolje in procesirali prejete informacije. Predstava, ki jo imamo o sebi, namreč deluje kot filter, skozi katerega "spustimo" le informacije, ki se skladajo z njo, druge informacije pa spregledamo, jih napačno interpretiramo ali pa v celoti zavrnemo (Kompore et al., 2001). Pozitivna samopodoba je neposredno povezana s samozavestjo in samozaupanjem, ki v veliki meri vplivata na izbiro lastnih ciljev. Posamezniki z boljšo samopodobo si tako postavljajo višje osebne in poslovne cilje, v nasprotnem primeru, ko se ne cenijo dovolj, pa so njihovi izbrani cilji razmeroma nižji. Za ljudi s pozitivno samopodobo je značilno, da si postavljajo visoke, a dosegljive cilje in so v življenju uspešnejši, se bolj konstruktivno spoprijemajo s problemi in težavami ter so bolj pripravljeni sodelovati v timih, so bolj avtonomni, ker ne potrebujejo nenehnega odobravanja drugih, so pogumnejši in bolj radovedni pri sprejemanju novih izkušenj in izzivov. Vse to pa so lastnosti, ki izrazito pozitivno vplivajo na podjetnikovo aktivnost.

Tudi GEM raziskave ugotavljajo, da je poleg samozaupanja v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo pomembna pozitivna samopodoba, zato lahko pričakujemo, da so tisti, ki izražajo strah pred neuspehom, manj pripravljeni na tveganje in se kot taki v manjši meri vključujejo v podjetništvo, kot tisti, ki tega strahu ne izkazujejo (Rebernik et al., 2007, str. 62). Med drugim v svojih poročilih objavljajo tudi t.i. stopnjo strahu pred neuspehom (angl. *fear of failure rate*), ki prikazuje odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki meni, da bi jo strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja. Ta stopnja je v Sloveniji leta 2007 znašala 29,7 %, kar nas uvršča na 30. mesto med 42 državami (Rebernik et al., 2007, str. 11, 33). Glede na to, da nas tak rezultat uvršča v spodnjo polovico med vsemi državami, ki jih obravnava študija, ne moremo trditi, da Slovenci spadamo med narode z izrazito pozitivno samopodobo, ki bi ugodno vplivala na razvoj podjetništva. Pozitivna samopodoba in neustrašen značaj posameznika še ne pomenita, da bo ta nekoč postal podjetnik, ampak predstavljata značilnosti, ki sta lahko temelj za razvoj podjetnika.

### **2.1.3. Sekundarna socializacija (v okviru izobraževalnih institucij)**

Proces sekundarne socializacije se začne z vstopom v institucionaliziran proces učenja in se prepleta s primarno socializacijo, ki se z vstopom v šolo ne zaključi (Klarič, 2006). Odnosi med otrokom in učiteljem v procesu sekundarne socializacije so formalno določeni v obliki zapisanih pravil izobraževalne ustanove. Tako otrok z vstopom v šolo prvič zares občuti natančno določena družbena pravila - norme, ki začnejo omejevati njegovo delovanje in ustvarjalnost, saj so za kršenje le-teh predvidene sankcije, ki naj bi bile vzgojne. Parsons meni, da je šola nekakšen most med družino in družbo. Durkheim pa dodaja, da je šola model družbenega sistema, v katerem ima otrok možnost za eksperimentiranje in učenje.

Osrednjo vlogo v tej fazi socializacije imajo izobraževalne institucije, ki otroka poglobljeno in sistematično uvajajo v splošno kulturo. V Sloveniji imamo večstopenjski izobraževalni sistem, ki se začne z otrokovim vstopom v obvezni del šolanja - osnovno šolo. Nato sledijo naslednje neobvezne faze splošnega srednjega (gimnazije) in različnih vrst poklicnega izobraževanja, tem pa sledita še neodvisni fazi visokošolskega izobraževanja oz. faza višjega poklicnega izobraževanja (Šolski sistem v številkah, 2007). Nekatere raziskave kažejo, da izobrazba v razvitem svetu ni dejavnik družbenega vzpona, kot je dejavnik proti družbenemu padcu, zato se posledično zaradi povečanja pomembnosti izobrazbe kot vrednote tudi vedno več odraslih vključuje v različne dodatne javne in zasebne izobraževalne programe.

Z vidika podjetništva je formalno izobraževanje, ki je v največji meri organizirano s strani države, zelo pomembno, saj nadaljuje z oblikovanjem posameznika v odgovornega člana družbe, z oblikovanjem njegove identitete in njegovih vrednot, s čimer vpliva na postavljanje njegovih življenjskih prioritet. Poglavitno pa vpliva na posameznikov pristop k reševanju problemov in na oblikovanje načina razmišljanja.

Veliko bolj kot sama struktura šolanja so pomembni vsebina, ki se jo predava, aktivnosti, skozi katere posameznik pridobiva znanje in spretnosti, ter vrednote, ki se jih posreduje. Evropska komisija ugotavlja, da izobraževalni sistemi in učni načrti ne spodbujajo dovolj podjetništva, kar je potrdilo kar 84 odstotkov udeležencev javne razprave o evropskem kodeksu za majhna in srednja podjetja (Small Business Act for Europe). Skrb vzbujajoč je tudi podatek, da 60 odstotkov udeležencev te razprave ugotavlja, da mladi v evropskih šolah ne pridobijo ustreznega tehničnega znanja, ki je potrebno za delo v podjetju (Evropski šolski sistemi nenaklonjeni podjetništvu, 2008).

Izvedenci, ki so ocenjevali okolje za podjetništvo v Sloveniji, so drugo najslabšo oceno dodelili izobraževalnemu programu v osnovnih in srednjih šolah, ker menijo, da slovensko šolstvo ne spodbuja kreativnosti, neodvisnosti in osebne iniciative. Poleg tega ne opozarja na podjetništvo kot alternativo klasičnemu zaposlovanju, ne posreduje znanj o ustanavljanju podjetij in ne zagotavlja osnov o poznavanju načel tržnega gospodarstva (Rebernik et al., 2007, str. 88).

#### **2.1.3.1. Primerjava slovenskega in finskega šolskega sistema**

Naši šolski programi posameznika še vedno v največji meri vrednotijo na podlagi količine znanja, ki jo ta lahko reproducira na preverjanjih znanja, kar daje prevelik poudarek kognitivnemu področju pred socialnim, moralnim in emocionalnim, ki dajejo potencialnemu podjetniku nove dimenzije razmišljanja, zaznavanja in vrednotenja okolja. Preverjanja znanja, kot jih poznamo pri nas, pa imajo na napredek učenca veliko možnih negativnih vplivov, saj so posamezniki med drugim izpostavljeni stresu, časovni stiski in izgubi samozaupanja in spoštovanja sovrstnikov v primeru neuspešnosti, kar negativno vpliva na samopodobo učencev. Za primerjavo lahko vzamemo finski šolski sistem, ki velja za enega izmed najboljših na svetu. Finci poudarjajo osebno odgovornost in individualizacijo programov za učence. Šolski program je v osnovi sicer splošno določen, a si učenci sami v sodelovanju z učitelji postavijo cilje, ki jih želijo doseči pri posameznih predmetih. Tudi ocenjujejo se učenci sami in s tem prevzemajo večjo odgovornost za doseganje oz. nedoseganje postavljenih ciljev. Tudi za vzdrževanje pozitivne samopodobe, ki je pomembna za razvoj podjetniške osebnosti, je na Finskem dobro poskrbljeno, saj učitelji ne uporabljajo besed, ki bi lahko učence spravile v zadrego in bi jim vzele voljo do učenja (Finski šolski sistem, 2007). Vse

navedeno pa pripelje do zaključka, da je finski šolski sistem veliko bolj primeren za vzgojo osebnosti, ki pozitivno vpliva na kasnejšo podjetniško aktivnost.

Čeprav so naši izvedenci manj kritični do te ravni izobraževanja, kot so v povprečju v drugih GEM državah, se Slovenija uvršča na 10. mesto s povprečno oceno 2,30, kar pomeni, da pri nas izobraževanje ne prispeva k razvoju podjetniških sposobnosti pri mladih, zato to področje zahteva spremembe in ukrepe. Sicer pa najboljše ocene osnovnošolskega in srednješolskega izobraževanja z vidika ocenjevanja podpore podjetništvu že pregovorno dosegajo skandinavske države: Danska, Norveška in Finska. Ocene za izobraževanje po srednji šoli so pri nas sicer višje (2,96) (Rebernik et al, 2007, str. 88), a kljub temu ocenjujem, da tudi ta del formalnega izobraževanja potrebuje reforme in ustrezne ukrepe.

Zatiskanje oči in neukrepanje odgovornih za naše izobraževalne programe se mi zdi nedopustno, saj je se zdi, da danes bolj kot podjetnike naš šolski sistem izobražuje neustvarjalno, poslušno in disciplinirano delovno silo s tem, ko na zgoraj opisani način in z nerelevantnimi vsebinami omejuje posameznika in njegov intelekt. Naša vlada na glas govori o gospodarskem napredku Slovenije in želji po večji konkurenčnosti in ugledu našega gospodarstva, ob tem pa pozablja, da nimamo osnovnih pogojev za razvoj in vzgojo uspešnih podjetnikov, čeprav so ravno podjetniki tisti pravi nosilci revolucije na tehnoloških področjih in gonilo razvoja konkurenčnosti gospodarstva ter s tem posledično blaginje naše dužbe.

#### **2.1.3.2. Program uvajanja podjetniških vsebin**

V zadnjem času se zdi, da se podjetništvu obeta bolj svetla prihodnost, saj je naša vlada nakazala namero o tem, da bi naš šolski sistem postal podjetništvu bolj naklonjen, ko je preko svoje Javne agencije RS za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI) v sredini maja 2008 objavila javno naročilo po odprtem programu za organizacijo in izvedbo podjetniških vsebin osnovnošolskega, srednješolskega in terciarnega nivoja izobraževanja z namenom uvajanja podjetništva v redni šolski sistem v letu 2008 (Slovenski podjetniški portal, 2008).

Program uvajanja podjetništva mora biti razvit s strani interdisciplinarnega tima strokovnjakov pedagogike, psihologije, sociologije, podjetništva in drugih za tak program pomembnih ved, saj se lahko le na tak način omogoči pripravo celovitega učnega procesa, ki bo sistematično vzgajal bolj podjetne, samozavestne in ustvarjalne posameznike. V osnovi bi bilo potrebno spremeniti nenaklonjenost učiteljev do podjetništva tako, da se na vseh ravneh šolstva organizira izobraževanja in seminarje, kjer bi predstavniki Gospodarske zbornice Slovenije (GZS) predstavili, zakaj je podjetništvo tako pomembno za nacionalni gospodarski razvoj, strokovnjaki s področja psihologije bi predstavili svoje poglede na to, kakšna naj bi bila podjetniška osebnost, kako prepoznati posamezne lastnosti in kako spodbujati njihov razvoj, saj so le-te zelo pomembne za življenje slehernega posameznika, ne samo za podjetnika. Način, kako vse navedeno uspešno vključiti v učni proces, pa bi predstavili pedagogi.

Menim, da bi šolarje že od vsega začetka morali navajati na dejstvo, da obstaja več poti do rešitve nekega problema, da so same rešitve lahko med seboj različne in da obstajajo tudi take pravilne rešitve, ki so drugačne od učiteljevih. Tu spet lahko vzamemo primer iz finskega šolskega sistema, kjer učitelji od svojih učencev ne zahtevajo pravilnih rešitev, ampak se jim zdi bolj pomembno, da skušajo učenci priti do njih po svojih najboljših močeh, medtem ko naš izobraževalni sistem napak ne dopušča. Menim, da je za učenje osnov ekonomije, tržnega delovanja in podjetništva v osnovni šoli še prezgodaj, saj šolarji še nimajo dovolj

kognitivnega znanja, da bi razumeli osnovne procese ekonomije. Poleg tega se mi zdi, da je potrebno v tej fazi šolanja dati poudarek razvoju samozavesti, ustvarjalnosti, čustvene in socialne inteligence, stabilnosti, odgovornosti, vestnosti in drugih pomembnih lastnosti, predvsem pa je otroke potrebno naučiti, da je s trdim delom in predanostjo mogoče doseči (skoraj) vse.

Po mojem mnenju je za razvoj podjetništva ključna faza srednješolskega izobraževanja, saj so v tem obdobju odraščanja posamezniki zelo dovzetni za posredovane vsebine, ob tem pa jim že počasi začne postajati jasno, kaj jim je v življenju všeč, česa ne marajo in katere cilje želijo v življenju doseči. Poročila Evropske komisije kažejo, da se letno okrog 200.000 srednješolcev v EU ukvarja s podjetništvom in si tako z različnimi aktivnostmi nabira potrebne podjetniške izkušnje, pri tem pa jih znatno podpira Evropska komisija, ki želi s podporo takšnih podjetniških projektov pospeševati podjetniško pobudo in ustvajanje novih delovnih mest v EU (Vse več dijakov v EU ustanavlja mini-podjetja, 2005).

V to fazo izobraževanja bi ne glede na usmeritev nedvomno morali uvesti obvezen predmet podjetništva, v okviru katerega bi se dijaki podrobneje seznanili z osnovami timskega dela, delovanja trga, marketinga, osnovami managementa, osnovami zaznavanja in ocenjevanja poslovnih priložnosti in osnovami snovanja rešitev, ki bi nam olajšale ali polepšale življenje.

### **2.1.3.3. Ustanavljanje "mini podjetij"**

Naslednje pomembno orodje za povečanje naklonjenosti mladih do podjetništva so mini podjetja in virtualna podjetja, ki bi jih v okviru predmeta vodili timi dijakov, delo v teh navideznih podjetjih pa bi se jim priznalo kot opravljene obvezne izbirne vsebine učnih programov na srednjih šolah. S simulacijo podjetniške dejavnosti bi dijaki krepili samozavest, dokazali odgovornost, pokazali svojo kreativnost in si pridobili izkušnje z delom v skupini. Ustanovitev takih podjetij ima veliko podporo pri evropskem komisarju za industrijo in podjetja, ki pravi, da širjenje podjetniškega razmišljanja v obliki "mini podjetij" prinaša dijakom velike prednosti in da si želi, da bi članice EU zmanjšale administrativne ovire za ustanavljanje takih podjetij in s tem storile več za podporo takšnim projektom. Poročilo Evropske komisije navaja, da bi morali pogrami praktičnega učenja postati sestavni del vsake strategije, ki pospešuje podjetniško aktivnost pri mladih. Poročilo posreduje tudi empirične dokaze o pozitivnem vplivu takega načina poučevanja na podjetništvo, saj kar 20 odstotkov teh dijakov kasneje ustanovi lastna podjetja (Vse več dijakov v EU ustanavlja mini-podjetja, 2005).

Osnovne podjetništva s podobnim programom in poglobljenimi vsebinami bi kot izbirni predmet uvrstil v vse učne programe visokošolskih ustanov, saj menim, da je iz vsake vede možno narediti dober posel. Poleg obveznega ustanavljanja "mini podjetij" in simuliranja poslovnega procesa bi dal velik poudarek tudi povezovanju študentov različnih fakultet v interdisciplinarne time. S tem bi pripomogli k ustvarjanju novih poznanstev in širjenju socialnih mrež, ki lahko posamezniku nudijo podporo pri njegovih podjetniških podvigih.

### **2.1.3.4. Šola in ideologija**

Morda se razlog za dosedanjo nenaklonjenost učnih programov podjetništvu skriva v vprašanju ideologije. Bowels in Gintis sta v svoji tezi na temo ideologije v šolah zapisala, da šola s svojim prikritim kurikulumom legitimira izkoriščevalske odnose in da je ravno šola tista, ki socializira poslušno in disciplinirano delovno silo s tem, ko omejuje posameznika in njegov intelekt. Z vprašanjem ideologije skozi analizo uradnega in

prikritega kurikulumu se je ukvarjal tudi ameriški sociolog Michael Apple (1979), ki je prišel do edinega možnega zaključka, da je oblast, ki je pogosto pod vplivom gospodarskih lobijev, tista, ki izbira ljudi za selekcioniranje znanj oz. vsebine, ki so ideološko najbližje vladajočim elitam. Nasprotniki omenjenih teorij trdijo, da lahko marljiv in delaven posameznik s pomočjo izobraževanja napreduje v višje sloje, medtem ko s strani države organizirano šolanje lahko deluje prevratniško oz. revolucionarno, saj se v procesu šolanja kritično presoja in analizira tudi samo šolstvo (Li Quing, 2007).

Ob vsem tem se mi postavlja vprašanje, zakaj se na koncu osnovne in skozi celotno srednjo šolo (gimnazijo) učimo kemije po 2-3 ure na teden, o podjetništvu pa do drugega letnika fakultete nisem slišal ničesar, čeprav bi mi to znanje veliko bolj koristilo, snov pa veliko bolj zanimala. Če na kratko analiziram omenjeni primer, lahko pridem do podobnega zaključka kot dr. Aleš Vahčič, ki je v intervjuju dejal, da so tranzicijske elite, podprte z mediji, poskrbele, da podjetniška kariera ni privlačna, in si tako zagotovile dotok mladih talentov za svoje potrebe (Simonič, 2005). Možno je, da je poudarjanje kemije v šolah del strategije oz. poskusa usmerjanja slovenskega gospodarstva ali pa le posledica lobiranja naše farmacevtske industrije, ki si želi novih kadrov.

Kljub temu pa dejstvo ostaja: nosilci revolucije so podjetniki, ki izstopajo iz okvirov, v katere jih hoče namerno ali nenamerno vkalupiti naš šolski sistem. Podjetniki niso poslušna delovna sila, ampak se upirajo in rešujejo probleme na nov, inovativen način, s tem pa omogočajo napredovanje družbe in ravno zato si zaslužijo vso podporo in posebno pozornost tudi v s strani države organiziranem izobraževanju.

#### **2.1.4. Slovenski vrednostni sistem**

Vrednostni sistem, ki ga otrok spoznava po svojem rojstvu, je posledica dolgotrajnega zgodovinskega procesa in je kot tak globoko zasidran v družbene temelje, zato je kratkoročno nespremenljiv. Dr. Rebernik meni, da slovensko okolje ni naklonjeno tvegemu razmišljanju, kar pripisuje sedemdesetim letom komunizma in ne nacionalnemu karakterju. Ob tem pa dodaja, da bo potrebno še nekaj novih generacij, da se bodo te vrednote preoblikovale, da bosta ambicioznost in tveganje nekaj, kar je vrednota, in ne nekaj negativnega. Ko bo minilo dovolj časa in ko bo prevladalo prepričanje, da je podjetništvo ključna razvojna sila, bo postopoma biti bogat pomenilo vse prej kot nekaj negativnega, saj pri nas pogosto velja, da so si bogataši svoje premoženje pridobili v sumljivih okoliščinah obdobja tranzicije. Biti bogat bo pomenilo, da je posameznik kreativen, da je tvegjal in da je ob vsem tem imel tudi srečo in si zato zasluži vse spoštovanje. Dr. Rebernik Slovenijo šteje za okolje, ki tveganja in uspeha ne tolerira, podobno kot v Nemčiji, medtem ko je v drugih okoljih drugače, zlasti v ZDA, kjer je veliko vredno poskusiti, četudi pri tem posameznik ne uspe (Huber, 2006).

Slovenska družba je zaradi pretekle državne ureditve, ki je poudarjala svoj sistem vrednot, še vedno zelo tradicionalistična, omejena, saj večina staršev iz nižjih slojev svoje otroke spodbuja k hitremu končanju formalnega izobraževanja in zgodnjemu zaposlovanju v državnem sektorju, ker naj bi bila taka zaposlitev najmanj tvegana in najbolj zanesljiva, sploh v primerjavi s samozaposlitvijo oz. podjetništvom. Ob tem pa se starši ne vprašajo, če zaradi tega njihovi otroci ne bodo razvili vseh svojih potencialov in bodo zato omejeni na nekreativno delo, ki ne ponuja veliko drugih ugodnosti kot zagotovljene plače na določen dan v mesecu. Promotorji podjetništva take posameznike označujejo kot tatove sanj, ki z nasveti glede poklicne

poti ob poudarjanju vseh mogočih ovir pogosto odvrčajo ambiciozne posameznike od njihovih podjetniških zamisli in ciljev (Vabšek, 2002).

V zadnjem času je tako kot v vseh ostalih zahodnih družbah tudi v naši moč opaziti nove splošne trende spreminjanja vrednot, ki so posledica globalnih družbeno-ekonomskih sprememb. V ospredje prihajajo ekonomsko naravnane vrednote, kot so materialne dobrine, visok status v družbi, visok zaslužek, primerna zaposlitev in s tem neposredno povezano izobraževanje (Vončina, 2003). Upravičeno lahko trdim, da je pridobivanje pomena teh vrednot v družbi v pozitivni korelaciji z nastajanjem novih podjetnikov. Dokaz za to lahko najdemo v mednarodni analogiji vrednot, saj je tak vrednostni sistem, ki ga priznani sociolog in politični ekonomist Max Webber označuje tudi kot "duh kapitalizma", v nekaterih visokorazvitih zahodnih kulturah prisoten že skozi celotno zgodovino. V svojem delu *Protestantska etika in duh kapitalizma* (1904) isti avtor zaključuje, da nekatere kulture dosežejo več od drugih zaradi drugačnih vrednot ljudi, ki spodbujajo potrebo po dosežkih, tekmovalnost že od rojstva, posameznika pa vrednotijo samo na osnovi individualnih dosežkov (Drnovšek, 2007). Iz tega gre sklepati, da ni naključje, da se ZDA prav zaradi teh razlogov uvrščajo med gospodarske velesile in med države z visoko podjetniško aktivnostjo. Dejstvo, da se slovenski vrednotni sistem spreminja v podjetništvu bolj naklonjenega, lahko sprejmemo z navdušenjem, saj v prihodnosti obeta večjo podjetniško aktivnost, večje število samozaposlitev, več izkoriščanja poslovnih priložnosti in večjo željo po izobraževanju.

## **2.2. Poslovni inkubatorji**

Ameriško združenje podjetniških inkubatorjev (NBIA) poslovne inkubatorje (angl. *business incubators*) definira kot dinamičen proces podjetniškega razvoja. Inkubatorji naj bi mladim podjetjem pomagali preživeti in rasti v začetni fazi delovanja, hkrati pa naj bi nudili neposredno managersko pomoč, lažji dostop do financiranja ter različnih podpornih storitev. V skupnih prostorih mladim podjetjem nudijo tudi dostop do vse potrebne infrastrukture za delo (Brilej, 2006, str. 4). Statistike iz ZDA kažejo, da sodelovanje mladih podjetij v takih programih povečuje možnosti za uspeh podjetja na dolgi rok, saj jih po nekaterih podatkih kar 87 odstotkov uspešno nadaljuje s poslovanjem po tem, ko zapustijo inkubator (Wikipedia, 2008).

Pri nas ta trenutek deluje 12 javnih poslovnih inkubatorjev in en zasebni. Od tega je sedem podjetniških ali tehnoloških, pet pa univerzitetnih, v načrtu pa jih je še devet (Bregar, 2008). Naši inkubatorji so financirani s strani partnerstev, ki jih v različnih kombinacijah tvorijo država, občine in vlagatelji, kot so gospodarske družbe (npr. KD Group je financiral ustanovitev LUI) in različni posamezniki. Veliko ustanovitev se je financiralo tudi iz evropskega programa Phare, ki zagotavlja državam srednje in vzhodne Evrope sredstva za podporo procesa ekonomske preobrazbe, nekaj inkubatorjev pa je za ustanovitev najelo tudi kredite (Brilej, 2006, 16-17; Program Phare, b.l.).

Za primer podjetniškega inkubatorja vzemimo Ljubljanski Univerzitetni Inkubator (LUI), ki svojim članom nudi: poslovne prostore (pisarne, sejne sobe), sodobno opremljene z računalniki in vsemi potrebnimi telekomunikacijskimi priključki, podjetniško izobraževanje, osebno mentorstvo, pomoč pri iskanju finančnih virov, pomoč pri iskanju novih članov tima, hkrati pa organizira tudi delavnice in seminarje s temami (npr. intelektualno pravo, marketing itn.), ki z vidika podjetnika štejejo za pomembne (LUI, 2008). Pogoje in aktivnosti LUI-ja ocenjujem za podjetniško spodbudne, ker nudi mladim podjetnikom res tako podporo, kot si jo zaslužijo, a kljub tem je možnosti za izboljšavo še veliko.



Svoj pogled na delovanje LUI mi je predstavil CEO včasih inkubiranega podjetja Niteo, Dejan Murko, ki z delovanjem inkubatorja ni bil povsem zadovoljen. Opozoril je na neprimerno načrtovanje, saj se mu zdi, da je bilo kupovanje dragih računalnikov za potrebe inkubiranih podjetij nepotrebno. V veliki večini inkubiranih podjetij gre za visokotehnološka podjetja, katerih delo temelji na uporabi najnaprednejše računalniške opreme, ki jo ta podjetja pogosto že imajo in zato teh univerzalnih računalnikov, ki jih ponuja inkubator, sploh ne potrebujejo. Rezultat tega je neuporabljena računalniška oprema, ki postaja v skladiščih vedno bolj zastarela. Naslednji problem, na katerega je opozoril Murko, je pomanjkanje parkirnih prostorov in plačevanje najemnine, saj so po novem do subvencionirane najemnine upravičena le tista podjetja, ki jim je Slovenski podjetniški sklad (SPS) odobril sredstva za financiranje. Negativno je ocenil tudi delo preteklega vodstva inkubatorja, ki naj ne bi imelo dovolj posluha za resnične potrebe inkubiranih podjetij. To pa so le nekateri izmed razlogov, zaradi katerih je svoje podjetje skupaj s poslovnimi partnerji preselil v Tehnološki park Ljubljana.

Prostori LUI-ja so po mojem mnenju lepi in dobro opremljeni, ampak zdi se mi, da s klasično pisarniško strukturo in nekaj sejnimi sobami ne spodbujajo dovolj povezovanja med člani inkubiranih podjetij. Že pri samem načrtovanju razporeda prostorov bi morali upoštevati dobre prakse iz najbolj ustvarjalnih podjetij (npr. IDEO), ki v svojih poslovnih prostorih zavestno ustvarjajo posebne kotičke, ki povečujejo število neformalnih stikov med zaposlenimi. Z bolj premišljenim načrtovanjem prostorov bi lahko kljub prostorski omejenosti ustvarili bolj spodbudno in kreativno okolje. LUI-ju bi predlagal, da ustvari bolj igrivo, sproščeno in ustvarjalno ozračje, kar lahko doseže že s prebarvanjem dolgočasnih belih sten in preurejanjem ene izmed sob v multifunkcionalno sobo za igro (angl. *playroom*), kjer bi se v sproščnem okolju člani inkubiranih podjetij lahko sprostili, poiskali nov navdih, se neformalno družili, igrali ali pa uporabljali katero izmed tehnik iskanja ustvarjalnih idej.

Opažam tudi, da je z možnostmi, ki jih ponujajo poslovni inkubatorji, seznanjenih premalo potencialnih podjetnikov, zlasti študentov, saj nekateri sploh ne vedo za njihov obstoj. Ne glede na to, da gre pri LUI-ju za univerzitetni inkubator, ki nakazuje povezavo s fakultetami in ki naj bi primarno skrbel za razvoj in prenos tehnologije v komercialno sfero (Brilej, 2006, str. 4), menim, da je ta povezava prešibka. Univerzitetni inkubatorji se morajo namreč bolj povezati s (podjetniškimi) programi na fakultetah in tistim študentom, ki so zaključili podjetniški predmet omogočiti nadaljni razvoj ideje in njeno realizacijo. Mediji sicer objavljajo prispevke, ki javnost splošno seznanjajo z aktivnostmi v inkubatorjih, a menim, da je potreben bolj dinamičen pristop, saj dobra spletna stran danes preprosto ni več dovolj, potrebno je organizirati dogodke ter pokazati ljudem, da je pomoč, ki jo potrebujejo za zagon svojega podjetja, na voljo. Vsi naši inkubatorji za zgled lahko vzamejo mariborski inkubator – Tovarno podjetij, ki zelo aktivno promovira podjetništvo in poleg standardnih storitev, redno organizira dogodke na državni ravni (tekmovanja Start:up, Forum inovacij ipd.) in je veliko bolj prisoten v medijih, zlasti štajerskih (časopis Večer). Verjetno se vzrok za njegovo uspešno delovanje skriva v izjemni, podjetništvu predani vodstveni ekipi.

### **2.3. Dostop do financiranja**

Žal dostop do ustreznih virov financiranja podjetnikom pogosto predstavlja največjo oviro pri realizaciji in razvoju poslovne ideje. Vzrokov za to je ogromno, med najpomembnejše pa sodijo predraga finančna

sredstva, omejen dostop do njih in nedostopnosti drugih virov. Pogosto se dogaja, da mala in srednja podjetja ne izkoriščajo danih možnosti financiranja, ker nimajo dovolj informacij, nimajo sredstev za garancijo ali ker so pri predstavljanju svojih idej predlagateljem neprepičljivi.

Mlada podjetja lahko vire za svoj razvoj in delovanje iščejo na dva načina. Prvi vir financiranja je takoimenovan vir "4F-jev" (founders, family, friends and foolhardy strangers), ki pomeni (neformalno) pridobivanje sredstev s strani ustanoviteljev, družine, prijateljev in drugih. Drugi vir financiranja predstavljajo ostali (formalni) viri financiranja, kot so tvegani kapital in dolžniški viri finančnih institucij (bank) (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2005 & Rebernik, Tominc, Pušnik, 2006).

Neformalni (4F) viri predstavljajo najpogosteje uporabljeni vir finančnih sredstev za potrebe ustanovitve in začetka poslovanja podjetja. Pozitivna lastnost takega načina financiranja je ta, da je lahko dostopen in poceni, saj so kriteriji za pridobitev takih sredstev nizki, slabo pa je, da ta vir ni neskončen. Običajno so neformalni viri v kombinaciji s formalnimi dolžniškimi dovolj za potrebe podjetij, ki niso usmerjena v razvoj, medtem ko so za potrebe visokotehnoloških podjetij z lastnim razvojem potrebni tudi drugi bolj obsežni viri financiranja. Ti viri so težje dostopni in se naprej delijo na lastniške in dolžniške vire. Med najpomembnejše zunanje lastniške vire financiranja sodijo skladi tveganega kapitala in sredstva poslovnih angelov, med najpomembnejše zunanje dolžniške vire pa sodijo različni finančni instrumenti, ki jih ponujajo banke, ter sredstva, ki jih ponujajo republiški, občinski in mednarodni skladi, ki spodbujajo razvoj podjetništva.



Vir: J. Kobler, *Financiranje poslovnih idej s skladom tveganega kapitala*, 2007.

Če analiziramo shemo (Slika 4) financiranja (visoko potencialnega) podjetja glede na fazo razvoja, lahko ugotovimo, da se podjetja za ustanovitev podjetja in nakup osnovne opreme najprej poslužujejo "4F" virov financiranja. Zaradi tveganja je pridobivanje iz drugih virov v tej fazi zelo omejeno (Kragelj, 2006, str. 13). V naslednjih fazah, ko razvijajo in izpopolnjujejo svoj produkt in zato potrebujejo sodobno opremo, bolj opremljene prostore, nove kadre, podjetja začnejo posegati po drugih formalnih virih financiranja, saj podjetnik samo z lastnimi sredstvi, reinvestiranim dobičkom in posojili ne more izkoristiti vseh potencialov svojega podjetja.

### 2.3.1. Poslovni angeli

Poslovni angeli (angl. *angel investors, business angels*) so premožni posamezniki, ki svoje premoženje vlagajo v mlada perspektivna podjetja v zameno za lastniški delež, ki jim prinaša ugodnosti. Poleg denarja poslovni angeli podjetjem pomagajo tudi s svetovanjem, poslovnimi nasveti in širjenjem poslovne mreže. Običajno po nekem daljšem časovnem obdobju svoje lastniške deleže prodajo in jih investirajo v druga

mlada podjetja. Poslovni angeli se pogosto organizirajo v klube in združenja, ki služijo izmenjavi informacij v ponudbi in povpraševanju po lastniškem kapitalu (Kragelj, 2006, str. 8)..

V Sloveniji vse od leta 2001 deluje klub Poslovnih angelov Slovenije, ki je namenjen ambicioznim podjetnikom, ki želijo s pridobitvijo finančnih sredstev v višini med 50.000 in 300.000€ zgraditi hitro rastoče regionalno ali globalno podjetje. V klubu aktivno iščejo perspektivne podjetniške projekte, v katera so pripravljene investirati svoja sredstva. Pogoji za pridobitev sredstev je dobra ideja, jasno predstavljen poslovni načrt ter dober managerski tim. Klub poslovnih angelov Slovenije podjetnikom ponuja tudi realno oceno poslovnega načrta, poslovna izobraževanja, znanje o gradnji podjetij, učinkovit in hiter proces investiranja ter boljši dostop do skladov tveganega (Poslovni angeli Slovenije, 2008).

### **2.3.2. Skladi tveganega kapitala**

Skladi tveganega kapitala so specializirane finančne institucije, ki v zameno za lastniške deleže in visoke kapitalske dobičke ob relativno visokem tveganju sistematično vlagajo v hitro rastoča podjetja. Poznamo sicer več vrst skladov tveganega kapitala (javni, korporacijski, bančni, državni ...), a v večini primerov gre za partnerstva, ki z zbranimi sredstvi oblikujejo sklad, ki potem sredstva vlaga v obetajoča podjetja. Upravljevalec sklada pred investiranjem podjetje podrobno preuči in oceni proizvod, njegov tržni potencial in celoten managerski tim. Po investiciji skladi tveganega kapitala managerskim timom aktivno nudijo podporo, saj je v njihovem največjem interesu, da je podjetje dobičkonosno. (Kragelj, 2001; Wikipedia, 2008). V primerjavi z vložki poslovnih angelov so vložki skladov tveganega kapitala bolj obsežni. Potezin sklad tveganega kapitala ima naprimer spodnjo mejo svojih vlaganj v podjetja šele pri 500.000 €.

Glede na kriterije in načela, po katerih skladi tveganega kapitala izbirajo podjetja, v katera so pripravljena investirati, ocenjujem, da je pri nas malo ustreznih podjetij. Na to kaže podatek, da so od vseh obravnavanih podjetij upravitelji Potezinega sklada le 2% označili za primerna. Razumeti je potrebno, da so glede na visoka tveganja, ki jih prinaša investiranje v podjetja visokih tehnologij, tako visoki kriteriji pričakovani in običajni povsod po svetu. Glede na liberalizacijo kapitalskega trga po vstopu v EU, in s tem povečan nastop tujih podjetij za tvegani kapital v Sloveniji, pa je moč pričakovati, da se bodo zaradi večje konkurence podjetij za tvegani kapital pri pridobivanju naložbenih poslov kriteriji za pridobivanje tveganega kapitala znižali, s tem pa se bo dostopnost do te vrste financiranja za mlade podjetje povečala, kar je z vidika pridobivanja tveganega kapitala za podjetja izjemno spodbudna novica (Poteza, 2008; Vahčič, 2001).

### **2.3.3. Bančna posojila**

Kragelj (2006, str. 14) navaja, da bančna posojila pri nas predstavljajo drugi najbolj pogosto uporabljen vir financiranja pri malih in srednjih podjetjih, kljub temu, da priznani raziskovalci opozarjajo na težak dostop do dolžniškega vira financiranja zaradi:

- visokih obrestnih mer za bančna posojila,
- prevelikih zahtev bank po vrednostnih papirjih ali drugih oblikah garancij,
- pretiranih birokratskih postopkov odobravanja posojil,
- pomanjkanja informacij v bankah o raznih oblikah pomoči ali pa zavrnitev pomoči s strani bančnih uslužbencev.

Obrestne mere po vstopu v EU zaradi večje konkurence na trgu posojil in vstopa novih bank na naš trg resda padajo, a nova podjetja kljub temu plačujejo visoke obresti, saj jih banke zaradi zapletene klasifikacije novih podjetij, brez temeljite bonitetne ocene, uvrščajo v najbolj tvegan kreditni razred, kar pa prinaša najvišje obrestne mere. Drugo veliko oviro za mlada podjetja predstavljajo zahteve po garancijah za zavarovanje kreditov, ki pa jih podjetje na začetku poti brez osnovnih sredstev, z ustanovitelji brez rednega vira dohodkov (študenti) težko zagotovijo. Naslednji problem pri pridobivanju posojil je problem dolgotrajne obdelave vlog za odobritev kreditov, ki se pojavlja predvsem pri večjih bankah, ki so bolj prilagojene in osredotočene na potrebe večjih podjetij (Kragelj, 2006, str. 14).

Problem klasificiranja in obravnave podjetij je delno odpravil kapitalski sporazum Basel II iz leta 2006, ki od bank zahteva individualno obravnavo podjetij pri ocenjevanju tveganja. Banke bodo tako na podlagi tega sporazuma mala in srednja podjetja obravnavale s privilegiji. Glede na to, da gre pri manjših podjetjih za nižje zneske kreditov, je v skladu s tem tudi samo tveganje za banko manjše in zato tudi pravila za financiranje malih podjetij ne bodo več tako stroga, obrestne mere pa bodo za njih nižje (Kragelj, 2006, str. 27-30). Problem garancij bi lahko rešili tako, da bi država jamčila za podjetja, ki bi prestala selekcijo katere izmed vladnih agencij za podporo podjetništvu (npr. JAPTI ali SPS).

### **2.3.4. Evropska, državna in občinska sredstva za razvoj podjetništva**

Slovenska podjetja so z vstopom Slovenije v EU dobila priložnost pridobivanja povratnih in nepovratnih sredstev iz različnih programov Evropske unije. Povratna sredstva so ponujena v obliki kreditov pod ugodnimi pogoji, nepovratna pa kot subvencije. Z vidika podjetništva je pomembno dejstvo, da je spodbujanje podjetništva opredeljeno kot ena izmed prednostnih nalog operativnega plana krepitve regionalnih razvojnih potencialov za obdobje 2007–2013 (Potrebuješ, 2008, str. 16).

#### **2.3.4.1. Slovenski podjetniški sklad**

Slovenski podjetniški sklad (v nadaljevanju SPS) je javna finančna institucija Republike Slovenije, ustanovljena z namenom izboljšanja dostopa do finančnih virov za mala in srednje velika podjetja v Sloveniji. Sklad deluje kot izvršna institucija Ministrstva za gospodarstvo, ki skrbi za finančno podporo podjetniškemu sektorju v Sloveniji. Tako SPS vsako leto razpisuje državne pomoči za razvoj podjetniškega sektorja, pri tem pa tesno sodeluje z ostalimi domačimi in mednarodnimi finančnimi institucijami. SPS podjetjem ponuja kakovostno podporo v obliki ugodnih obrestnih mer bančnih kreditov za razvojne investicije, garancij za zavarovanje bančnih kreditov, nepovratnih sredstev za sofinanciranje razvojnih investicij v novo tehnološko opremo in nepovratnih sredstev za sofinanciranje zagona novih inovativno naravnanih podjetij v poslovnih inkubatorjih (Slovenski podjetniški sklad, 2008).

Sklad na letni ravni razpiše v povprečju za 50 milijonov evrov različnih ugodnih virov financiranja za MSP. Približno polovico teh sredstev prispevajo podporni programi Evropske komisije za spodbujanje razvoja malih in srednje velikih podjetij in podjetništva, drugo polovico pa sestavljajo sredstva iz proračuna RS in lastna sredstva SPS (Potrebuješ, 2008, str. 16).

#### **2.3.4.2. Občinski razpisi**

Občine občasno, če jim proračun dopušča, objavijo razpise za finančno pomoč in razvoj podjetjem in samozaposlenim. Ta sredstva so običajno v obliki nepovratnih sredstev (subvencij) in kreditov z ugodnimi pogoji.

### **2.4. Državni aparat**

Država s svojim sistemom uravnavanja trgov, svojo davčno in gospodarsko politiko, zakonodajo in z načinom delovanja državne uprave ustvarja poslovno okolje, ki lahko pospešuje ali zavira razvoj podjetništva in prav zato je z vidika podjetništva pri organizaciji državnega aparata potrebna velika previdnost.

Po mnenju izvedencev, ki so sodelovali v raziskavi GEM, so si tako kot v preteklih letih tudi letos najnižjo povprečno oceno prislužili elementi vladne politike na področju regulative, kar kaže na izjemno nezadovoljstvo izvedencev nad obsežnostjo birokracije v Sloveniji. Dr. Aleš Vahčič, predstavnik katedre za podjetništvo z ljubljanske Ekonomske fakultete gre s kritiko še korak dlje, saj na glas pove, da je potrebno najeti bin Ladna ter razstreliti našo birokracijo, ob tem dodaja, da so naši zakoni zapleteni zato, ker je to v interesu birokracije. Naš davčni sistem je označil za šarlatanskega in skreganega s pametjo, saj preveliko davčno breme zavira rast (Simonič, 2005).

#### **2.4.1. Javna uprava**

Raziskava IMD, ki je leta 2003 ocenjevala število dni, potrebnih za odprtje podjetja, je Slovenijo z 62 potrebnimi dnevi za odprtje podjetja uvrstila na 43. mesto ob bok Madžarski, kar je velika razlika v primerjavi z Latvijo (8) in Irsko (16) ter Finsko (36), ki jih tako pogosto jemljemo za zgled. Čas je denar in teh 62 potrebnih dni za odprtje podjetja je za podjetnike predstavljalo oportunitetni strošek. To dokazuje, da so pri nas nekdanj obsežni administrativni procesi zavirali podjetništvo in gospodarsko rast (Mrkaić, b.l.).

V raziskavi o vplivu okolja na rast dinamičnih podjetij, ki so jo opravili Pšeničny, Blejec in Glas leta 2001, je kar 58 odstotkov podjetnikov ocenilo, da je odnos vlade in državnih uradnikov do podjetništva negativen (Vabšek, 2005).

Destvo je, da smo od socialistične države podedovali okamenel in zbirokratiziran državni aparat, ki je ostal zasidran v glavah uradništva. Zaradi vsega navedenega izgleda, da država v smislu odpravljanja birokracije, ki se zdi sama sebi namen, ne stori dovolj, a vendar se v zadnjem času stvari s projektom prijazne javne uprave spreminjajo na bolje. V veliki meri na to vpliva boljši informacijski sistem, ki omogoča poenostavljene, standardizirane in avtomatizirane postopke, ter vedno bolj pogosta uporaba spletnih storitev t.i. e-uprave. S temi ukrepi se je močno zmanjšala količina dela za uradnike in povečala pretočnost izvajanja vseh storitev.

Z vidika podjetništva je Ministrstvo za javno upravo (MJU) naredilo velik korak naprej. Na portalu e-VEM lahko podjetniki opravijo registracijo podjetja kar preko spleta, ki je za enostavne družbe (s.p.) brezplačna. Na fizičnih VEM točkah pa se registracija s.p.-jev opravi v enem samem dnevu, ob predpostavki, da ima podjetnik odprt poslovni račun na banki in urejene podrobnosti na davčnem uradu. Od februarja 2008 pa je preko spleta možno registrirati tudi družbe z omejeno odgovornostjo (d.o.o.), kjer podjetnik lahko uredi tudi vse ostale postopke, kot so vpis v davčni register, urejanje pokojninskega in zdravstvenega zavarovanja za

zaposlene in pridobitev obrtnega dovoljenja. Ukinjene so sodne takse, poleg tega sta po novem sodni in poslovni register združena v eno podatkovno bazo, registracije podjetij pa se tudi ne objavljajo več v uradnem listu, ampak brezplačno na portalu VEM. Ker bodo na registrsko sodišče prišle samo popolne vloge, sistem pomanjkljivih vlog namreč ne dopušča, bo registracija opravljena v štirih dneh. S tem so se znižali stroški ustanovitve in obseg dela za državne uradnike. Generalni direktor GZS Samo Hribar Milič je pozdravil navedene ukrepe in ob tem dejal, da s takim načinom registracije država zmanjšuje administrativne ovire in omogoča, da se podjetja namesto z birokracijo ukvarjajo s poslovnimi izzivi. Spletni portal e-uprave omogoča tudi oddajo podatkov za potrebe Agencije za javnopravne evidence in storitve (AJPES), kar podjetnikom omogoča dodaten prihranek časa in denarja (Poenostavljena birokracija, 2008)

#### **2.4.2. Davčni sistem in njegova reforma**

Analiza vpliva davčnega sistema na podjetništvo je izredno pomembna, saj ima le-ta izjemen vpliv na poslovanje in poslovne rezultate podjetij. Država preko Davčnega urada Republike Slovenije (v nadaljevanju DURS) z davčnim sistemom regulira dejavnost podjetij, ki pa lahko le s primerno državno podporo in stimulatивно davčno politiko postanejo in ostanejo fleksibilna, hitra in konkurenčna. Podjetja tako upravičeno pričakujejo urejen in pregleden davčni sistem (Učinkovit davčni sistem - generator razvoja, 2008). Glede na ugotovitve glavnih teoretikov enotne davčne stopnje (v nadaljevanju EDS), naš davčni sistem velja za enega najbolj kaotičnih in zapletenih davčnih sistemov (Kovač, 2006).

Dejstvo, da je slovenski davčni sistem nespodbuden za razvoj podjetništva, zahteva izvedbo davčne reforme z namenom poenostavljanja davčnih postopkov, zmanjšanja davčne obremenitve za podjetja in spodbujanja konkurenčnosti gospodarstva. Reforma slovenskega davčnega sistema, ki sledi trendom v državah z najbolj konkurenčnimi gospodarstvi, v vsakem primeru prinaša posledice za naše gospodarstvo, ki pa jih ob negotovi usodi svetovnega gospodarstva ta trenutek ne moremo označiti za absolutno pozitivne ali negativne. Za edino spremembo s pozitivnimi posledicami lahko označimo le uvedbo sistema e-davkov, ki preko prijazne aplikacije omogoča oddajo potrebnih podatkov za odmero davčne obremenitve podjetja.

##### **2.4.2.1. Uvajnje enotne davčne stopnje (EDS)**

Morebitna uvedba enotne davčne stopnje je bila pred leti ena izmed najbolj vročih tem slovenskega politično-ekonomskega prostora. Vzrok za to pa je, da so mnenja o EDS precej različna, prav tako pa so različni tudi empirični in teoretski dokazi (Kovač, 2006).

Viljem Pšeničny (2005) z Obrtniške zbornice Slovenije (OZS) meni, da EDS pomeni regresivno obdavčitev. To pomeni, da bi tistim, ki ustvarijo več, več tudi ostalo. Poleg tega je tak način obdavčenja bolj enostaven in pregleden, saj je eno izmed ključnih načel EDS, da se vsi dohodki obdavčijo zgolj in samo enkrat in čim bližje viru tega dohodka, kar posledično pomeni manj komplikacij za podjetnike in manj dela za DURS, s tem pa nižje stroške za vse vpletene. Mnogi so zaskrbljeni, da bi uvedba EDS privedla do nižjega davčnega izplena, kar se bo pokazalo kot nižja proračunska sredstva, a do zdaj je znižanje davčne stopnje v vseh primerih privedlo do povečanja davčnih prilivov v proračun. Zagovorniki uvedbe EDS to pripisujejo dejstvu, da nižje davčne stopnje privedejo do višje investicijske aktivnosti podjetij, kar pa pozitivno vpliva na gospodarsko rast, po drugi strani pa nižji davki pomenijo manjšo motivacijo in možnosti za davčno izogibanje, kar povečuje davčno bazo. Vse to kaže na pravilnost Lafferjeve teorije, ki pravi, da se z višanjem davčne stopnje zmanjšujejo prihodki v državni proračun in obratno (Kopše, b.l.).

Na drugi strani pa nasprotniki tako radikalne reforme ponujajo drugačno mnenje. Menijo, da je nadgradnja sedanjega progresivnega sistema obdavčevanja boljša izbira, saj je ta način bolj prepoznaven, obvladljiv in zaradi tega tudi enostaven in transparenten. Poudarjajo, da selektiven pristop k obdavčevanju podjetij omogoča lažje spodbujanje izbranih perspektivnih gospodarskih področij, kar označujejo za konkurenčno prednost in pomemben spodbujevalec rasti. Tak način obdavčenja, kot ga poznamo danes, naj bi še naprej zagotavljal uravnotežen sistem socialne solidarnosti, kar pa ne spodbuja podjetništva, saj se v državah, ki namenjajo več denarja za socialno varnost, manj ljudi odloča za podjetništvo.

Slabosti progresivnega načina obdavčenja so visoke davčne obrmenitve, premajhne spodbude za razvoj intelektualnega kapitala ter premajhna fleksibilnosti na trgu dela. Kot največjo nevarnost, ki jo prinaša tak davčni sistem, zagovorniki EDS označujejo posledično zmanjšanje mednarodne konkurenčnosti ter prisilni in skriti dolgoročni razpad socialne države. Tudi uvajanje EDS prinaša svoje slabosti, kot so zmanjšanje socialne solidarnosti in povečevanje socialne neenakosti ter negativen vpliv na področja s slabšimi davčnimi položaji (npr. pri nas turizem). Nekateri podjetniki, zlasti iz visokotehnoloških podjetij, si želijo bolj natančne analize posledic uvedbe EDS in zagotovila, da zaradi ukinitve davčnih olajšav (npr. na investicije v tehnologijo), ki jih omogoča stari davčni sistem, na koncu ne bodo na slabšem. Za preprečitev takih anomalij in nadaljnje spodbujanje inovativnih podjetij, bi takim podjetjem vlada s svojimi podpornimi institucijami za malo gospodarstvo (npr. SPS) morala zagotoviti druge stimulative dodatne ugodnosti (Kovač, 2006).

Ob vsem tem je pomembno, da Slovenija zasleduje svoje cilje socialne države, ampak po drugi strani je potrebno zagotoviti vso podporo tudi tistim, ki ustvarjajo in skrbijo za nacionalno blaginjo. Bistvo uvedbe EDS pravi, da bomo le v primeru, če bomo vsi skupaj ustvarili več, lahko več tudi delili. To pa za pripadnike najnižjih slojev pomeni, da bodo tudi oni dobili več.

#### **2.4.2.2. Ukinjanje davkov na izplačane plače**

Slovenija sodi med države, ki imajo v EU najvišje skupne davčne obremenitve dela, kar z vidika podjetnika pomeni, da za najem vrhunskih strokovnjakov v želji po konkurenčnosti v mednarodnem prostoru plača tudi trikratno neto plačo, kar pa ga v primerjavi s podjetniki v Evropi in po svetu postavlja v depriviligiran položaj, saj je tam davčna obremenitev občutno nižja (Mrkaić, neznana letnica). To pa je nazoren prikaz, kako visoki davki zmanjšujejo konkurenčnost našega gospodarstva. Davčna reforma predvideva postopno znižanje in ukinitve davka na izplačane plače, kar bo podjetjem omogočilo znižanje stroškov dela, prihranjeni denar pa bo omogočil nove investicije v razvoj ali pa najem novih boljših kadrov, ki bi utegnili povečati konkurenčnost podjetja.

#### **2.4.3. JAPTI (Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije)**

Med institucije podpornega okolja štejemo tudi JAPTI, ki je nekakšna multifunkcionalna institucija, med drugim pa je bila ustanovljena z namenom spodbujanja konkurenčnosti gospodarstva in ustvarjanja boljšega podjetniškega okolja (JAPTI, 2008). Deluje kot nekakšen koordinator med tehnološko, podjetniško, mednarodno in finančno sfero in kot povezovalni člen med podjetniki, Ministrstvom za gospodarstvo in SPS-om.

Za JapTI je v zadnjem času aktivno spodbujanje podjetništva postalo prioriteta, saj so začeli z novim projektom ustvarjanja spletnega portala, namenjenega izključno potrebam podjetnikov. S portalom želijo

rešiti zmedo, ki je nastala na slovenskem trgu podpornih institucij za podjetništvo, ki naj bi jih bilo po njihovih ocenah kar 150. Na portalu bodo na voljo informacije o specializiranih storitvah, kot so na primer brezplačno vavčersko svetovanje do vrednosti 4000 evrov za nova podjetja ter 2000 € za obstoječa. Portal bo ponujal tudi informacije in podrobne opise postopkov in navodila za pridobivanje sredstev iz različnih skladov, ki podpirajo podjetništvo. Nadaljevali bodo tudi s programi razvoja podjetnosti in ustvarjalnosti mladih, programom poklicnega uveljavljanja žensk, programom podjetniške prenove podeželja ter projekt VEM, pod okriljem katerega lahko bodoči samostojni podjetniki opravijo registracijo na enem mestu, kar jim olajša ustanavljanje podjetja.

Sam vidim prihodnost Japtija še naprej v koordinaciji med gospodarskimi subjekti, vlado in univerzami. Japti bo v prihodnosti moral prevzeti glavno pobudo pri uvajanju podjetništva v učne programe v šolah na vseh ravneh izobraževanja in se zavzemati za najtesnejšo povezavo med akademsko sfero in gospodarstvom, s čimer bi pospešil prenos novih tehnologij iz univerz v gospodarstvo in tako spodbujal konkurenčnost našega gospodarstva.

#### **2.4.4. Zavod RS za zaposlovanje**

Zavod bi moral brezposelnim v Sloveniji ponuditi možnost alternative klasičnemu zaposlovanju v obliki samozaposlitve oz. podjetništva. Moral bi organizirati podjetniške tečaje, kjer bi se ljudje naučili osnov podjetništva z enakimi vsebinami kot v podjetniških programih, ki sem jih podrobneje opisal v poglavju o uvajanju podjetništva v šole.

Zavod se med drugim ukvarja tudi s štipendiranjem nadarjenih dijakov in študentov, ki zato prejemajo t.i. Zoisovo štipendijo. Iz lastnih izkušenj lahko izpostavim problem, s katerim sem se srečal kot Zoisov štipendist. Pred časom so mi na Zavodu povedali, da v primeru, če se začnem ukvarjati s podjetništvom in opravljati lastno dejavnost v okviru popoldanskega (študentskega) s.p.-ja, ne bom več upravičen do prejemanja štipendije, ki sem jo želel uporabiti kot vir financiranja svojega podjetniškega začetka. Počutim se, da sem kaznovan zato, ker hočem praktično znanje in ker si hočem čimprej zagotoviti boljšo prihodnost in lastne prihodke. To se mi zdi popoln absurd, saj je ukvarjanje s podjetništvom ena izmed normalnih evolucij študenta ekonomije. Kot ambicioznemu posamezniku mi taka obravnava daje jasno vedeti, da država podjetniško aktivnost zavira, saj mi v tem primeru, namesto da bi me spodbujala k podjetništvu, daje razlog več, da naj ne stopim na to pot.

#### **2.5. Podjetniška tekmovanja**

Tekmovanja za najboljšo poslovno idejo oz. najboljši poslovni načrt so pomemben dejavnik ustvarjanja pozitivne javne podobe in promocije, ki nagovarja mlade, da stopijo na pot podjetništva. Največkrat gre za tekmovanja, kjer posamezniki oz. timi med seboj tekmujejo za najboljšo poslovno idejo in z njo povezan poslovni načrt. Med najbolj odmevna tekmovanja pri nas sodita tekmovanje Start:Up Slovenija v organizaciji Tovarne podjetij in Tekmovanje za najboljšo podjetniško idejo v organizaciji LUI-ja. V okviru takih tekmovanj so pogosto organizirane delavnice in seminarji, ki kandidatom pomagajo z navodili, kako najti dobro poslovno idejo, jo razviti in kako napisati dober poslovni načrt za njeno realizacijo. Poleg privlačnih denarnih nagrad in priznanj taki dogodki prinašajo številne druge pozitivne učinke. Prvi pomemben učinek je povezovanje (angl. *networking*) med podjetniki, saj se na takih tekmovanjih navezujejo stiki, ki lahko privedejo do povezovanj v nove podjetniške avanture. Naslednja, morda celo



najpomembnejša, posledica takih tekmovanj je kritična ocena podjetnikove ideje, ki jo podajo podjetniški strokovnjaki in potencialni vlagatelji. Iz te ocene lahko mladi podjetniki ugotovijo, kaj o ideji menijo drugi in kaj ideji še manjka, da bo dovolj zrela za vstop na trg. Udeleženci v okviru takih tekmovanj dobijo priložnost svoje ideje predstaviti potencialnim vlagateljem, ki v primeru navdušenja nad idejo poleg financiranja pogosto poskrbijo tudi za strokovno podporo njenemu nadaljnjemu razvoju. Ker so podjetniška tekmovanja medijsko dobro pokrita, podjetniki pridobijo na prepoznavnosti, njihovi izdelki in storitve pa so deležni veliko brezplačne reklame. Poleg vsega pa podjetniki na finalnih slovesnostih takih tekmovanj, kjer se srečajo s člani sedanje in bodoče podjetniške elite, prvič začutijo pravi podjetniški utrip ter doživijo številne lepe izkušnje. Ob vsem tem lahko dodam, da je sodelovanje na takem tekmovanju v meni kot finalistu tekmovanja Start:up Slovenija 2008 še dodatno podžgalo željo po uspehu na podjetniški poti. Zaradi vsega navedenega lahko zaključim, da imajo taka tekmovanja izjemno pozitiven vpliv na podjetništvo.

## **2.6. Ostala podporna okolja**

Organizacij, posameznikov in institucij, ki spodbujajo podjetništvo, je v Sloveniji vedno več, zato bom izpostavil le nekatere.

### **2.6.1. Spletni portal MladiPodjetnik.si**

Zavod mladi podjetnik so ustvarili mladi podjetniki za mlade podjetnike. V okviru zavoda organizirajo brezplačne podjetniške delavnice, izobraževanja in seminarje o pomembnih temah, kamor pogosto povabijo tudi priznane predavatelje in strokovnjake iz prakse. Na njihovem spletnem portalu je organiziran spletni forum, kjer prihaja do neformalnega komuniciranja, ki poleg vsega omogoča tudi prenos pomembnega implicitnega znanja in informacij, ki na javnih spletnih straneh niso na voljo (mladipodjetnik.si, 2008).

### **2.6.2. Podjetniški center CEED Slovenija**

Slovenski CEED (Center for Entrepreneurship and Executive Development) je podjetniška skupnost, ki spodbuja podjetniški razvoj, kreativno mišljenje ter povezovanje podjetnikov v skupnih prizadevanjih. Njihova podpora podjetništvu temelji na močni lokalni mreži uspešnih podjetnikov in mednarodni mreži njihovih centrov, ki pokrivajo velik del V in JV Evrope. Za mlade podjetnike organizirajo izpopolnjevanja in dodatna izobraževanja, s posebnimi izbranci pa svoje izkušnje in znanje delijo priznani lokalni podjetniki, ki pogosto delujejo tudi kot mentorji, motivatorji in vlagatelji. Velik poudarek dajejo mreženju, saj želijo v Sloveniji razviti neformalno podjetniško skupnost, v kateri si bodo podjetniki različnih generacij izmenjali ideje, znanje ter izkušnje, si pomagali na podjetniški poti, razvijali nove podjetniške projekte, poslovno sodelovali in se med seboj prijateljsko družili. V okviru CEED Slovenija je nastalo tudi združenje mladih poslovnežev YES (Young Executives Society), ki povezuje uspešne mlade podjetnike (CEED, 2008).

### **2.6.3. Izjemni posamezniki – promotorji podjetništva**

Veliko je uspešnih podjetnikov, veliko je profesorjev, učiteljev, mentorjev, študentov in drugih posameznikov, ki bodočim rodovom slovenskega podjetništva po različnih poteh nesebično pomagajo in razdajajo svoje znanje, izkušnje in premoženje, na vsakem svojem koraku pa širijo entuziazem in podjetniško vizijo, v upanju, da bi jih navdihnili in jim vlili novih moči pri doseganju svojih podjetniških sanj. Čeprav se ne zdi, so prav ti posebni ljudje najpogosteje glavni krivci, da v mladih povzročijo gorečo željo po uspehu, ki lahko premaga še tako visoke ovire na njihovi podjetniški poti.

## Sklep

Glede na rezultate analiz lahko zaključim, da sistem slovenskih podpornih okolij razvoju podjetništva v preteklosti ni dovolj spodbujal, a vendar se v zadnjem času razmere spreminjajo na bolje. V analiziranih podpornih okoljih je prišlo oz. prihaja do sprememb in ukrepov, s katerimi nameravajo odgovorni izboljšati pogoje za razvoj podjetništva pri nas. Z novimi zvezdami slovenskega gospodarstva, vedno bolj pogostim poročanjem medijev o uspešnih podjetniških podvigih mladih inovativnih podjetij in pojavljanjem izjemnih posameznikov, ki jim je iz nič uspelo ustvariti velika podjetja, slovenska javnost spreminja predstavo o podjetnikih in jih vedno bolj ceni. Mladi, željni uspeha, postajajo vedno bolj uporni, še pomembneje, vedno bolj se zavedajo svojega poslanstva in pomembnosti sledenja svojim lastnim željam in ciljem, ne pa tistim, ki so jim jih izbrali starši. Taki mladi se pogosto poistovetijo z domačimi in tujimi uspešnimi posamezniki in si jih izbirajo za idole, iz njihovih zgodb o uspehu pa črpajo navdih za svoje podjetniške podvige. Spremembe v šolstvu in uvajanje programa podjetniških vsebin v šole ne bo posameznikov samo opremilo z znanjem in veščinami potrebnimi za podjetniško pot, ampak bo dolgoročno vplivalo tudi na vrednostni sistem in na dožemanje podjetništva kot vrednote. Dostop do financiranja je za majhna podjetja pogosto najvišja ovira, a z večanjem konkurence med bankami, s skladi tveganega kapitala in bolj učinkovitim črpanjem sredstev iz državnih in predvsem mednarodnih skladov se tudi na tem področju položaj za podjetnike izboljšuje, sredstva pa so vedno bolj dostopna. Naslednji pomemben element sistema podpornih okolij, ki bodo širom Slovenije dali možnost podjetnikom, da uspešneje in predvsem lažje zaženejo svoje podjetje in razvijajo ideje, so podjetniški inkubatorji, ki bodo spodbudili večjo podjetniško aktivnost tudi na območjih izven nacionalnih gospodarskih središč. Tudi država, s spremembami davčne zakonodaje, odpravljanjem administrativnih ovir pri ustanavljanju podjetja, sistemi pomoči pri financiranju MSP-jev, povezovanjem v mednarodne skupnosti in povečanim delovanjem svojih državnih institucij, prispeva svoj delež k spodbujanju podjetništva. Če k vsemu dodamo še izjemne posameznike, mentorje in svetovalce, ki na različne načine spodbujajo posameznike k podjetniški aktivnosti, lahko ugotovimo, da postaja Slovenija vedno bolj podjetništvu naklonjena država. Raziskovalci so ugotovili, da hitro rastoča podjetja obstajajo v vseh državah, ne glede na prijaznost njihovega podjetniškega okolja. Podjetništvo uspeva tudi v državah, kjer ga ovirata tradicionalna miselnost in zakonodaja, in tam, kjer ni podjetniških šol in celo v nekaterih državah socializma (Pšeničny 2005). Iz tega sledi, da so problemi, ki jih podjetniki pri nas vidijo na svoji poti, v veliki meri le izgovori. Ogromno je primerov, ko so tisti pravi odločni podjetniki v podjetništvu veliko manj naklonjenih okoljih, kot je naše, dosegli izjemne uspehe. Zaključim lahko, da je za uspešno podjetniško kariero pomemben pogum, še pomembneje pa je verjeti v svoje sanje, sposobnosti in trdo delo. Torej, bodimo podjetniki in ne iščimo izgovorov za neuspeh, saj kjer je volja, je tudi pot, pot do uspeha.

## Literatura in viri

1. Apple, M. (1979). *Ideology and Curriculum*. (2. izdaja) New York, London: Routledge.
2. *Behaviorizem*. (2008). Wikipedia, prosta enciklopedija [behaviorizem]. Najdeno 30. avgusta na spletnem naslovu <http://sl.wikipedia.org/wiki/Behaviorizem>.
3. Bregar, I. (2008). Sodobne valilnice podjetij. *Podjetnik*. Najdeno 30. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.podjetnik.si/default.asp?KatID=311&ClanekID=3692>.
4. Brilej, A. (2006). *Podjetniški inkubatorji v Sloveniji* [diplomsko delo]. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
5. Burch, J.G. (1986). Profiling the entrepreneur. *Business Horizons*, 1986 (29). Najdeno 20. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.sciencedirect.com/science/article/B6W45-4DTT68W-1GS/2/f70cbdda2cca317c054d300643a45dcd>.
6. *Business incubator* (2008). Wikipedia, the free encyclopedia [business incubators]. Najdeno 30. avgusta 2008 na spletnem naslovu [http://en.wikipedia.org/wiki/Business\\_incubators](http://en.wikipedia.org/wiki/Business_incubators).
7. *CEED Slovenija*. (2008). Najdeno 20. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.ceed-slovenia.org/>.
8. Collins, M. & Moore, D. (1970). *The Organization Makers*. New York: Appleton-Century-Crofts.
9. Cerar, M. (2008, 8. september). Majhni, hitri, drzni so najuspešnejši. *Delo – Finančni tednik*, str. 21.
10. Drnovšek, M. (2007). *Teorija podjetništva* [predstavitev]. Najdeno 26. avgusta 2008 na spletnem naslovu [http://miha.ef.uni-lj.si/\\_dokumenti3plus2/192226/3pred\\_TPP\\_23112007-objav.ppt](http://miha.ef.uni-lj.si/_dokumenti3plus2/192226/3pred_TPP_23112007-objav.ppt).
11. *Entrepreneurship*. (2008). Wikipedia, prosta enciklopedija [entrepreneurship]. Najdeno 30. avgusta na spletnem naslovu <http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship>.
12. *Evropski šolski sistemi nenaklonjeni podjetništvu*. (2008). Najdeno na 28. avgusta 2008 na spletnem naslovu: <http://razgledi.net/blog/2008/05/06/evropski-solski-sistemi-nenaklonjeni-podjetnistvu/>.
13. *Finski šolski sistem*. (2007). Najdeno 28. avgusta 2008 na spletnem naslovu: <http://lepozivljenje.blogspot.com/2007/11/finski-olski-sistem.html>.
14. Huber, R. (2006, 25. oktober). Podjetništvo: Slovensko okolje ni naklonjeno tveganju. *Revija MojeDelo*. Najdeno na spletnem naslovu: <http://www.revija.mojedelo.com/karierni-razvoj/podjetnistvo-slovensko-okolje-ni-naklonjeno-tveganju-212.aspx>.
15. *Slovenski podjetniški portal*. (2008). Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije – JAPTI. najdeno 26. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.podjetniski-portal.si/content.aspx?rootnodeid=9>.
16. *Kaj nudimo* (2008). Ljubljanski podjetniški inkubator. Najdeno na 29. avgusta 2008 na spletnem naslovu [http://www.lui.si/kaj\\_nudimo/](http://www.lui.si/kaj_nudimo/).
17. *Kdo smo* (2008). Slovenski podjetniški sklad. Najdeno 29. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.podjetniskisklad.si/index.php?id=128>.
18. Kets De Vries, M.F.R. (1996). *The Anatomy of the Entrepreneur: Clinical Observations*. *Human Relations*, 1996 (49). Najdeno 26. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://hum.sagepub.com/cgi/content/abstract/49/7/853>.
19. Klarič, T. (2001). *Dualna organizacija poklicnega izobraževanja* [diplomsko delo]. Najdeno 29. avgusta 2008 na spletnem naslovu [http://www.ff.uni-lj.si/hp/diplomske\\_naloge/klaric\\_tina/pogl\\_3.html](http://www.ff.uni-lj.si/hp/diplomske_naloge/klaric_tina/pogl_3.html).
20. Kobler, J. (2007, 12. november). *Financiranje poslovne ideje s skladom tveganega kapitala* [predstavitev]. Najdeno 29. avgusta 2008 na spletnem naslovu [www.tovarnapodjemov.org/docDir/Jan%20Kobler%20predstavitev.pdf](http://www.tovarnapodjemov.org/docDir/Jan%20Kobler%20predstavitev.pdf).

21. Kompare, A, Stražišar, M., Vec, T. & Jaušovec, N. (2001). *Psihologija: Spoznanja in dileme*. Ljubljana: DZS.
22. Kopše, M. (b.l.). *Slovanski tigri*. Najdeno 28. avgusta 2008 na spletnem naslovu [www.cmsr.si/mpp195/MPP1954DAVKI%20Slovanski%20tigri.pdf](http://www.cmsr.si/mpp195/MPP1954DAVKI%20Slovanski%20tigri.pdf).
23. Kovač, B. (2006). Status quo ni mogoč. *Mladina*, 2006 (7). Najdeno na spletnem naslovu [http://www.mladina.si/tehdnik/200607/clanek/slo--ekonomija-bogomir\\_kovac/](http://www.mladina.si/tehdnik/200607/clanek/slo--ekonomija-bogomir_kovac/)
24. Kragelj, M. (2006). *Bančno financiranje podjetij: Mala in srednja podjetja v Sloveniji* [diplomsko delo]. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
25. Krueger, D. (1997). Personality Characteristics of the small business entrepreneur. *Journal of Business and Entrepreneurship*. Najdeno 26. avgusta 2008 na spletnem naslovu [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_qa5424/is\\_199803/ai\\_n21417163/pg\\_2](http://findarticles.com/p/articles/mi_qa5424/is_199803/ai_n21417163/pg_2).
26. Mrkaić, M. (b.l.). *O gospodarski prihodnosti Slovenije*. Najdeno 2. septembra 2008 na spletnem naslovu <http://www.prihodnost-slovenije.si/upps/ps.nsf/krf/3C8BE1E28C60A365C1256E940046C506?OpenDocument>.
27. Murko, D. (2008, 12. avgust). Ljubljanski univerzitetni inkubator [intervju].
28. Pahor-Žvanut, A. (2008, 8. maj). JAPTI – nov spletni portal za podjetnike [intervju].
29. Počkar, M. (2004). *Socializacija*. V Barle-Lakota, A., Počkar, M., Novak-Fajfar, B., Renner, T., Antič, M.G., Popit, T., Pluško, A. & Ratkai-Ilič, M., *Sociologija* (str.29-32). Ljubljana: DZS.
30. *Poenostavljena birokracija*. (2004, 16. december). Najdeno 25. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://24ur.com/novice/slovenija/poenostavljena-birokracija.html>.
31. Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
32. *Poslovni angeli Slovenije - Idejam dajemo krila*. (2008). Najdeno 29. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.poslovniangeli.si/>.
33. Potrebuješ, M. (2008). *Viri financiranja za mlada podjetja na primeru podjetja KonHiša d.o.o.* [diplomsko delo]. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
34. *Program Phare*. (b.l.). Urad vlade RS za komuniciranje. Najdeno 30. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://evropa.gov.si/slovenija-clanica/vkljucevanje/program-phare/>.
35. Pšeničny, V. (2005). Podjetništvo je naša skupna odgovornost in priložnost. *Revija Obrtnik* (5). Najdeno 30. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.ozs.si/obrnik/prispevek.asp?IDp=1801&ID=5506>.
36. Quing, L. (2007). *Reflections on the application of the western reproduction theory in the research into the education of China*. Najdeno 28. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.teacher.org.cn/doc/ucedu200707/ucedu20070709.pdf>.
37. Rebernik, M. (2005, 21. januar). Lažno spodbujanje podjetništva. *Finance*. Najdeno 15. avgusta 2008 na spletnem naslovu: <http://www.finance.si/110298>.
38. Rebernik, M. & Krošlin, T. (2005, 8. april). *Spodbujanje in ohranjanje inovativnosti in podjetnosti* [predstavitev]. Najdeno 6. septembra 2008 na spletnem naslovu <http://epfip.uni-mb.si/publica/ppt/DVDApril2005.pdf>.
39. Rebernik, M., Tominc, P. & Pušnik, K. (2004) *Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije*. *GEM Slovenija 2003*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
40. Rebernik, M., Tominc, P. & Pušnik, K. (2005a). *Podjetništvo na prehodu*. *GEM Slovenija 2004*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.

41. Rebernik, M., Tominc, P. & Pušnik, K. (2005b, 3. oktober). Več socialne zaščite, manj podjetnikov. *Finance*. Najdeno 25. avgusta na spletnem naslovu <http://finance.si/114334>.
42. Rebernik, M., Tominc, P. & Pušnik, K. (2006) *Podjetništvo med željami in stvarnostjo*. GEM Slovenija 2005. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
43. Rebernik, M., Tominc, P. & Pušnik, K. (2007) *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti*. GEM Slovenija 2006. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
44. Rebernik, M., Tominc, P. & Pušnik, K. (2008) *Premalo razvojno usmerjenih podjetij*. GEM Slovenija 2007. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
45. Rus, V.S. (2005). *Socialna psihologija*. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za psihologijo.
46. Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. (4. izdaja) Cambridge: Harvard University Press.
47. *Slovenski šolski sistem v številkah* (2007). Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport.
48. Simonič, J. (2005, 21. januar). Dobro obveščeni o tem, kako izboljšati razmere v podjetništvu. *Finance*. Najdeno 29. avgusta 2008 na spletnem naslovu [http://www.finance.si/110300/Dobro\\_obve%B9%E8eni\\_o\\_tem\\_kako\\_izbolj%B9ati\\_razmere\\_v\\_podjetni%B9tvu](http://www.finance.si/110300/Dobro_obve%B9%E8eni_o_tem_kako_izbolj%B9ati_razmere_v_podjetni%B9tvu).
49. *Tvegani kapital*. (2008). Wikipedia, prosta enciklopedija [skladi tveganega kapitala]. Najdeno 30 avgusta na spletnem naslovu [http://sl.wikipedia.org/wiki/Tvegani\\_kapital](http://sl.wikipedia.org/wiki/Tvegani_kapital).
50. *Učinkovit davčni sistem - generator razvoja*. (2008). Revija Obrtnik (6). Najdeno 25. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://www.ozs.si/obrniki/prispevek.asp?IDpm=4316&ID=15355&csz=2>.
51. Vabšek, S.K. (2002, 10. junij). Tovarna podjetij proti tatovom sanj. *Finance*. Najdeno na spletnem naslovu: <http://www.finance.si/25812>.
52. Vahčič, A. & Bučar, B. (1997). *Osnove podjetništva* [skripta]. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
53. Van der Kuip, I. & Verheul, I. (2003). *Early Development of Entrepreneurial Qualities: The Role of Initial Education*. Najdeno 25. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://ideas.repec.org/p/eim/papers/n200311.html>.
54. Vse več dijakov v EU ustanavlja mini-podjetja. (2005, 17. september). *Finance*. Najdeno 28. avgusta 2008 na spletnem naslovu [http://www.finance.si/131330/Vse\\_ve%E8\\_dijakov\\_v\\_EU\\_ustanavlja\\_mini\\_podjetja](http://www.finance.si/131330/Vse_ve%E8_dijakov_v_EU_ustanavlja_mini_podjetja).
55. Vončina, T. (2003). *Vrednote in spoštovanje človekovih pravic*. Najdeno 29. avgusta 2008 na spletnem naslovu: <http://www.prihodnost-slovenije.si/ups/ps.nsf/kpk/E395EC1AA064E398C1256E940046C560?OpenDocument>.
56. Zupan, N. (2007, 24. april). O projektu Mladipodjetnik. *Mladipodjetnik*. Najdeno 20. avgusta 2008 na spletnem naslovu <http://mladipodjetnik.si/vizitka/o-projektu-mladipodjetnik.si>.