

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRKO DELO

**POMEN PODPORNEGA OKOLJA ZA ZAGONSKA PODJETJA PRI
PRIDOBIVANJU FINANČNIH VIROV V SLOVENIJI**

Ljubljana, oktober 2020

KAJA MLAKAR

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Kaja Mlakar, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Pomen podpornega okolja za zagonska podjetja pri pridobivanju finančnih virov v Sloveniji, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem red. prof. dr. Markom Jakličem

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 19.10.2020

Podpis študentke: _____

KAZALO

<i>UVOD</i>	<i>1</i>
1 ZAGONSKO PODJETNIŠTVO	2
1.1 Opredelitev pojma zagonsko podjetje	3
1.2 Pomen zagonskih podjetij za gospodarski razvoj	4
1.3 Razvitost zagonskega podjetništva v Sloveniji	5
1.4 Panoge zagonskih podjetij	8
2 ZAGONSKI EKOSISTEM	9
2.1 Opredelitev pojma	10
2.2 Ključni dejavniki za razvoj ekosistema	11
2.3 Podporna okolja zagonskih podjetij v Sloveniji	12
2.3.1 Inkubatorji	14
2.3.2 Pospeševalniki	15
2.3.3 Tehnološki parki	16
3 PRIDOBIVANJE FINANČNIH VIROV	16
3.1 Pregled finančnih virov	17
3.2 Zasebni viri financiranja	19
3.2.1 Tvegani kapital	19
3.2.2 Poslovni angeli	20
3.2.3 Prihranki podjetnika, družine, prijateljev	21
3.3 Financiranje z lastniškim kapitalom	22
3.4 Financiranje z dolžniškim kapitalom	23
3.5 Množično financiranje	23
3.6 Financiranje s sredstvi iz skladov	24
3.6.1 Delovanje skladov	25
3.6.2 Slovenski podjetniški sklad	26
4 RAZISKAVA PRIDOBIVANJA FINANČNIH VIROV ZAGONSKIH PODJETIJ V SLOVENIJI	26
4.1 Metodologija raziskave	26
4.2 Cilji in struktura	27
4.3 Analiza in obdelava podatkov raziskave	27
4.4 Ugotovitve raziskave	28

4.4.1	Opis vzorca	28
4.4.2	Analiza zagonskega ekosistema	32
4.4.3	Analiza financiranja zagonskih podjetij	37
4.4.4	Rezultati	43
SKLEP		45
LITERATURA IN VIRI		47
PRILOGA		51

KAZALO TABEL

Tabela 1: Razvitost Slovenije v primerjavi z drugimi državami Evropske unije	6
Tabela 2: Sodelovanje podjetij s podpornimi okolji	33
Tabela 3: Rešitve za lažje pridobivanje finančnih sredstev v Sloveniji	42
Tabela 4: Finančne težave na začetku poslovanja.....	43
Tabela 5: Pridobivanje finančnih sredstev na začetku poslovanja	44
Tabela 6: Zagotovljenost finančnih sredstev skozi vse faze razvoja	44
Tabela 7: Pridobivanje pametnega denarja.....	44

KAZALO SLIK

Slika 1: Neto prirast delovnih mest.....	5
Slika 2: Struktura dejavnosti zagonskih podjetij.....	9
Slika 3: Pridobljena sredstva za financiranje zagonskih podjetij v Sloveniji.....	17
Slika 6: Izobrazba.....	28
Slika 7: Starost podjetja	29
Slika 8: Število zaposlenih v podjetju.....	29
Slika 9: Dejavnost podjetja.....	30
Slika 10: Panoga podjetja	30
Slika 11: Dostopnost finančnih virov v panogi	31
Slika 12: Uspešnost zagonskega podjetja v povezavi s panogo.....	31
Slika 13: Cilji podjetja pri poslovanju	32
Slika 14: Razvitost podpornih okolij v Sloveniji	32
Slika 15: Namen sodelovanja s podpornimi institucijami	33
Slika 16: Težave pri dostopanju do mentorstva in pomoči	34
Slika 17: Ekosistem z večjimi slovenskimi podjetji	35
Slika 18: Vključevanje v druga podporna okolja	36
Slika 19: Vključevanje v podporna okolja v tujini	37
Slika 20: Financiranje podjetij	37
Slika 21: Težave pri pridobivanju finančnih sredstev na začetku poslovanja.....	38
Slika 22: Zagotovitev finančnih sredstev skozi vse faze razvoja podjetja	38

Slika 23: Pojavitev težav pri pridobivanju finančnih sredstev	39
Slika 24: Prijava na javne razpise	40
Slika 25: Težave pri prijavljanju na javne razpise	40
Slika 26: Pridobivanje pametnega denarja v Sloveniji	41
Slika 27: Pridobivanje finančnih sredstev v tujini	42

UVOD

Temeljna osnova za uspešen zagon vsakega podjetja je dobra ideja, zavzeta ekipa ljudi ter dovolj kapitala za ustanovitev in rast podjetja. Podjetje, ki se nahaja v kapitalno intenzivni panogi in hitro raste, potrebuje več finančnih virov. Vrste finančnih virov, ki so na voljo podjetnikom za financiranje podjetij v Sloveniji, so zelo omejene. Uspešni podjetniki pogosto kombinirajo različne vrste virov financiranja v različnih fazah rasti podjetja (Kos, 2011). Magistrska naloga se osredotoča na že obstoječa podporna okolja v Sloveniji in njihovo pomoč zagonskim podjetjem pri pridobivanju finančnih virov. Prikazuje pregled analize finančnih virov ter ugotavlja na kakšen način podporna okolja v slovenskem podjetniškem prostoru zagotavljajo pomoč pri omogočanju finančnih virov zagonskim podjetjem v bolj ali manj kapitalno intenzivnih panogah. Rezultati raziskave narejene s strani Evropska komisija (2020) kažejo, da smo v Sloveniji med najslabšimi v Evropski uniji, pri zagotavljanju finančnih virov zagonskim podjetjem. Bančni sektor se sicer nenehno izboljšuje, vendar alternativni viri financiranja niso dovolj razviti, da bi podpirali inovacije in rast. Tudi lastniško financiranje je še vedno slabo razvito, kar negativno vpliva na okolje za inovativna zagonska podjetja in podjetja v razširitveni fazi. Slovenija po deležu zasebnega lastniškega financiranja podjetij zaostaja za drugimi državami Evropske unije ter državami srednje in vzhodne Evrope. Tvegani kapital ostaja redek, deloma zaradi neugodnega regulativnega okolja in nizkega pritoka tveganega kapitala iz tujine. Uspešnost Slovenije na področju raziskav in inovacij ostaja pod povprečjem Evropske unije, vendar ima država konkurenčno prednost na področjih umetne inteligence in robotike.

Po več letih systemskega razvoja zagonskega ekosistema v Sloveniji, se je že uspelo vzpostaviti okolje, ki lahko zagonskim podjetjem ponudi konkurenčne pogoje in številne ugodnosti. Namesto pojma start-up ekosistem, ki se uporablja ponavadi, sem se odločila, da bom v nalogi uporabljala pojem zagonski ekosistem. Ekosistem zagonskih podjetij postane učinkovit, ko podporna okolja delujejo kot dinamično središče sodelovanja med vsemi udeleženci zagonskih podjetij. Za uspešen prenos znanja v inovacije ter industrijo, višjo produktivnost in boljšo konkurenčnost slovenskega gospodarstva, so še posebej pomembne povezave med akademsko sfero in podjetji v okviru strateških raziskovalno-inovacijskih partnerstev. Povečanje javnih in zasebnih naložb, vzpostavitev ustrezne raziskovalne infrastrukture in raziskovalne zmogljivosti ter zagotovitev celovitega izkoriščanja potenciala bi pripomoglo, da bi se Slovenija približala najuspešnejšim državam članicam Evropske unije (Evropska komisija, 2020).

Magistrsko delo je sestavljeno iz teoretičnega in empiričnega dela. Namen naloge je raziskati trenutno situacijo podpornih okolij v Sloveniji in bodočim zagonskim podjetjem omogočiti vpogled v trenutno situacijo ter jih usmeriti k najboljšemu načinu pridobivanja finančnih virov. Z nalogo želim pomagati oblikovalcem inovacijske politike in drugim institucijam, ki tvorijo zagonski ekosistem, da bi se ta lahko še izboljšal. Teoretični del temelji na pisni (deskriptivni) metodi. Naredila sem pregled obstoječe domače in tuje literature. Pomemben

vir informacij so spletne strani, kjer so objavljeni zakoni, akti in druge strokovne informacije o obravnavanem področju. V prvem poglavju magistrskega dela so predstavljeni temeljni pojmi iz obravnavanega področja, nakar sledi pregled podpornih okolij in virov financiranja. Uporabila sem metodo analize in sinteze, kar pomeni, da sem obstoječo literaturo in raziskave, ki so že bile narejene na tem področju, najprej analizirala in jih nato smiselno povezala v celoto. Empirični del se osredotoča na raziskavo, in sicer na način po katerem je večina zagonskih podjetij pridobilo finančna sredstva ter težave na katere so pri tem naleteli. Podatke sem zbrala z metodo anketiranja v obliki elektronskih anketnih vprašalnikov, ki sem jih posredovala zagonskim podjetjem v Sloveniji po elektronskem mediju. Anketni vprašalnik sem oblikovala na podlagi proučevane literature. Vprašalnik zajema ključna področja, ki se nanašajo na podporna okolja in pridobivanje finančnih sredstev v Sloveniji. Podatke pridobljene z anketnim vprašalnikom, sem podrobneje analizirala z uporabo kvantitativne metode proučevanja podatkov, in sicer deskriptivne statistike. Pri raziskavi sem dodala še intervjuje zaposlenih v treh različnih institucijah, ki so v podporo zagonskim podjetjem. V zadnjem poglavju sem navedla sklepne ugotovitve teoretičnih spoznanj ter informacij pridobljenih v praksi.

V magistrskem delu sem zastavila naslednje tri hipoteze:

H1: Zagonska podjetja se že na začetku poslovne poti srečujejo z velikimi finančnimi težavami.

H1a: Zagonska podjetja, ki so vključena v zagonski ekosistem so bolj uspešna pri pridobivanju finančnih sredstev.

H2: Zagonska podjetja morajo za pridobivanje finančnih sredstev preko javnih skladov izpolnjevati določene visoke kriterije, kar velikemu številu podjetnikov ne uspe.

H3: Slovenska zagonska podjetja lažje pridobijo investicije v tujini kot v Sloveniji.

Cilji magistrskega dela so:

- Ugotoviti, ali je uspešnost financiranja oziroma pridobivanja potrebnih finančnih virov odvisna od vključenosti v zagonski ekosistem in podpornega okolja.
- Ugotoviti, ali so zagonski podjetniki naleteli na težave pri financiranju in v kateri fazi se težave najpogosteje pojavijo.
- Ugotoviti, ali je uspešnost financiranja oziroma pridobivanja potrebnih finančnih virov odvisna od prisotnosti zagonskega podjetja v določeni panogi.

1 ZAGONSKO PODJETNIŠTVO

Koncept zagonskega podjetništva se je zelo obnesel ob razmahu računalniške industrije in interneta v osemdesetih letih, z razvijanjem računalških sistemov. Le redka podjetja so se obdržala, ampak tista, ki so se, so prinašala velike dobičke. Zagonska podjetja običajno povezujemo z visokotehnološkimi projekti, ker je njihov produkt večinoma programska

oprema, ki jo je enostavno izdelati in reproducirati, vendar so se vse več začela pojavljati v tradicionalnih industrijah in poslovnih sektorjih. Zagonska podjetja so novonastala podjetja, ki proizvajajo vrhunsko tehnologijo in imajo velik vpliv na svetovno gospodarstvo.

1.1 Opredelitev pojma zagonsko podjetje

Zagonsko (start-up) podjetje je novoustanovljeno podjetje, ki skuša uspeti z inovativno idejo ali produktom v negotovih okoliščinah z omejenimi gospodarskimi, človeškimi in fizičnimi viri, zato se sooča z edinstvenimi izzivi pri razvoju. Produkt je lahko izdelek ali storitev. Največkrat gre za majhno podjetje, ki ima natančno zasnovano kratkoročno strategijo uspeha (Petković, 2012). Če s svojim produktom zadovoljuje novo potrebo, ki je prisotna v širšem območju ali celo globalno, ima velik potencial za rast. Zagonska podjetja so pomembna predvsem zaradi inovacij, oblikovanja novih delovnih mest in gospodarske rasti ter vnašanja konkurenčne dinamike v poslovno okolje. Za njih je značilno, da na začetku testirajo različne možne poslovne modele, da bi našli pravega (Rebernik & Jaklič, 2014). Pomembna so postala predvsem z globalizacijo podjetništva, ki jo je pospešila digitalna revolucija. Ponavadi razvijajo nove produkte s potencialom za trženje in rast na globalnih trgih, kar lahko uspešno počnejo v okolju, kjer so dobro razviti odnosi med podjetji, dobavitelji, odjemalci, financerji in drugimi deležniki zagonskega ekosistema (Močnik & Rus, 2015). Osnovni cilj zagonskih podjetij je pospešiti razvoj izdelka v zgodnjih fazah in racionalizirati učni proces. Na spreminjajoče se potrebe in zahteve strank se morajo odzvati hitro, s pospeševanjem procesov odločanja in načrtovanja. Zagonska podjetja to običajno storijo z uporabo evolucijskega prototipičnega pristopa, kar pomeni, da iterativno izpopolnijo začetni prototip, katerega cilj je hitro preverjanje ustreznosti izdelka in trga. Povratne informacije strank poudarjajo funkcionalnost in potrebne izboljšave. Dolgoročno načrtovanje je v kaotičnem okolju zagonskih podjetij skorajda nemogoče, zato sta potrebni fleksibilnost in reaktivnost. Namesto, da bi uporabili ponovljive in nadzorovane procese, ponavadi izkoristijo reaktivne in ne najbolj natančne inženirske prakse, s poudarkom na produktivnosti in svobodi svojih ekip. V takšnem eksperimentalnem okolju sta hitrost in kakovost nenehno ogroženi, nekateri agilni postopki morda niso koristni, saj lahko pretirano upravno režiranje zavira poslovno eksperimentiranje. Hiter razvoj njihovih produktov je odvisen od članov ekipe in virov na vseh vidikih razvojnega procesa. Usmerjeni morajo biti k spremembam in samoiniciativi. Možnost vstopa zagonskih podjetij na nove trge prekinitve prvotnega poslovnega modela je v veliki meri povezano z edinstvenostjo človeškega kapitala in pristopi, ki jih uporabljajo (Berg, Birkeland, Papas & Jaccheri, 2018). Zagonska podjetja se nenehno širijo, v kar 88 % primerov se ozirajo k nadaljnji internacionalizaciji, predvsem v evropskem območju in zunaj njega. Najbolj zaželen cilj širitve je Silicijeva dolina v Združenih državah Amerike in v zadnjem času tudi Azija. Pri tem se soočajo z več izzivi, kot so razlike v zakonodaji, kulturne razlike in jezikovne pregrade (Špende, 2018).

Možnosti za uspeh zagonskega podjetja so relativno majhne. Če podjetje ustanovi samo en človek, so možnosti za uspeh še nekajkrat manjše. Veliko zagonskih podjetij propade

predvsem zaradi nepravilnega gospodarjenja z denarjem, saj je pri ustanavljanju zagonskega podjetja bistveno uravnoteženje sredstev. Ravnanje z denarjem mora biti desetkrat bolj učinkovito kot pri že uveljavljenih podjetjih. Vendar pa imajo zagonska podjetja velik potencial za rast, saj povprečni podjetnik z visokim potencialom ustvari trikrat več delovnih mest kot podjetnik s srednjim potencialom in petnajstkrat več delovnih mest kot podjetnik z nizkim potencialom. Tretjina dinamike gospodarske rasti držav je pojasnjena z dinamiko zagonskega podjetništva. Vendar ta podjetja potrebujejo primerno razvit ekosistem za zagonska podjetja (Watt, 2016).

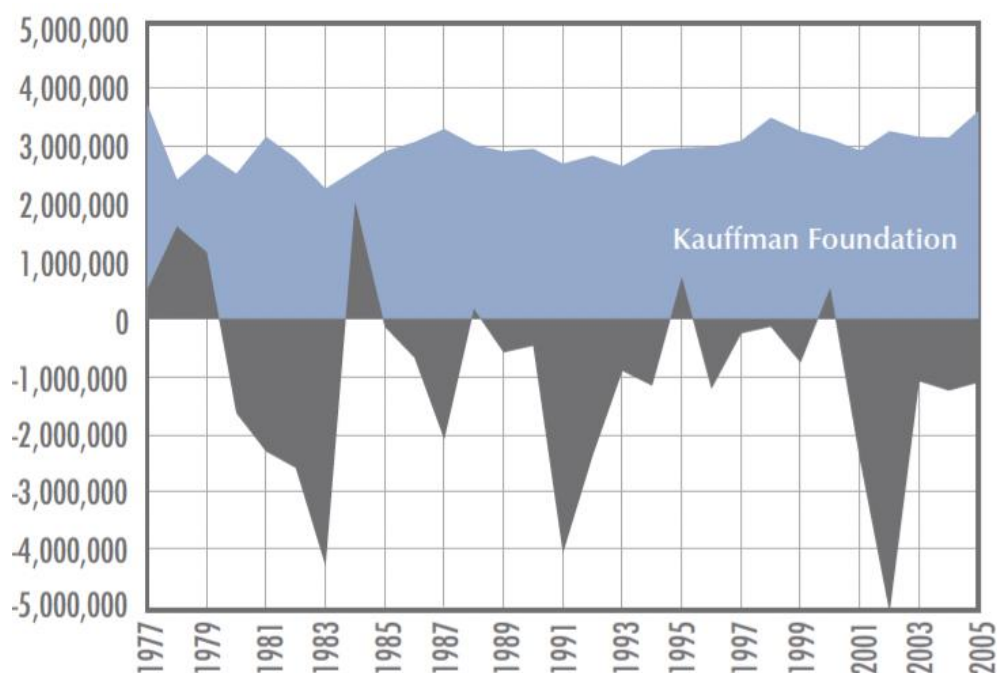
1.2 Pomen zagonskih podjetij za gospodarski razvoj

Vse najrazvitejše države v družbi znanja spodbujajo zagonsko podjetništvo tako z vidika investicije v prihodnost kot z vidika aktivnega snovanja dolgoročne gospodarske politike. Rebernik in Jaklič (2014) navajata kot pet ključnih razlogov za spodbujanje zagonskega podjetništva:

- inovacije,
- nova delovna mesta in gospodarska rast,
- vnašanje nove dinamike v gospodarski sistem,
- promocijo raziskovalno-inovacijskega sistema
- vnašanje vrednot proaktivnosti v družbo.

Zagonsko podjetništvo vpliva tudi na spreminjanje vrednot družbe in prinaša nov miselni vzorec, skladen z družbo znanja in ustvarjalnosti. Inovacije so glavno gonilo razvoja gospodarstva ter povečanja produktivnosti in na tem temeljijo tudi zagonska podjetja. Z unovčenjem invencij in komercializacijo tehnoloških novosti pripevajo k hitremu razvoju novih tehnologij in lokacij. Inovacije so tudi osrednje gonilo za gospodarsko rast in ključ do boljšega življenjskega standarda. Razvoj visokotehnoloških podjetij z velikim potencialom rasti je zato pomembna oblika prestrukturiranja slovenskega gospodarstva, da bi postalo mednarodno konkurenčno. Za gospodarski razvoj je ključno nenehno iskanje in uveljavljanje poslovnih priložnosti, ustanavljanje novih podjetij ter njihov razvoj (Rebernik & Jaklič, 2014).

Slika 1: Neto prirast delovnih mest



Vir: Rebernik & Jaklič (2014, str. 5).

Slika 1 prikazuje neto ustvarjena delovna mesta v podjetjih. S svetlo modro barvo so označena neto ustvarjena nova delovna mesta v zagonskih podjetjih in s sivo barvo v drugih podjetjih. Zagonska podjetja dolgoročno ustvarjajo velik del novih delovnih mest, saj temeljijo na inovacijah. So idealna oblika in priložnost za zaposlovanje in aktiviranje generacije (Rebernik & Jaklič, 2014).

1.3 Razvitost zagonskega podjetništva v Sloveniji

Temeljna gonilna sila za razvoj zagonskih podjetij so ambiciozni podjetniki, ki so se pripravljani in sposobni spoprijeti z izzivi izgradnje in rasti podjetja. V Sloveniji se za podjetništvo odloča le manjši del odraslega prebivalstva. Po raziskavi izvedeni s strani Hollandersa (2020, str. 65) kaže, da ima Slovenija zelo dobre človeške vire, šibkejša pa je pri ekonomskih rezultatih vlaganj v zagonski ekosistem. Razvitost raziskovalno-inovacijskega sistema kaže najslabše rezultate na ekonomskih učinkih. V zadnjih letih je na področju zagonskega podjetništva v Sloveniji sicer prišlo do obetavnih premikov (Rebernik & Jaklič, 2014). Največji premik se je zgodil leta 2018 s sprejetjem akcijskega načrta, Slovenija – dežela inovativnih zagonskih podjetij, ki so ga oblikovali na podlagi dobrih praks in rešitev v tujini. Vključeval je 17 ključnih ovir in predloge za njihovo odpravo na področju ustanavljanja in financiranja podjetij, davčne zakonodaje, delovne zakonodaje, administrativnih ovir, spletnega in mobilnega poslovanja (Petkovšek Štakul, 2018). Največji napredek je viden na področjih: vzpostavitev registra zagonskih podjetij, omogočanje poslovanja slovenskih podjetij na Google Merchant, lažje zaposlovanje tujcev v zagonskih podjetjih, omogočanje ustanovitve/dokapitalizacije podjetja v Sloveniji iz tujine, izgradnja sistema opcijskega nagrajevanja. Uspelo se je že vzpostaviti okolje, ki nudi konkurenčne

pogoje in številne ugodnosti. S številnimi uspešnimi zagonskimi podjetniki in podjetji, ki so vir povezav, navdiha in izkušenj se počasi razvija v dinamično vozlišče za zagonska podjetja. Slovenija dosega vse večjo prepoznavnost v tujini in številni tujci tukaj prepoznajo svoje naslednje investicijske priložnosti, bodisi z odprtjem lastnega podjetja ali z investicijo v obstoječa podjetja. Pri tem pomagata dobro razvito področje šolstva in izobraževanja, ki soustvarjata ugodno okolje za razvoj talentov (Tovarna podjetij, brez datuma b). Rebernik in Jaklič (2014) opredeljujeta trenutno sceno zagonskih podjetij kot še vedno zelo samorastniško, prepuščeno lastni iniciativnosti in brez zadostne učinkovite ekonomske politike. Za spodbujanje novih podjetnikov je treba podjetniško politiko in iz nje izhajajoče ukrepe zasnovati tako, da bo lahko Slovenija postala privlačna za razvoj propulzivnih podjetij in prijazna visokotehnološkemu podjetniku. Vzpodbujati je potrebno, da se bo čim več talentiranih posameznikov odločilo za podjetništvo in se ne bodo selili v tuja, podjetništvu bolj prijazna, okolja zaradi preživetja, ampak zaradi omogočanja hitrejšega razvoja. Petkovšek Štakul (2018) je mnenja, da kljub pestri podpori slovenskim zagonskim podjetjem, Slovenija zanje ni najbolj primerno okolje. Kot razlog navaja dolgotrajne postopke poslovanja in zakonodajne zahteve, saj takšna podjetja potrebujejo hitro odzivnost in mednarodno naravnost, zato si poslovne priložnosti poiščejo v San Franciscu, New Yorku, Londonu, Berlinu in drugod po svetu. V Sloveniji bi morali zagonsko podjetništvo opredeliti kot strateško panogo in jo vključiti v dolgoročno strategijo države kot potencial, ki lahko prinese najvišjo gospodarsko in zaposlitveno rast v prihodnjem desetletju.

Tabela 1: Razvitost Slovenije v primerjavi z drugimi državami Evropske unije

Slovenija	Glede na Evropsko unijo 2019 v letu 2019	Uspešnost glede na države Evropske unije 2012 v letu 2012	2019
POVZETEK POKAZATELJEV INOVACIJ	84.9	102.3	92.4
Človeški viri	110.6	180.9	127.3
Novi diplomanti doktorskega študija	100.3	249.5	110.4
Prebivalstvo s terciarno izobrazbo	122.1	117.4	155.4
Vseživljenjsko učenje	108.2	167.8	116.7
Privlačni raziskovalni sistemi	88.4	80.1	101.0
Mednarodne znanstvene soobjave	147.7	159.9	216.9
Najbolj citirane publikacije	73.3	59.1	73.4
Tuji doktorski študenti	49.4	54.1	57.0
Inovacijam prijazno okolje	82.2	167.6	143.0
Širokopasovne povezave	95.7	130.0	220.0
Podjetništvo, usmerjeno v priložnosti	67.0	192.8	91.3
Finance in podpora	31.7	56.0	36.6

Stroški za raziskave in razvoj v javnem sektorju	57.1	79.8	56.0
Stroški tveganega kapitala	2.7	16.0	3.9
Naložbe podjetij	103.7	136.1	134.7
Stroški za raziskave in razvoj v javnem sektorju	100.0	141.3	114.6
Stroški, ki niso povezani z raziskavami in razvojem	84.0	97.1	117.7
Podjetja, ki izvajajo izobraževanje na področju informacijsko-komunikacijskih tehnologij	127.8	169.2	176.9
Inovatorji	68.6	87.0	61.4
Proizvodne/procesne inovacije MSP-jev	70.0	95.0	69.7
Trženjske/organizacijske inovacije MSP	66.5	91.2	54.6
Interno izvajanje inovacij MSP-jev	69.3	75.0	60.4
Povezave	112.9	138.5	116.3
Inovativni MSP-ji, ki sodelujejo z drugimi	135.2	152.0	134.2
Javno zasebne so-objave	144.2	198.0	163.0
Zasebno sofinanciranje javnih raziskovalnih in razvojnih del	85.5	105.8	86.3
Intelektualna sredstva	87.7	87.7	81.9
Patentne prijave, vložene na podlagi Pogodbe o sodelovanju na področju patentov	83.9	88.6	77.8
Prijave blagovnih znamk	125.1	108.1	133.2
Izdelava aplikacij	55.7	70.1	46.7
Vplivi na zaposlovanje	97.6	72.4	105.3
Zaposleni v dejavnostih z intenzivno uporabo znanja	102.5	108.1	110.8
Zaposlovanje v hitro rastočih podjetjih	93.6	43.6	100.8
Vplivi prodaje	68.1	66.9	67.7
Izvoz srednje in visoko tehnoloških izdelkov	106.6	99.6	118.1
Izvoz storitev z intenzivno uporabo znanja	33.0	33.5	34.1
Prodaja novosti na trgu/inovacij podjetij	59.1	66.9	49.3

Vir: Hollanders (2020, str. 1)

Tabela 1 prikazuje razvitost inoviranja v Sloveniji v primerjavi z drugimi državami Evropske unije med leti 2012 in 2019. Slovenija se uvršča med zmerne inovatorke, uspešnost je v zadnjih letih upadla v primerjavi z uspešnostjo v letu 2013. To zmanjšanje lahko razlagamo kot posledica slabše uspešnosti diplomantov in upada doktoratov. Odnosi med organizacijami, pretok informacij, človeški viri in naložbe podjetij so najmočnejše inovacijske razsežnosti. Slovenija dosega visoke rezultate pri mednarodnih znanstvenih publikacijah, sodelovanju inovativnih podjetjih med seboj in podjetjih, ki se izobražujejo na področju informacijskih tehnologij. Nizke rezultate dosegamo pri financah, podpori, vplivih prodaje in inovatorjih. Kazalniki z nizkimi rezultati vključujejo naložbe tveganega kapitala, izvoz zahtevnih znanstvenih storitev, primankljaj tujih doktorantov in oblikovanje spletnih aplikacij (Hollanders, 2020).

1.4 Panoge zagonskih podjetij

Nekoč je temelj gospodarstva v Sloveniji bilo kmetijstvo, po drugi svetovni vojni je glavno vlogo prevzela industrija. Po osamosvojitvi pa se je Slovenija zaradi izgube trga morala preusmeriti v druge dejavnosti. Danes so gospodarsko najbolj donosne storitvene dejavnosti: trgovina, turizem in industrija visokih tehnologij. Podjetja se trudijo zadovoljiti rastoče potrebe, proizvajati velike količine in izdelovati sodobne zahtevne proizvode. Visoka tehnologija vključuje nanotehnologijo in tehnologijo novih materialov, informacijske in komunikacijske tehnologije, novosti s področja elektronike, igralništva, letalstva, telekomunikacij in ekologije (Jeršin Tomassini & Janžekovič, 2015). Na podlagi raziskave slovenskih visokotehnoških podjetij, Rebernik in Jaklič (2014) ugotavljata, da visokotehnoška podjetja predstavljajo skupaj okrog 2–3 % slovenskega gospodarstva in zaposlujejo približno 3.500 ljudi. Panoga je torej še vedno relativno omejena, vendar raste hitreje od povprečja v gospodarstvu ter ustvarja nova delovna mesta z visoko dodano vrednostjo. Leta 2014 je Slovenija izvozila okrog 1,5 mrd USD visokotehnoških izdelkov, kar predstavlja približno 5 % celotnega izvoza in je močno pod povprečjem najbolj uspešnih držav. Razvoj visokotehnoških podjetij z velikim potencialom rasti je zato pomembna oblika prestrukturiranja slovenskega gospodarstva, da bi postalo mednarodno konkurenčno. Zagonska podjetja so prisotna v vseh panogah, vendar v kar 99,3 % primerov ponujajo spletne rešitve (Špence, 2018). Veliko zagonskih podjetij se ukvarja z novimi tehnologijami, ki so trenutno v trendu – splet, geo lokacije, mobilne aplikacije, vendar niso omejeni le na omenjene kategorije. V Sloveniji se pojavljajo odlična zagonska podjetja na področju biologije, kemije, bioinženiringa in procesne tehnologije (Kordiš, 2011). V veliki meri so povezana z visokimi tehnologijami, zato jih veliko deluje na področju industrijske tehnologije, računalniške strojne opreme, razvoja programske opreme, programske opreme po modelu storitev in zelene tehnologije, ter le majhen del v dejavnostih stare ekonomije (proizvodna dejavnost v klasičnih industrijskih panogah (Močnik & Rus, 2015)).

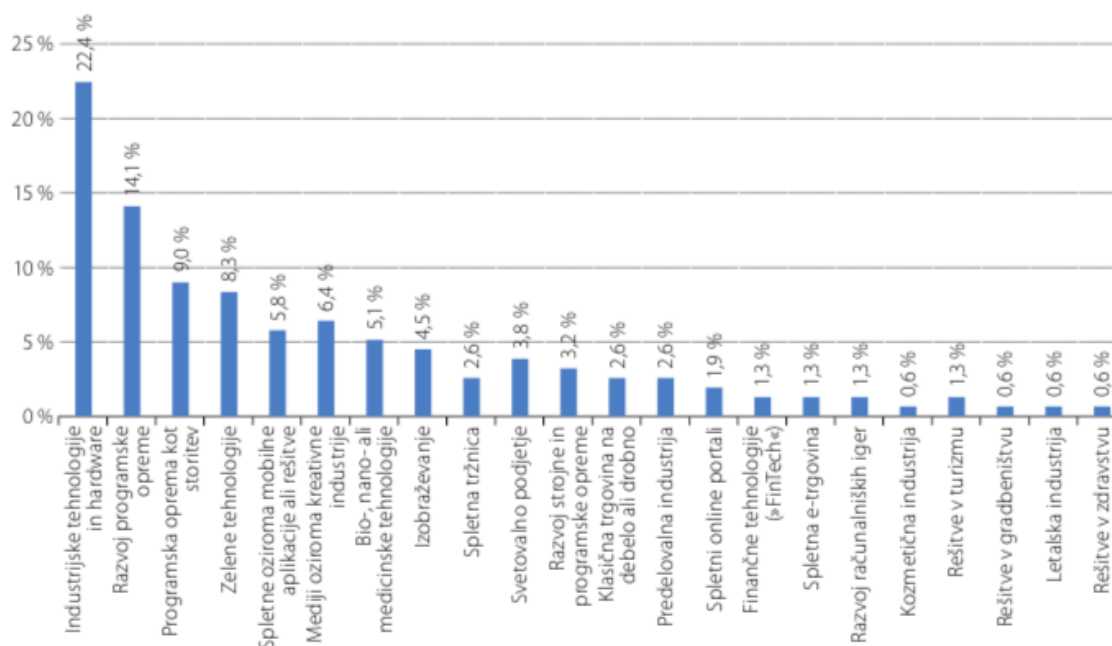
Podjetja in raziskovalna središča, ki se ukvarjajo z visoko tehnologijo, se združujejo v tehnološke parke, ki omogočajo prenos raziskovalnih izsledkov in poslovnih zamisli v uspešno in mednarodno konkurenčno tehnološko podjetništvo (Jeršin Tomassini & Janžekovič, 2015). Univerzitetni inkubatorji delujejo v univerzitetnem okolju in se ukvarjajo predvsem s predinkubacijsko fazo razvoja zagonskih podjetij. Njihova glavna ciljna skupina so raziskovalci, profesorji in študenti, ki ustanavljajo bolj visokotehnoško usmerjena podjetja, ki temeljijo na vrhunskem znanju in prebojnih idejah. Glavna ciljna skupina podjetniških inkubatorjev so inovativne ekipe v regiji, ki gradijo različne tipe podjetij, od nizko do visokotehnoških, ki pa so bolj izjema kot pravilo. Največ podjetniških pobud je srednje tehnološke zahtevnosti (Tovarna podjetij, brez datuma b). Podjetnik si mora zagotoviti vire financiranja za ustanovitev, zagon, rast in ekspanzijo podjetja. Pri tem ima na voljo več virov financiranja, ki jih mora uspešno kombinirati ter zagotoviti njihovo zadostno količino, da se ne znajde v finančnih težavah. Podjetje običajno potrebuje več sredstev, če deluje v kapitalno intenzivni panogi, in če je njegova rast zelo hitra (Kos, 2011).

Slika 2 prikazuje strukturo dejavnosti slovenskih zagonskih podjetij iz leta 2015. Raziskava je bila izvedena v letu 2015 v okviru raziskave slovenskih zagonskih podjetij in slovenskega zagonskega ekosistema. Raziskava je bila izvedena s pomočjo spletne ankete, v katero so bili vključeni anketiranci, ki so morali izpolnjevati naslednje kriterije:

- zagonsko podjetje je že formalno ustanovljeno in vpisano v Poslovni register Slovenije,
- ni starejše od 6 let,
- anketo je izpolnil soustanovitelj, direktor ali vodstveni sodelavec podjetja.

Po njihovi raziskavi je vidno, da kar 22,9 % zagonskih podjetij deluje na področju industrijske tehnologije in strojne opreme. Sledi razvoj programske opreme s 14,1 %, programske opreme po modelu storitev z 9 % in področje zelenih tehnologij z 8,3 %. Pomembna področja so tudi bio, nano in medicinske tehnologije s 5 % (Močnik & Rus, 2015).

Slika 2: Struktura dejavnosti zagonskih podjetij



Vir: Močnik & Rus (2015, str. 88).

2 ZAGONSKI EKOSISTEM

Slovenija z dvema milijonoma prebivalstva spada med močno obdavčene države na svetu, podjetniški sektor pa je relativno mlad in majhen. Kljub temu je Slovenija znana po kar nekaj svetovnih zgodbah o uspehu na področju visokotehnoških izdelkov in storitev. Ti uveljavljeni podjetniki naprej podpirajo podjetniški razvoj in pomagajo novim zagonskim podjetjem, s čimer pomagajo pri oblikovanju zagonskega ekosistema in so njegovi ključni akterji. Ekosistem se torej izoblikuje z ljudmi, zagonskimi podjetji v vseh fazah in različnimi

organizacijami, ki skupaj sodelujejo in tvorijo sistem za ustanovitev novih zagonskih podjetij. Med organizacije prav tako sodijo inkubatorji, pospeševalniki in tehnološki parki, ki pomagajo pri ustanovitvi in razvoju zagonskih podjetij, omenjene organizacije uvrščamo med podporna okolja.

2.1 Oprelitev pojma

Zagonski ekosistem je združevanje medsebojno povezanih posameznikov, organizacij in organov, ki lajšajo in podpirajo podjetniško dejavnost. Zagonski ekosistem podjetjem zagotavlja vire – denar, ljudi, trg in infrastrukturo – znotraj odprte podjetniške kulture s podporno politiko in vodstvom. Glavni poudarek politike gospodarskega razvoja je podpora razvoja podjetniških ekosistemov. Mesta in regije imajo običajno več organizacij za podporo podjetništvu, te organizacije so v celoti financirane javne organizacije ali nepridobitne organizacije, katerih financiranje izvira iz države. Omenjene organizacije zagotavljajo informacije, svetovanje, mreženje, usposabljanje, mentorstvo in finančno pomoč, ki se šteje za bistveno podjetniško dejavnost. Raznolikost podjetnikov in njihove spreminjajoče se potrebe na podjetniški poti kažejo, da je za učinkovitost ekosistemov potrebna raznolika podpora. Ključnega pomena je prepoznavanje potrebe po medsebojnem povezovanju različnih organizacij. Izolirano delovanje ne pomaga novo ustvarjenim podjetjem, saj ta najbolje uspevajo v okolju, kjer organizacije prepoznajo, da je njihova učinkovitost medsebojno odvisna. Za uspeh podjetniških podvigov je potreben ekosistem in ne posameznik ali organizacija (Mason & Hruskova, 2019). Zagonski ekosistemi se definirajo z mreženjem in interakcijami med ljudmi, organizacijami in njihovim okoljem. Oblikujejo se na lokalnem območju ali spletnih skupnostih, čeprav je z razvojem družbenih omrežij celoten svet postal povezan oz. je ena velika mreža zagonskih ekosistemov. Bistveni sestavni del zagonskega ekosistema so sredstva, kot so znanje, čas in denar. Ta sredstva se pridobivajo predvsem od ljudi in organizacij, ki so aktivni del zagonskih ekosistemov. Dogodki in srečanja med organizacijami in različnimi ljudmi igrajo ključno vlogo pri pridobivanju virov, ki pomagajo ustvarjati nova potencialna zagonska podjetja ali krepijo že obstoječa. V primeru neuspešnosti zagonskih podjetij, pomagajo ljudem, da izboljšajo svoje spretnosti in ustanovijo novo zagonsko podjetje ali jih pridružijo k že obstoječemu. Zagonski ekosistemi so dinamična entiteta, kar pomeni, da so nenehno podvrženi občasnim motnjam in se obnavljajo po preteklih motnjah (Startup Commons, brez datuma).

Tovarna podjetij (brez datuma a) med ključne udeležence slovenskega zagonskega ekosistema uvršča:

- subjekte podpornega okolja v Sloveniji;
- podjetnike zagonskih podjetij z globalnim potencialom hitre rasti;
- mentorje zagonskih podjetij;
- zasebne investitorje, kot so poslovni angeli in skladi tveganega kapitala;
- javne vire financiranja;

- velika uspešna podjetja;
- zasebne organizacije spodbujanja podjetništva, kot so medijske platforme, zasebni pospeševalniki in podjetniško izobraževalne institucije;
- oblasti in javne institucije, kot so Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Slovenski podjetniški sklad in javna agencija Spirit Slovenija;
- institucije znanja, kot so univerze, javne in zasebne raziskovalne organizacije;
- kreativna središča in sodelovni prostori;
- mednarodne partnerje, ki zastopajo različna podjetniška središča zagonskih podjetij po svetu.

2.2 Ključni dejavniki za razvoj ekosistema

Zagonske ekosisteme je mogoče proučevati z različnimi pristopi oziroma teoretičnimi študijami, ki spremljajo zagonske ekosisteme skozi daljše časovno obdobje in proučujejo njihove razlike.

Zagonski ekosistem je nadzorovan z zunanjimi in notranjimi dejavniki. Zunanji dejavniki, kot so finančna situacija, velike motnje na trgu in prehodi velikih podjetij, nadzorujejo celotno strukturo ekosistema in način dela znotraj njega. Zagonski ekosistemi so dinamični subjekti – vedno v fazi nastajanja, in ko so enkrat vzpostavljeni, so podvrženi občasnim motnjam. Zagonski ekosistemi v podobnih okoljih, ki se nahajajo na različnih koncih sveta, lahko imajo različne pristope, predvsem zato, ker imajo drugačno podjetniško kulturo in vire. Uvajanje znanja in veščin ljudi iz drugih okolij, lahko povzroči znatne premike v funkcijah ekosistema. Notranji dejavniki ne vplivajo le na procese ekosistemov, ampak jih nadzirajo in so pogosto predmet za povratne zanke. Medtem ko nekatera sredstva običajno nadzirajo zunanji procesi, kot so finančna situacija in motnje na trgu, razpoložljivost virov v ekosistemu nadzorujejo notranji dejavniki, kot so zmožnost ljudi in organizacij, da prispevajo k ekosistemu. Drugi notranji dejavniki vključujejo uspeh zagonskega podjetja in nasledstvo neuspehov po rangju ljudi in razpoložljive spretnosti. Čeprav ljudje obstajajo in delujejo znotraj ekosistemov, so njihovi kumulativni učinki dovolj veliki, da vplivajo na zunanje dejavnike, kot je finančna klima. Začetek upravljanja ekosistema temelji na jasnih ciljih, ki jih izvajajo politika, protokoli in prakse, prilagodljivo pa je s spremljanjem in raziskavami na podlagi našega najboljšega razumevanja interakcij in procesov, potrebnih za ohranjanje struktur in funkcij ekosistema. Namen je upravljanje območij na različnih ravneh tako, da se ohranjajo ekosistemske storitve in viri, ob ustrezni rabi virov in možnostih preživetja. Zaradi narave upravljanja zagonskih ekosistemov, se odgovornost običajno porazdeli med osebe z upravljavskimi sposobnostmi. Prav tako zahteva jasne cilje glede prihodnjih usmeritev. Druge pomembne zahteve vključujejo dobro razumevanje sistema (vključno s povezanostjo, ljudmi in dinamiko organizacije) in konteksta, v katerem sistem deluje. Med pomembne točke spada razumevanje vloge ljudi, nadarjenosti in denarja kot sestavnih delov ekosistema ter uporabo prilagodljivega upravljanja. Poznamo različne sisteme za upravljanje zagonskih ekosistemov, in sicer od dokumentiranega znanja in orodij,

do spletnih platform, vse do posebej razvitih celovitih infrastrukturnih rešitev (Startup Commons, brez datuma). Rebernik in Jaklič (2014) ugotavljata, da imajo države z uspešnimi zagonskimi ekosistemi naslednje skupne elemente:

- Dvigovanje ravni podjetniškega aktiviranja talentov oz. človeškega kapitala, kjer imata velik pomen šolski sistem in sistem vzgoje za podjetništvo.
- Ustrezna in uspešna podpora infrastruktura in razvit inovacijski ter raziskovalni sistem sta ključna za komercializacijo znanja in tehnologij.
- Spodbujanje rasti podjetij s povezavami po svetu, na svetovnih trgih.
- Uspešen sistem financiranja in dostopnost kapitala v vseh fazah razvoja podjetja.
- Aktiviranje deležnikov ekosistema in prizadevanje za njihovo aktivnejšo vlogo, usklajeno, celostno in strateško vodenje podpornega okolja.

Silicijeva dolina ali Tehnološki park, ki se je razvil južno od San Francisca v Kaliforniji, v Združenih državah Amerike, je eden izmed najboljših primerov prakse. Ustanovitelj je bil Frederick Terman, profesor na tamkajšnji univerzi Stanford. Fakulteto in študente je nagovarjal k ustanavljanju podjetij ter močno spodbujal tehnološko inovativnost in podjetništvo. Preko prvotnega oddajanja prostora študentom, se je počasi razvil tehnološki park. Zaradi dobrih pogojev, ki so obstajali zaradi vodstva Univerze Stanford in dostopnosti tveganega kapitala, so tam začela nastajati številna računalniška podjetja (Košir, 2018). Rezultati kažejo, da je za vzpostavitev uspešnega ekosistema, kot v Silicijevi dolini, potrebno omogočiti ugodnejšo davčno zakonodajo, pravno strukturo za ustanovitev skladov zasebnega kapitala in liberalno stečajno zakonodajo (Armour & Cumming, 2006). Nasprotno pa Wonglimpiyarat (2013), na primeru Singapurja, trdi, da mora prav država izvesti ukrepe za spodbujanje investicij v začetnih fazah, in da mora to biti komplement in ne zamenjava za zasebna sredstva. V Sloveniji imamo vzpostavljeno dobro osnovo zagonskega ekosistema, vendar ta še ni v celoti razvit in še ne pokriva vseh področij. Za doseganje razvoja zagonskega podjetništva, za posamezne faze razvoja zagonskih podjetij, potrebujemo veliko več podpornih aktivnosti, organiziranih v celovite programe. Nujen je dvig kakovosti podpornih storitev ter njihova povezava v enotne programe in povezovanje s svetom (Rebernik & Jaklič, 2014).

2.3 Podporna okolja zagonskih podjetij v Sloveniji

V Sloveniji imamo do določene mere že razvito podjetniško podporno okolje, katerega razvoj se je začel že pred dvajsetimi leti. V zadnjih letih je prišlo do bolj intenzivnega razvoja po zgledu dobrih praks najrazvitejših držav na svetu. Podporna okolje mora delovati kot dinamično središče sodelovanja med vsemi deležniki za zagonska podjetja, saj bo le tako ekosistem zagonskih podjetij postal učinkovit. Na to zelo vpliva država, saj naj bi podpirala rast in razvoj malih in srednje velikih podjetij s pomočjo finančnih spodbud Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo. Prav tako imajo velik vpliv institucije, specializirane za financiranje podjetij, kot so Slovenski podjetniški sklad, SID banka in Spirit Slovenija.

Razvito imamo platformo – Start:up Slovenia, ki podpira inovativno podjetništvo. Platforma deluje kot povezovalac, koordinator in promotor mreže deležnikov slovenskega zagonskega ekosistema v Sloveniji in tujini, za podjetja, investitorje, podporna okolja in podjetniške strokovnjake. Slovenija je izvedla tudi akcijski načrt “Slovenija – dežela inovativnih zagonskih podjetij”, ki je bil namenjen predvsem reševanju ovir, s katerimi se srečujejo zagonska podjetja. Poenostavljena je bila vzpostavitev poslovanja, davčna ureditev za mikro podjetja in uvedeno izdajanje e-računov, kot enostavnejši sistem plačevanja obveznih dajatev. Med ukrepi za podjetja je bila izvedena ustanovitev poslovnega portala za domače in tuje podjetnike (e-VEM in EUGO) ter mreža informacijskih točk na enem mestu (VEM) (Tovarna podjetij, brez datuma a). Zakon o podpornem okolju za podjetništvo (ZPOP-1), Ur. l. RS, št. 102/07, 57/12, 82/13, državi določa ukrepe za spodbujanje podjetništva in organiziranost na tem področju ter postopke za dodeljevanje sredstev, namenjenih oblikovanju podpornega okolja za podjetništvo. Temeljni cilji zakona so: vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja; ustvarjanje zavesti o pomenu podjetništva za gospodarski razvoj in uresničevanje ustvarjalnih podjetniških potencialov državljanov; povečanje možnosti za ustanavljanje novih podjetij, spodbujanje njihove rasti in ustvarjanje novih delovnih mest; pospešitev izkoriščanja podjetniških in inovacijskih potencialov; vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja za potencialne podjetnike/podjetnice (v nadaljevanju: podjetnike) in delujoča podjetja v vseh fazah njihovega razvoja, za dostop do celovitih podpornih storitev; spodbuditev povezovanja med raziskovalnimi in izobraževalnimi organizacijami ter gospodarstvom. Naloge za spodbujanje podjetništva in zagotavljanje učinkovitega podjetniškega okolja izvajata ministrstvo, pristojno za gospodarstvo, in javna agencija za področje investicij, tehnološkega razvoja, podjetništva in internacionalizacije (javna agencija). Javna agencija opravlja naslednje naloge: oblikuje, razvija in izvaja ukrepe za spodbujanje podjetništva in zagotavlja učinkovito podporno okolje za podjetništvo v skladu z usmeritvami in politiko ministrstva, pristojnega za gospodarstvo; izvaja ukrepe za promocijo podjetništva, podjetniškega okolja in ustvarja pozitivno klimo za razvoj podjetništva; izvaja ukrepe na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo; vključuje se v programe Evropske unije in druge mednarodne povezave na področju pospeševanja podjetništva in konkurenčnosti za prenos znanja in dobrih praks; odloča o izboru projektov in dodeljuje finančne spodbude za izvedbo projektov s področja podpornih storitev ter sklepa pogodbe o financiranju z izbranimi prijavitelji. Podjetniško podporno okolje sestavljajo reprezentativne gospodarske zbornice in Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije ter njihova mreža regionalnih oziroma območnih zbornic (reprezentativne zbornice). Reprezentativnim zbornicam se podeli javno pooblastilo za izvajanje naslednjih nalog: evidentiranje administrativnih ovir pri nastajanju in delovanju podjetij, priprava predlogov za njihovo odpravo in preverjanje ustreznosti pripravljenih presoj učinkov predpisov na gospodarstvo ZPOP-1.

2.3.1 Inkubatorji

Prvi poslovni inkubator se je odprl leta 1959 v Združenih državah Amerike in še vedno deluje. V poznih devetdesetih letih je nastal tretji val razvoja inkubatorjev. Ponudba inkubatorjev se je iz mentorstva in pomoči do dostopa financiranja razvila v širok spekter podjetniških podpor (Groen, Oakey, Cook & Van der Sijde, 2015). V zadnjih nekaj letih so inkubatorji doživeli preporod. Vodilni inkubatorji so postali svetovni pojav in se pojavljajo skoraj po vseh večjih mestih na svetu. Da bi inkubatorji uresničili svoj polni gospodarski potencial, morajo premagati dve pasti, zagotoviti morajo resnično vrednost, ne le pisarniške prostore in meriti svoj uspeh v celoti, ne samo preko financiranja (Mitra, 2013).

Inkubator lahko opredelimo kot razvijajočo se inovativno organizacijsko obliko, ki je orodje za razvoj podjetja. Vloga inkubatorjev je zagotoviti podporno okolje za zagon in delovanje podjetja, s čimer prispevajo k ustvarjanju novih delovnih mest, gospodarskemu razvoju in prenosu tehnologij (Peters, Rice & Sundararajan 2004). Ena izmed definicij za inkubatorje je, da so ponudniki različnega spektra podpore podjetnikom in zagonskim podjetjem, da nudijo pomoč pri upravljanju, dajejo fizično infrastrukturo (delovne prostore s fleksibilnim urnikom in najemninami), tehnično podporo, dostop do financ, in mreženja (Groen, Oakey, Cook & Van der Sijde, 2015). Ponavadi nudijo tehnične sodelavce, ki vodijo in pomagajo pri financah, poslovnem načrtovanju, trženju, pravnem svetovanju in proizvodnji. Inkubatorji imajo pomembno vlogo pri sestavljanju sredstev v podjetniškem procesu. Pomoč nudijo v treh fazah: idejna faza, ki je predvsem podpora pri procesu poslovne ideje; zagonska faza (podpora pri rasti in razvoju zagonskih podjetij) in faza rasti in internacionalizacije. Tretja faza je namenjena le hitro rastočim podjetjem s tržno potrjenim poslovnim modelom in z velikim potencialom rasti (Spirit podjetniški portal, brez datuma). Skozi te faze naj bi za zagon podjetja ponujali ustrezno usposabljanje, mreženje in svetovanje na vseh strokovnih področjih. Podjetniški proces se premika skozi naslednje faze: ideja za nov izdelek/storitev in/ali prepoznana priložnost; prvotna odločitev o nadaljevanju; sestavljanje potrebnih virov (informacij, financ in ljudi), dejanski začetek novega podviga in gradnja uspešnega podjetja ter zadnja faza "pobiranje nagrad". Na rezultate med fazami poleg pomoči inkubatorja, vpliva tudi posameznik s svojimi spretnostmi in motivi, skupina ljudi z idejami in vložki ter dejavniki na družbeni ravni, kot je politika, gospodarski pogoji, tehnologija, itd. (Peters, Rice & Sundararajan, 2004).

Poslovni modeli inkubatorjev pripomorejo k temu, da iz neprofitnega oblikujejo profitno. Obstajajo nepridobitni inkubatorji, ki so običajno povezani z univerzo ali vladno agencijo in so še posebej priljubljeni pri podjetnikih, ki ne ustvarjajo internetnih podjetij in ob ideji nimajo stroškov, ampak pridejo do kapitala z veliko dela. Inkubatorji od dobička lahko običajno vzamejo kar do 70 %. Neprofitni inkubatorji zahtevajo malo oziroma ne zahtevajo lastniškega kapitala za podobne storitve. Pomoč podjetniku se praviloma nudi do tistega trenutka, ko si podjetje pridobi ugled zanesljivega poslovnega partnerja in začne delovati popolnoma samostojno. Glede na strukture upravljanja in poslovne modele lahko

identificiramo tri vrste podjetniških inkubatorjev: podjetniški oziroma tehnološki inkubator, univerzitetni in zasebni inkubator.

Podjetniški ali tehnološki inkubator je organizacija, ki nudi pomoč mladim podjetjem in jim pomaga pri njihovem nastajanju in premagovanju začetnih ovir. Običajno nudijo svetovanje s področja marketinga, managementa, financ in tehničnega področja ter druge storitve, kot so semenski kapital, mreženje itd. Univerzitetni inkubatorji ponujajo pomoč predvsem podjetnim študentom in raziskovalcem na ravni infrastrukture in svetovalne pomoči in s tem nudijo okolje, ki spodbuja kreativnost in razvoj (Peters, Rice & Sundararajan, 2004).

V Sloveniji podpora podjetjem zagotavljajo javni in zasebni programi. Glavno jedro javnih programov je osnovano na javni mreži podpornega okolja preko Spirit Slovenija, in sicer v okviru programa Subjekti inovativnega okolja, ki nudijo pomoč podjetnikom v idejni in zagonski fazi ter v fazi rasti. Med subjekte inovativnega okolja sodijo naslednji inkubatorji: BSC – Poslovno podporni center Kranj, Kovačnica – podjetniški inkubator Kranj, Erudio Hub, inovativno poslovno okolje, Regionalni center za razvoj, Katapult, družba za spodbujanje podjetništva, ABC Accelerator, razvoj zagonskih in mladih podjetij, Zavod Mladi podjetnik, Podjetniško svetovanje in izobraževanje, socialno podjetje, Pomurski Tehnološki Park, podjetje za pospeševanje podjetništva v Pomurju, Inštitut za raziskovanje podjetništva, Tovarna podjetij Maribor, Zavod znanje Postojna, javni zavod za muzejsko dejavnost, kulturo, izobraževanje in ostale dejavnosti, Inkubator d. o. o., ekonomske, organizacijske in tehnološke storitve, Sežana, Inkubator Gea College, RRA – Koroška regionalna razvojna agencija za Koroško regijo, Mrežni podjetniški inkubator Vrelec, Podjetniški inkubator Kočevje, Inkubator savinjske regije, Štajerksi Tehnološki Park, Podjetniški inkubator Bela Krajina, Ljubljanski univerzitetni inkubator, SAŠA Inkubator, Primorski tehnološki park (Tovarna podjetij, brez datuma a).

2.3.2 Pospeševalniki

Semenski pospeševalniki so časovno omejeni, skupinski programi, ki vključujejo mentorske in izobraževalne komponente in dosežejo vrhunec z javnim dogodkom, kjer udeleženci predstavijo svoje delo s kratko predstavitvijo. Pospeševalniki so zasebno ali javno financirani in se osredotočajo na široko paleto dejavnosti (Innovation Sharing Center, 2014).

V Sloveniji sta najvidnejša predstavnika podjetniških pospeševalnikov ABC Accelerator in Katapult. Oba zagotavljata svetovalno in infrastrukturno podporo, prav tako finančno vlagata v obetavna podjetja. Za pospeševanje mladinskega podjetništva s svojimi programi skrbi Ustvarjalnik (Tovarna podjetij, brez datuma a). Ostali podjetniški pospeševalniki v Sloveniji so: Start:up Geek House, ABC zagonski pospeševalnik, Design Forward, Seed sumo, TechPeaks, LaunchHub, Startup Sauna, Y Combinator, Techstars, 500 startups in Eleven (Slovenski podjetniški sklad, brez datuma).

2.3.3 Tehnološki parki

Dobro razvito poslovno okolje omogoča pospeševanje gospodarskega razvoja s pridobivanjem neposrednih tujih investicij, tehnološkega znanja na lokalni ravni in odpiranja novih delovnih mest. Pri tem imajo ključno vlogo tehnološki parki, ki so ključna sestavina uspešnega zagonskega ekosistema (Pavlin, 2014). Glavne lastnosti in storitve tehnoloških parkov so: nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti, izdelava poslovnega načrta, registracija s.p./podjetja, organizacijska pomoč, pridobivanje finančnih sredstev preko nacionalnih in evropskih razpisov, mednarodno povezovanje in obveščanje. Nudijo čim boljše podporno okolje za prenos raziskovalnih izsledkov in inovativnih poslovnih zamisli v uspešno in mednarodno konkurenčno tehnološko podjetništvo (Podjetniški center Brežice, brez datuma). Tehnološki parki so povezovalci med raziskovalci in gospodarstvom, katerih poslanstvo je spodbujanje inovacij za trg. Le inovacije, ki zaživijo na trgu, imajo dodano vrednost, ustvarjajo nova delovna mesta in s tem več prihodkov države. Tehnološki parki se od inkubatorjev razlikujejo predvsem po tem, da se lahko včlanijo le tehnološka podjetja, ki se ukvarjajo z novimi tehnologijami.

V mnogih tranzicijskih državah primanjkuje strateškega načrtovanja in pospeševanja razvoja industrijskih in tehnoloških parkov, poslovnih inkubatorjev, podjetniških grozdov, zato je treba vzpostaviti ustrezne elemente boljšega poslovnega okolja, predvsem za mala in srednja podjetja. Pri tem s svojimi izkušnjami in dobrimi praksami pomagajo partnerji United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), med katerimi je tudi Slovenija, ki bo v prihodnje pomagala nekaterim izbranim industrijskim in storitvenim sektorjem gospodarstva preko njih (Pavlin, 2014).

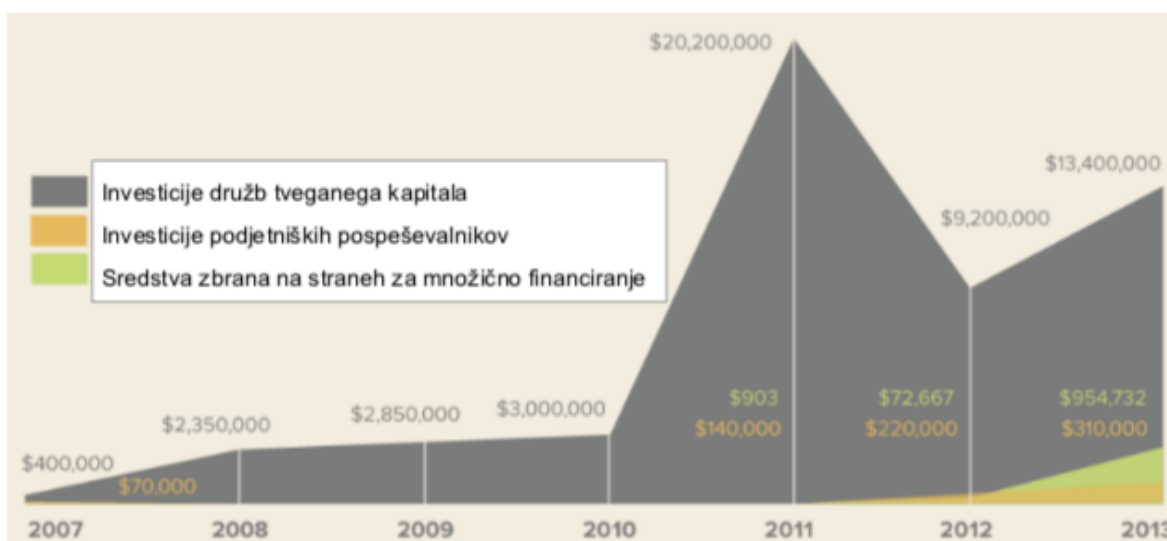
Tehnološki parki v Sloveniji so: Štajerski tehnološki park, Tehnološki park Ljubljana, Primorski tehnološki park, Pomurski tehnološki park in Tehnopolis d. o. o. in Tehnološki park Celje.

3 PRIDOBIVANJE FINANČNIH VIROV

Financiranje v podjetju se nanaša na priskrbo in uporabo sredstev, gospodarjenje s sredstvi, vračanje sredstev njihovim virom in razporejanje finančnih izvidov. Za uspešno poslovanje vsako podjetje potrebuje ustrezno strukturo financiranja. Mlada zagonska podjetja so zelo omejena pri pridobivanju finančnih virov, saj banke in drugi dolžniški viri v bilancah iščejo trdno zgodovino poslovanja, ki jih podjetja v zgodnjih fazah razvoja nimajo. Lastna sredstva podjetnika pa so pogosto omejena. Za katere finančne vire se bo podjetnik odločil, je odvisno od faze razvoja podjetja, in sicer za kakšne namene potrebuje finance in kakšne finance ustrezajo pravno-statusni obliki njegovega podjetja. V Sloveniji se z večjim razvojem zagonskih podjetij vzpostavlja mreža različnih ponudb za pridobivanje finančnih virov. Takšna podjetja se odločajo predvsem za naslednje opcije financiranja: zasebni viri, poslovni angeli, osebni prihranki, finančna pomoč družine in prijateljev, lastniški kapital, dolžniški kapital, subvencije oziroma nepovratna sredstva in množično financiranje.

Slika 3 prikazuje pridobljena sredstva zagonskih podjetij v Sloveniji med leti 2007 in 2013. S sivo barvo so označene investicije družb tveganega kapitala, z oranžno investicije podjetniških pospeševalnikov in z zeleno sredstva zbrana na straneh za množično financiranje. Kot vidimo, je v teh letih največ podjetij pridobilo finančna sredstva preko tveganega kapitala. V letu 2012 so se povečala finančna sredstva pridobljena preko podjetniških pospeševalnikov in v letu 2013 so se pojavile strani za množično financiranje (Rebernik & Jaklič, 2014).

Slika 3: Pridobljena sredstva za financiranje zagonskih podjetij v Sloveniji



Vir: Rebernik & Jaklič (2014, str. 9).

3.1 Pregled finančnih virov

Zagonska podjetja so praviloma podjetja z bolj razpršeno lastniško strukturo in širokim spektrom angažiranega zunanjega kapitala. Ob zagonu ponavadi izgubljajo denar za razvoj produkta in poslovnega modela, vendar lahko ob uspešni potrditvi na trgu hitro in pospešeno zrastejo (Močnik & Rus, 2015). Uspešnost je odvisna predvsem od financiranja in količine sredstev, ki jih imajo na voljo v začetni fazi. Njihova glavna značilnost je omejenost finančnih virov (Data d. o. o., 2015). Takšna podjetja sredstev ne iščejo pri državnih jasliah, kot smo vajeni pri ostalih podjetjih v Sloveniji, ampak ga poskušajo pridobiti s strani investitorjev iz celotnega sveta (Kordiš, 2011). Zagonska podjetja niso zanimiva za banke, vseeno pa potrebujejo kapital ali javne vire. Dostop do finančnih virov je odvisen predvsem od velikosti in faze razvoja podjetja. Kapital, ki je vložen v podjetje, se lahko opredeli v treh fazah: semenski, zagonski in razširitveni kapital. Za vsako stopnjo omenjenega razvoja so na voljo druge skupine investitorjev, ki se na potrebe podjetja primerno odzivajo. Podjetje, ki je v zgodnji fazi oblikovanja produkta ali storitve potrebuje semenski kapital, ki ga nudijo finančni viri za tovrstno razvojno stopnjo, medtem ko podjetje, ki je že v fazi širitve na tuje trge potrebuje precej več kapitala. Zaradi razvojnih stopenj sta vrednost podjetja kot tudi

investicija zastavljeni drugače, temu primerno delimo vire financiranja (Košir & Črnko, 2019). Investiranje in financiranje sta glavni podjetniški dejavnosti, ki se med seboj pogojujeta, saj investicijski projekt brez financiranja ni izvedljiv, brez investicij pa je financiranje negospodarno, ker kapital ostaja neizkoriščen. Pojem investiranje pomeni kapitalske naložbe v podjetje, financiranje pa zagotavljanje kapitala za podjetniške dejavnosti. Investicija nam pove, kam se kapital steka, financiranje pa, od kod prihaja (Glogovšek, 2008, str 15). Investicije lahko razdelimo po različnih kriterijih in namenih. Najbolj smiselno jih je razvrstiti med vrsto investicijskega objekta (v stvari, nematerialne investicije in finančne investicije) in po namenu investicije (investicija v ustanovitev, v razširitev, v nadomestitev in v racionalizacijo) (Glogovšek, 2008, str. 12, 13). Nofsinger in Wang (2011) ugotavljata, da tipično zagonsko podjetje potrebuje zunanje vire financiranja, vendar se potrebe po različnih virih spreminjajo glede na fazo razvoja. Podjetja se raje financirajo iz notranjih kot iz zunanjih virov. Če podjetje potrebuje zunanji kapital, se bo raje odločilo za posojilo, pri čemer je ključnega pomena, da ohrani svojo sposobnost sprostanja do neke mere neizkoriščeno, v primeru, da pride do nenadne potrebe po dodatnih sredstvih. Ko podjetje izčrpa svojo zmožnost zadolževanja, se odloči za izdajo bolj tveganih instrumentov in šele nazadnje za izdajo delnic (Antunović, 1999). Glede na raziskavo se zagonska podjetja financirajo na naslednje načine: s pomočjo prijateljev ali sosedov, s pomočjo lastnih prihrankov in prihodkov, s pomočjo bank in drugih finančnih instrumentov, s pomočjo zaposlenih v zagonskih podjetjih, s pomočjo družine, s pomočjo državnih organov in s pomočjo službenih kolegov. Eden izmed pomembnih virov financiranja so subvencije s strani države, ki lahko delujejo kot spodbujevalec določenih tehnologij in iniciativ (Nofsinger & Wang, 2011).

“Možnosti preskrbe podjetja s kapitalom (financiranja) so raznovrstne. Na osnovi zakonsko urejenih in tradicionalnih oblik financiranja, razvija praksa nenehno nove instrumente oziroma finančne inovacije. Internacionalizacija podjetij in globalizacija kapitalskih trgov s pomočjo novih telekomunikacijskih tehnologij sta povzročili, da denar in deleži pri podjetjih krožijo po svetu. S tem tudi finančna vprašanja postajajo vse bolj kompleksnejša” (Glogovšek, 2008, str. 3).

Pri odnosu med podjetjem in državo, državo dojemamo kot nadrejeno institucijo. Zakonska določila obvezujejo podjetje plačevanja davkov v obliki denarja. Podjetje lahko dobiva subvencijo v obliki denarja ali denarnih ugodnosti, če izpolnjuje pogoje, ki jih določa država (npr. investicijski dodatki, investicijske stimulacije, zagotavljanje specifične prometne infrastrukture za potrebe podjetja). Velik vpliv ima odnos med podjetjem in okoljem, kar lahko opredelimo kot zunanji učinek, ki nastane z aktivnostjo gospodarskih dejavnikov. Negativni zunanji učinki, kot je onesnaževanje zraka in vode z emisijami škodljivih snovi, privedejo do dodatnih izplačil v obliki kazni ali davka (Glogovšek, 2008, str. 9, 10). Država je pomemben finančni vir za veliko zagonskih podjetij, saj nudi finančno pomoč preko javnih razpisov, subvencij in nepovratnih sredstev. Najboljše za podjetnika je vsekakor sofinanciranje projektov z nepovratnimi sredstvi države in Evropske unije. Posebno

pozornost pri nepovratnih sredstvih je treba nameniti razpisnim pogojem za pridobitev takšnih sredstev, ki so pogosto zahtevnejši kot pri pridobitvi povratnih sredstev. Zaradi strogih pravil Evropske unije, se praviloma z nepovratnimi sredstvi subvencionira od 50 % do 85 % celotne vrednosti projekta. Manjkajoča sredstva za izvedbo celotnega projekta, kar je pogoj za prijavo na razpisu, morajo zagotoviti sami. Dokazila o lastnih sredstvih oz. zaprti finančni konstrukciji projekta je ponavadi treba priložiti že ob prijavi na razpis. Informacije o razpisih za nepovratna sredstva najdemo pri: Slovenskem podjetniškem skladu, Javni agenciji Spirit Slovenija, Slovenskem okoljskem javnem skladu (EKO sklad), Zavodu RS za zaposlovanje, Ministrstvu za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, Ministrstvu za kmetijstvo in okolje, Agenciji Republike Slovenije za kmetijske trge in razvoj podeželja.

Država preko Slovenskega podjetniškega sklada (SPS) pomaga zagonskim podjetjem. Sklad v prvi fazi ponuja zagonske spodbude za zagon inovativnega podjetja, v drugi fazi semenski kapital za nadaljnji razvoj inovativnega podjetja in v tretji fazi tvegani kapital za globalno rast. V zagonska podjetja vlagajo predvsem velika podjetja, kot so Google, Apple, Microsoft, Mastercard, Twitter in Facebook. Poleg tega imajo nekatera svoje pospeševalnike, na primer BMW, Bayer in Telefonica. Večja podjetja že od nekdaj kupujejo manjša podjetja, iz različnih razlogov. Razlog za to je predvsem, da dobijo nišni trg, do katerega sami ne morejo priti in določeno tehnologijo oziroma znanja, ki ga sami nimajo (Pavlin, 2015).

3.2 Zasebni viri financiranja

3.2.1 Tvegani kapital

Pri tveganem kapitalu gre za podporo v obliki kapitalskih vložkov in lastniškega financiranja (mezzanine credit) v zagonska podjetja s hitro rastjo, skupaj s privatnimi investitorji preko družb tveganega kapitala, ki omogočajo začetek prodora na globalne trge in hitro globalno rast. Ta podpora omogoča vstop v lastniško strukturo in upravljanje podjetja skupaj z zasebnimi investitorji s kapitalskimi vložki. Namen vzpostavitve tovrstnega financiranja je razvoj obstoječega trga tveganega kapitala v Sloveniji in s tem povečanje števila zasebnih družb tveganega kapitala, pospeševanje lastniških naložb v podjetja v obliki naložb tveganega kapitala in mezzanine kapitala ter podpora podjetij s potencialom hitre rasti (Slovenski podjetniški sklad, brez datuma).

Skladi tveganega kapitala so povsem formalni vir financiranja. Tako kot velja za večino ostalih skladov, ima taka organizacija svoje investitorje, ki so v tem primeru finančne in pokojninske institucije, banke, zavarovalnice, bogati posamezniki in drugi. Vsak sklad ima določeno velikost, pri nas običajno med 30 mio € in 40 mio €, v tujini pa so velikosti skladov bistveno večje. Višina sklada se porazdeli na določeno število investicij. Vsak sklad ima profesionalni management, ki išče naložbe, investira in dodaja vrednost. Management sklada tveganega kapitala sestavljajo posamezniki, ki imajo veliko izkušenj iz podjetništva v okviru

svojih podjetij ali drugače, običajno pa postanejo partnerji sklada z lastno participacijo. Najboljši skladi so tisti, ki jih upravljajo serijski podjetniki, saj imajo največ izkušenj iz področja gradnje visokotehnoloških podjetij. Skladi tveganega kapitala se osredotočajo na podjetja, ki so že v kasnejših fazah rasti in v njih vlagajo večje zneske (nekje med 0,5 mio € in 3 mio €). V tej fazi podjetja že ustvarjajo določene prihodke, imajo določene temelje in zgodovino. Največja dodana vrednost skladov je gotovo na strani finančne funkcije v podjetju, poleg tega podjetje ustrezno pripravijo na izhod. Podjetjem pomagajo s kontakti, znanjem, izkušnjami ter povezovanjem. Preden se podjetnik odloči za investitorja, je zelo pomembno, da pridobi vse ustrezne informacije, razišče ozadje investitorjev, potem pa se iskanja investicije loti sistematično in profesionalno. Osnova za pridobitev investitorja tveganega kapitala je investicijska dokumentacija (Kos, brez datuma).

V Sloveniji se financiranje v okviru tveganega kapitala izvaja preko Srednjeevropskega sklada za tvegan kapital (Central Europe Fund of Funds), ki ga upravlja Evropski investicijski sklad. Zasnovan je bil v tesnem sodelovanju z vladami in nacionalnimi agencijami Slovenije, Avstrije, Češke, Slovaške in Madžarske, s ciljem povečanja lastniških naložb v mala in srednja podjetja v srednjeevropski regiji. Sklad znaša okrog 97 milijonov EUR, ki so na voljo od leta 2017 do 2021 za naložbe skladov zasebnega in tveganega kapitala. Osredotočeni so na naložbe v podjetja, ki so v poznejših fazah razvoja in v fazi rasti. Vlada Republike Slovenije in Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo sta projekt podprla, v projektu aktivno sodeluje Slovenski podjetniški sklad, ki je v srednjeevropski sklad skladov vložil 8 mio EUR (Slovenski podjetniški sklad, brez datuma).

3.2.2 Poslovni angeli

Poslovni angeli so bolj neformalni vir financiranja, običajno vlagajo svoja lastna sredstva v projekte iz panog, kjer delujejo sami, saj takšne ideje razumejo in lahko vanje največ dajo. Financiranje začetne razvojne faze večinoma prevzamejo poslovni angeli. Vlagajo v podjetja, ki se nahajajo v semenskih fazah, to pomeni, da imajo izdelan prototip in ustvarjajo prve prihodke ali so tik pred prvimi prihodki (Kos, brez datuma). Financirajo inovativne produkte ali storitve, ki izkazujejo potencial hitre rasti na več trgih. Za njih so zanimiva zagnana podjetja, ki so potrdila svojo idejo s produktom ali storitvijo. Ukvarjajo se torej predvsem z razvojem in iskanjem tržne primernosti produkta ali storitve. Idejo sprotno testirajo na trgu in s tem zmanjšajo porabo razvojnih sredstev, saj lahko hitreje ugotovijo, ali je produkt na trgu sploh sprejet. Pri financiranju poslovnih angelov lahko govorimo o prvi fazi razvoja podjetja s pomočjo orodij modeliranja začetnih idej. Poleg finančnega kapitala in oblikovanja začetnih idej produkta ali storitve poslovni angeli prevzemajo še vlogo mentorstva. S tem želijo usposobiti podjetnike, da bodo znali finance dobro uporabiti (Košir & Črnko, 2019).

Obstajata dve tipični poti, kako priti do poslovnega angela. Pretežni del investicij se zgodi na podlagi osebnih poznanstev in sorodstva. Investitor v podjetje torej postane nekdo, ki ga

podjetnik že pozna in je med njima že vzpostavljeno zaupanje. Druga možnost je preko združenj poslovnih angelov, ki jih v Evropi deluje več kot dvesto, takšne mreže imamo tudi v Sloveniji, ena izmed njih je, Poslovni angeli Slovenije. Naloga združenj je, da identificirajo, selekcionirajo in pripravijo projekte za predstavitev pred poslovnimi angeli (Kos, brez datuma). Klub Poslovni angeli Slovenije je prvi formalni klub poslovnih angelov v Sloveniji. Združuje ugledne slovenske poslovneže, ki so pripravljeni investirati v ambiciozne podjetnike. Klub sodeluje z drugimi združenji poslovnih angelov in investorjev, doma, v Evropi in po svetu. Takšne oblike ponavadi tvorijo neformalni trg tveganega kapitala. Poslovni angeli vlagajo nekje do 500.000 € (v večini pa nekje med 50.000 € in 150.000 €), druge glavne dodane vrednosti so predvsem pomoč pri razvoju strategije, odpiranje vrat in povezovanje s strateškimi in drugimi partnerji (Kos, brez datuma). Investicije za zagonska podjetja s strani Poslovnih angelov Slovenije se gibljejo med 50.000 € in 400.000 tisoč €. Kot investicije pa so različni tudi lastninski deleži v zagonskih podjetjih, ki po vložku pripadajo poslovnim angelom. Lastniški delež je predvsem odvisen od vrednosti podjetja, marže produkta in možnosti prodaje produkta na različnih trgih. Podjetniki morajo v začetni fazi razvoja računati, da se bodo v zameno za investicijo odrekli 15 do 20 % lastniškega deleža (Košir & Črnko, 2019).

3.2.3 Prihranki podjetnika, družine, prijateljev

Potrebe po financiranju so lahko ena izmed najbolj zahtevnih vidikov ustanavljanja zagonskega podjetja. Majhna in na novo ustanovljena podjetja ne delujejo pod enakimi pogoji kot velika podjetja in imajo velikokrat težave pri dostopanju do kreditov in vlagateljev. Zaradi teh omejitev so se podjetja prisiljena odločiti za drugačne prakse, ki vključujejo pogajanja, izmenjavo ali izposojajo, da bi lahko imeli večji nadzor nad svojim podjetjem (Schinck & Sarkar, 2012). Zagonski podjetniki na začetku večinoma zelo težko dobijo investitorja, ki bi finančno podprl njihov projekt, zato v projekt vložijo svoje osebne prihranke in poskušajo čim bolj znižati stroške. Takšen način financiranja imenujemo "bootstrapping". Njegova prednost je, da ima na ta način podjetnik več svobode in nadzora nad svojim podjetjem, saj obdrži poln delež lastništva. Predstavlja pa tudi veliko tveganje, saj je edini vir dohodka podjetnik sam oz. pomoč družine in prijateljev (Fortuna, 2013). Motivi, zaradi katerih se podjetniki odločijo za ta način financiranja so: nižji stroški, pomanjkanje kapitala in zmanjšanje tveganja. Drugi motivi, ki jih je potrebno omeniti so: možnost upravljanja podjetja brez zunanjih financ, prihranek časa, večje zadovoljstvo pri delu, svoboda delovanja, želja po učenju, zaupanje v sorodnike in prijatelje ter pridobitev legitimnosti (Winborg, 2009 v Schinck & Sarkar, 2012). Po principu "bootstrappinga" je nastalo veliko zelo uspešnih in znanih podjetij, med njimi so vsem znani giganti Apple, Coca Cola, Dell, Hewlett-Packard in Microsoft.

3.3 **Financiranje z lastniškim kapitalom**

“Lastniški kapital je denarni vložek, ki ga v podjetje vložijo lastniki podjetja. Pri tem je potrebno ločiti organizacijsko obliko podjetja. Pri kapitalskih družbah (d. o. o., d. d.) gre pri lastniškem kapitalu za dejanski finančni vložek lastnika oz. lastnikov v podjetje, medtem ko pri osebnih družbah (še posebej s.p.) takšnega formalnega vložka ni, ampak pri tem govorimo o svojem denarju ali vložku, ki ga (so)lastnik podjetja angažira pri poslovanju podjetja (torej denar, nepremičnine, premičnine in ostala osnovna sredstva itd.). Lastniški kapital ne pomeni samo vplačilo osnovnega kapitala ob ustanovitvi podjetja, ampak še druge kategorije, pri čemer sta najpomembnejši npr. sredstva iz morebitne dokapitalizacije podjetja in v podjetju zadržani pretekli dobički” (Dolenc & Stubelj, 2011).

Druga definicija lastniškega kapitala je, da kapital, ki ga upnik zagotovi podjetju pod točno določenimi pogoji, velja kot lastni kapital (Glogovšek, 2008, str. 37). Ime “lastniško financiranje”, izhaja iz dejstva, da investitor postane solastnik podjetja. Največji izziv podjetij v začetnih fazah rasti je izjemno tveganje, saj več kot 80 % podjetij v prvih petih letih propade. Ponudniki lastniških virov so eni izmed redkih investorjev, ki so to veliko tveganje pripravljeni sprejeti in ne pričakujejo nobenih zavarovanj s strani podjetnika, vendar je zato pridobivanje teh virov povsem edinstveno in ima svoja določena pravila. Temeljne predpostavke koncepta lastniškega financiranja so, da je zaradi večjega tveganja in nizke likvidnosti pričakovan bistveno večji donos. Največji donos v podjetništvu pa se ne ustvarja na obrestnih merah, temveč na lastništvu. Lastništvo nad določeno entiteto, ki vključuje intelektualno lastnino, produkte, stranke, ljudi, procese, blagovno znamko ipd., ima neprimerno večjo vrednost, kot obrestna mera (Kos, brez datuma).

Lastniški kapital kot način financiranja podjetja ima nekaj prednosti in pomanjkljivosti. Med prednosti štejemo, da ga ni potrebno formalno odplačati, podjetje nima nobene zaveze, da brezpogojno izplačuje donose, poleg tega večji lastniški kapital (ali lastni vložek) pomeni večjo varnost za upnike podjetja in s tem večjo boniteto. Kot slabosti tovrstnega financiranja izpostajamo predvsem višjo zahtevano (vsaj implicitno) donosnost tega kapitala in v primeru kapitalskih družb tudi potencialno izgubo nadzora nad podjetjem, če v podjetje s kapitalskim vložkom vstopi nov lastnik. Pri delniških družbah je pri novih izdajah delnic še nekaj dodatnih slabosti tovrstnega financiranja (Dolenc & Stubelj, 2011). Zgodovina investiranja tveganega kapitala je kaj hitro pokazala, da zgolj investiranje na podlagi koncepta solastništva ni dovolj za uspeh podjetja. Ugotovili so, da je ključno, da zmanjšajo tveganje neuspeha podjetja po prejemu investicije. To skušajo uresničiti z aktivno pomočjo investitorja podjetniku pri rasti in razvoju podjetja. Zato lahko lastniškim virom financiranja rečemo tudi “pametni denar”, saj aktivno pomaga podjetniku s svojim znanjem, izkušnjami in socialnim kapitalom (Kos, brez datuma).

3.4 Financiranje z dolžniškim kapitalom

Dolžniško financiranje delimo na kratkoročno in dolgoročno, pri čemer je meja običajno leto dni. Kratkoročno dolžniško financiranje je namenjeno predvsem financiranju kratkoročnih naložb in je lahko v obliki kratkoročnih bančnih posojil, posojil od drugih pravnih oseb in komercialnih zapisov (Dolenc & Stubelj, 2011). V praksi podjetja uporabljajo kratkoročna bančna posojila, ki so lahko v obliki: klasičnega posojila (s fiksnim rokom vračila); kreditne linije (podjetje lahko v okviru dogovorjenega zneska črpa in vrača posojilo v določenem časovnem obdobju) in obnavljajočega posojila (posojilo, ki se ob izteku lahko brez posebnih postopkov avtomatično podaljša, v kolikor podjetje to želi, pogoj je seveda normalno poslovanje podjetja). Dolgoročno dolžniško financiranje ali dolžniški kapital so dolgoročna bančna posojila, izdaja obveznic in zakup. V Sloveniji je izdaja obveznic zelo redka, značilna je za finančne institucije in večja podjetja z dobro boniteto. Dolgoročna (bančna) posojila so običajno posojila s fiksnim rokom vračila (lahko tudi po delih), pri čemer je obrestna mera lahko fiksna (npr. 5 % na leto) ali variabilna, ta je vezana na referenčno obrestno mero s pribitkom. Zakup, ki je vedno vezan na, npr. osnovno sredstvo, ima finančno gledano sicer enak učinek kot zadolžitev, čeprav podjetje ne postane lastnik (za)kupljenega osnovnega sredstva. Pogoji zadolževanja so odvisni od vrste in namena zadolžitve, bonitete podjetja, poslovnega sodelovanja z banko in splošnih razmer na finančnem trgu. Pri dolžniškem financiranju je poleg ostalih pogojev zadolževanja pomembna cena/strošek zadolževanja, pri čemer je potrebno biti pozoren na t. i. efektivni strošek zadolževanja oz. efektivno obrestno mero. Pri posojilih je namreč potrebno upoštevati, da je strošek posojila sestavljen iz več komponent (obrestne mere, stroška odobritve, morda tudi stroška vodenja kredita itd.), poleg tega banke lahko uporabljajo različne načine izračuna obrestne mere. Ostali stroški posojila so poleg obrestne mere še posebej pomembni pri bolj kratkoročnih kreditih, saj običajno predstavljajo relativno velik strošek. Zato obrestna mera ni edini dejavnik, ko se odločamo o najemu posojila ali pri primerjavi dveh bančnih ponudb, ampak naj bi odločitev temeljila na t. i. efektivni obrestni meri, ki posojilojemalcu pove, kakšen je dejanski strošek zadolžitve (Dolenc & Stubelj, 2011).

3.5 Množično financiranje

Množično financiranje oz. "crowdfunding" je čedalje bolj priljubljen način financiranja podjetniških projektov. Definiran je kot skupen nastop posameznikov, v podporo določenemu projektu, ki se najbolj učinkovito organizirajo preko različnih spletnih platform. Gre za najrazličnejše projekte na različnih področjih: dobrodelne, umetniške, glasbene, razvoj tehnoloških izdelkov (Borštnik, 2017). Izraz crowdfunding izhaja iz bolj znanega izraza *crowdsourcing*, ki opisuje postopek oddaje nalog velikemu, pogosto anonimnemu številu posameznikov ter črpa njihovo premoženje, vire, in strokovno znanje. Cilj množičnega financiranja je pridobitev denarja (Hemer, 2011). Množično financiranje ima v grobem tri oblike podpore za zbiratelje sredstev: lastniško financiranje, dolžniško financiranje ali nagradno oz. donacijsko financiranje. Najbolj popularna oblika je nagradno

(donacijsko) financiranju, pri katerem gre za doniranje sredstev, zaradi simpatije do projekta ali v zameno za prejetje izdelka po promocijski ceni ali z ekskluzivnimi dodatki (Borštnik, 2017). Večina projektov, ki so se financirala na takšen način niso imela velikih podjetniških ambicij. Kapitalski trgi, tradicionalne finančne institucije in poslovni angeli ne prepoznavajo množičnega financiranja kot potencialni vir financiranja zagonskega podjetja v semenski fazi. Po njihovem mnenju je množično financiranje mogoče obravnavati kot novo obliko "bootstrappinga" oz. obliko mikrofinanciranja, kjer posamezniki, za podporo, podjetjem in osebam dodelijo majhne zneske denarja. Takšen način financiranja se ni pojavil na novo, vendar je novost, da se pojavlja predvsem na družabnih omrežjih in spletnih portalih, kjer doseže veliko ljudi v razmeroma kratkem času (Hemer, 2011).

V Sloveniji smo bili za to obliko financiranja zelo hitro dojemljivi, saj smo v zadnjih nekaj letih s pomočjo iniciative Slovenia Crowdfunding zbrali skupno že okoli 10 milijonov evrov sredstev. Pogoji za prijavo v projekt se razlikujejo glede na platformo, za katero se podjetje odloči. Med daleč najbolj popularnima sta Kickstarter in Indiegogo. Poleg investicijskega vidika, je množično financiranje pomembno še, ker se preko njega na edinstven način testira trg in ugotovi, koliko ljudi je zainteresiranih za produkt (Borštnik, 2017).

3.6 Financiranje s sredstvi iz skladov

Slovenija je leta 2004 z vstopom v Evropsko unijo postala upravičena do sredstev strukturnih skladov in kohezijskega sklada. Delovanje skladov je usmerjeno v zmanjševanje razvojnih razlik med regijami v smislu dohodkov in priložnosti in zagotavljanju zaposlovanja in konkurenčnosti v regijah ter okrepitvi čezmejnega sodelovanja. Poznamo Kohezijski sklad in Strukturni sklad, ki se deli na Evropski sklad za regionalni razvoj in Evropski socialni sklad. Kohezijski sklad je strukturni instrument, ki od leta 1994 državam članicam pomaga zmanjševati ekonomska in socialna neskladja in stabilizirati gospodarstvo. Kohezijski sklad financira do 85 % upravičenih izdatkov večjih projektov s področja okoljske in prometne infrastrukture. Do sredstev tega sklada so upravičene najmanj razvite države članice Evropske unije, katerih bruto domači proizvod na prebivalca znaša manj kot 90 % povprečja Evropske unije. Do sredstev iz Kohezijskega sklada so upravičeni predvsem okoljski projekti, ki pomagajo dosegati cilje v sklopu prednostnih nalog okoljevarstvene politike in okoljskega akcijskega programa. V okviru sklada se lahko financirajo projekti s področja ravnanja s komunalnimi odpadki, odvajanja in čiščenja odpadnih voda, oskrbe s pitno vodo, zagotavljanja poplavne varnosti ter s področja učinkovite rabe energije in obnovljive energije. Med omenjeno financiranje spadajo tudi projekti prometne infrastrukture za gradnjo ali razvoj prometne infrastrukture, kot jo opredeljujejo smernice za razvoj vseevropskega prometnega omrežja.

Najstarejši med strukturnimi skladi je Evropski socialni sklad, ki je bil ustanovljen z Rimsko pogodbo leta 1957. Ustanovljen je bil z namenom zmanjševanja razlik med bogatimi in življenjskim standardom v državah članicah Evropske unije in regij ter spodbujanja

gospodarske in socialne kohezije. Poslanstvo tega sklada je investirati v človeški kapital, ustvarjanje delovnih mest, spodbujanje zaposlenosti in zaposljivosti ter krepitev inovativnosti. Evropski socialni sklad predstavlja glavni element strategije EU za rast in delovna mesta, ki so usmerjena k izboljševanju kakovosti življenja državljanov EU, tako da jim nudi boljše znanje skozi izobraževanja in usposabljanja ter posledično boljše možnosti za zaposlitev. Evropski sklad za regionalni razvoj (ESRR) predstavlja finančni instrument evropske kohezijske politike in sodi v okvir strukturnih skladov. Črpanje sredstev strukturnih skladov se izvaja po principu deljene odgovornosti med Evropsko komisijo in organi držav članic. Ta sklad je namenjen predvsem kreptvi ekonomske in socialne kohezije ter pomoči pri odpravljanju največjih razvojnih neravnovesij, s čimer prispeva k zmanjševanju vrzeli med stopnjami razvitosti različnih regij. Gre za regije z najbolj omejenimi možnostmi, vključno s podeželskimi in mestnimi območji, nazadujoče industrijske regije, območja z geografskimi in naravnimi ovirami, kot so otoki, gorska območja, redko poseljena območja in mejne regije (Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politico, brez datuma).

3.6.1 Delovanje skladov

V Sloveniji imamo zakon za delovanje javnih skladov za spodbujanje podjetništva. Namensko premoženje javnega sklada za spodbujanje podjetništva se uporablja v skladu z določili zakona, ki ureja delovanje javnih skladov. Sredstva proračuna pridobiva javni sklad za spodbujanje podjetništva za razvoj storitev in izvajanje instrumentov iz prejšnjega člena zakona na podlagi pogodb, ki jih sklene s posameznimi ministrstvi in drugimi institucijami, in ki določajo način izvajanja ukrepov. Sredstva se uporabljajo za dodeljevanje neposrednih subvencij države za podjetniške projekte, razvojne naložbe podjetij in za oblikovanje rezervacij za kritje rizikov iz naslova izdanih garancij, kreditov, finančnih zakupov in kapitalskih naložb. Javni razpis za dodelitev sredstev mora biti objavljen v Uradnem listu Republike Slovenije in na državnem portalu Republike Slovenije. ZPOP-1 navaja, da mora objava javnega razpisa vsebovati:

1. naziv in sedež izvajalca razpisa;
2. pravno podlago za izvedbo javnega razpisa;
3. predmet javnega razpisa;
4. navedbo osnovnih pogojev in meril za kandidiranje na javnem razpisu, s pomočjo katerih se med tistimi, ki izpolnjujejo pogoje, izberejo prejemniki;
5. okvirno višino sredstev, ki so na razpolago za predmet javnega razpisa;
6. določitev obdobja, v katerem morajo biti porabljena dodeljena sredstva, oziroma rokov, če je predvideno zaporedno dodeljevanje sredstev;
7. rok, do katerega morajo biti predložene vloge za dodelitev sredstev;
8. datum odpiranja vlog za dodelitev sredstev oziroma datumi odpiranja vlog, če je v javnem razpisu predvideno njihovo zaporedno odpiranje;
9. rok, v katerem bodo vlagatelji obveščeni o izidu javnega razpisa;

10. kraj, čas ter osebo, pri kateri lahko vlagatelji dvignejo razpisno dokumentacijo oziroma elektronski naslov, na katerega lahko zanjo zaprosijo.

Preko javnih razpisov nudijo konvertibilno posojilo za zagon inovativnih podjetij, ki ga imenujemo semenski kapital. Namenjen je mladim podjetjem (mlajšim od 5 let) za vstop letih na trg. Produkt deluje na način, da holdinški sklad (SPS) sam in/ali skupaj z zasebnimi investitorji neposredno soinvestira v obliki konvertibilnega posojila ali neposrednega lastniškega vložka v mlado visokotehnološko podjetje. Financiranje v obliki semenskega kapitala se osredotoča na podporo zgolj tistih mladih podjetij, ki izkazujejo potencial rasti, razvoja novih produktov, vstopa na tuje trge ali povečanja števila zaposlenih v podjetju. Ta podjetja so v tej razvojni fazi še posebej ranljiva ter za uspešen začetek poslovanja nujno potrebujejo ustrezna finančna sredstva in strokovno pomoč pri izvajanju svojih poslovnih procesov. Namen instrumenta je spodbuditi privatni kapital (poslovni angeli, privatni investitorji ...) za tovrstne oblike vlaganja, spodbuditi mreženje deležnikov ter sinergijsko sodelovanje z zagonskim ekosistemom po vzoru dobrih tujih praks (Slovenski podjetniški sklad, brez datuma).

3.6.2 Slovenski podjetniški sklad

Slovenski podjetniški sklad je specializirana finančna institucija, ki mikro, malim in srednje velikim ter hitro rastočim podjetjem nudi učinkovite finančne in vsebinske spodbude. Vsako leto na razpisih podjetjem ponudi kapital za vse faze, od zagonske naprej, torej semenski kapital kot tudi tvegan kapital za rast in druge oblike pomoči, kot so garancije, posebne spodbude, vsebinsko podporo in ostalo pomoč v obliki nematerialnih spodbud, od pomoči pri mreženju do mentoriranja in administrativno-strokovne podpore (Košir & Črnko, 2019). S svojimi aktivnostmi zapolnjuje finančne vrzeli in skupaj s finančnimi partnerji izboljšuje dostop in pogoje, ki jih morajo podjetja izpolnjevati pri pridobivanju finančnih virov za razvoj, rast in prodor na zahtevna in specializirana tržišča. Zaradi uspešne multiplikacije javnih virov za finančno podporo podjetjem preko uspešnega in nadzorovanega upravljanja z javnimi viri, privablja ostale bančne in privatne vire v finančne linije. Hkrati s finančnimi spodbudami prav tako sokreira slovenski zagonski ekosistem, saj je povezovalac različnih podjetniških mrež in svetovalnih institucij. S tem zastopa cilje Evropske komisije glede podpore podjetništva, rasti raziskav, razvoja in zaposlovanja (Slovenski podjetniški sklad, brez datuma).

4 RAZISKAVA PRIDOBIVANJA FINANČNIH VIROV ZAGONSKIH PODJETIJ V SLOVENIJI

4.1 Metodologija raziskave

V empiričnem delu sem izvedla raziskavo, ki se nanaša na podporna okolja in pridobivanje finančnih sredstev zagonskih podjetnikov. Raziskavo sem izvedla s pomočjo elektronskega

anketnega vprašalnika v programu Ika, ki sem ga posredovala zagonskim podjetnikom po elektronskem mediju. Anketni vprašalnik sem oblikovala na podlagi domače in tuje literature. Vprašalnik zajema ključna področja, ki se nanašajo na zagonski ekosistem in vire financiranja zagonskih podjetij. Vzorec je obsegal približno 221 zagonskih podjetij, ki so vpisana v Startup.si register, od tega je anketo popolnoma rešilo 67 podjetij, kar predstavlja 30 % odziv. Izvedla sem tudi tri intervjuje, in sicer z Matejo Grobelnik iz Slovenskega podjetniškega sklada, Polono Juvančič iz pospeševalnika ABC Accelerator in Tino Čeh iz Inkubatorja Sežana. Njihove odgovore sem vključila v poglavje ugotovitve raziskave.

4.2 Cilji in struktura

Anketni vprašalnik sem oblikovala na podlagi proučevane literature. Vprašalnik zajema ključna področja, s katerimi sem se ukvarjala v magistrskem delu in je razdeljen na tri dele. V prvem delu so zajeta demografska vprašanja in vprašanja o dejavnostih in panogah zagonskih podjetij. V tem delu sem analizirala vprašanja in zbirala podatke s ciljem pridobitve osnovnih podatkov o podjetju in podjetniku. Drugi del zajema področje zagonskega ekosistema v Sloveniji, s ciljem pridobiti osnovne podatke o razvitosti zagonskega ekosistema in vključenosti podjetnikov v ekosistem. V tretjem delu so vprašanja povezana s pridobivanjem finančnih virov, s ciljem ugotoviti na kakšen način so se zagonska podjetja financirala in kje se največkrat pojavljajo težave.

V skladu z namenom in cilji magistrskega dela sem oblikovala štiri raziskovalne hipoteze, ki jih bom na podlagi zaključene raziskave v nadaljevanju skušala potrditi ali ovreči:

H1: Zagonska podjetja se že na začetku poslovne poti srečujejo z velikimi finančnimi težavami.

H1a: Zagonska podjetja, ki so vključena v zagonski ekosistem so bolj uspešna pri pridobivanju finančnih sredstev.

H2: Zagonska podjetja morajo za pridobivanje finančnih sredstev preko javnih skladov izpolnjevati visoko določene kriterije, kar velikemu številu podjetnikov ne uspe.

H3: Slovenska zagonska podjetja lažje pridobijo investicije v tujini kot v Sloveniji.

4.3 Analiza in obdelava podatkov raziskave

Podatke pridobljene z anketnim vprašalnikom sem podrobneje analizirala z uporabo kvantitativne metode proučevanja podatkov, in sicer deskriptivne statistike. Zbrane podatke raziskave sem prikazala s pomočjo grafičnih in tabelaričnih prikazov.

4.4 Ugotovitve raziskave

4.4.1 Opis vzorca

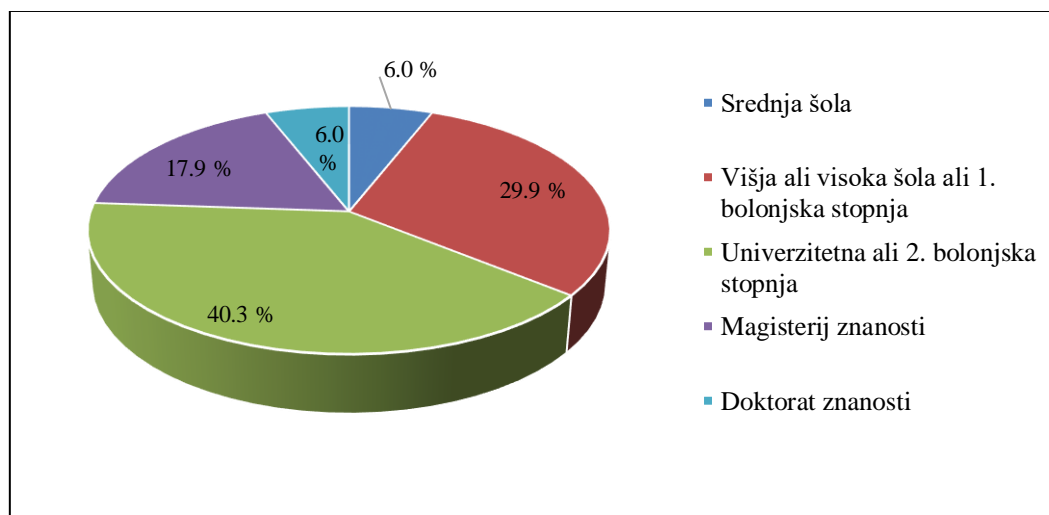
Prva vprašanja v anketnem vprašalniku so se nanašala na splošne informacije o podjetju in podjetniku, in sicer: starost, spol, dokončana izobrazba, starost podjetja in število zaposlenih v podjetju.

Prvo vprašanje se nanaša na strukturo anketirancev po spolu. Prejela sem 67 rešenih vprašalnikov. Ženske so izpolnile 22 (32,8 %) vprašalnikov, moški 45 (67,2 %) vprašalnikov.

Drugo vprašanje se nanaša na strukturo anketirancev po letih. Največ anketirancev je starih med 21 in 40 let, in sicer kar 50 anketiranih, kar znaša 74,6 %. 25,4 % jih je starih med 41 in 60 let. Nobeden od anketiranih ni mlajši od 20 let ali starejši od 61 let.

Slika 6 prikazuje strukturo anketirancev po izobrazbi. Največ anketiranih ima končano univerzitetno izobrazbo ali 2. bolonjsko stopnjo, in sicer kar 27 anketiranih, kar je 40,3 %. 20 anketirancev (29,9 %) je zaključilo višjo/visoko šolo ali 1. bolonjsko stopnjo, 12 anketirancev (17,9 %) magisterij znanosti, 4 anketiranci srednjo šolo (6 %) in 4 anketiranci doktorat znanosti (6 %).

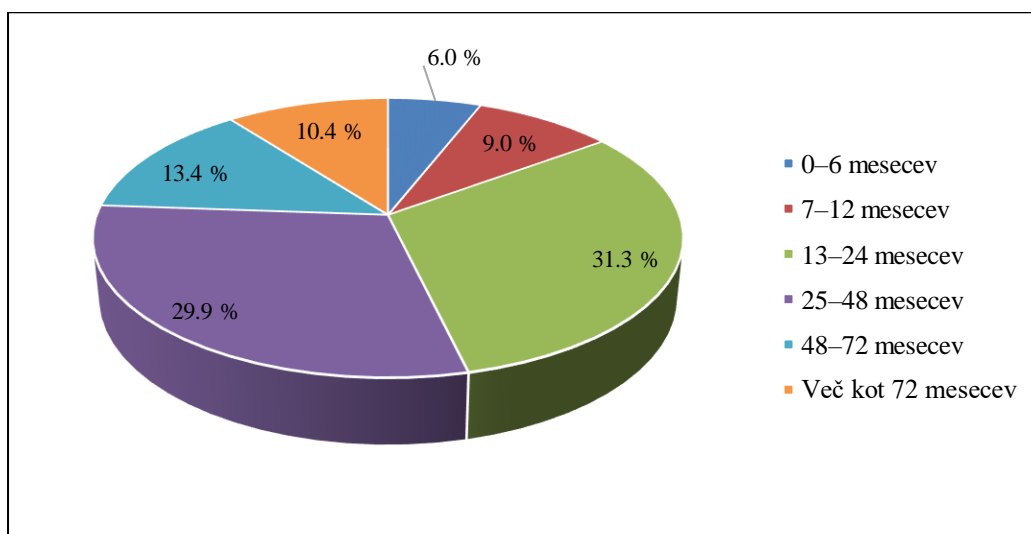
Slika 4: Izobrazba



Vir: lastno delo.

Slika 7 prikazuje strukturo starosti podjetij anketirancev. Največ anketiranih je iz podjetij, ki so stara 13–24 mesecev, in sicer 21 anketiranih (31,3 %). 20 anketiranih (29,9 %) je iz podjetij starih 25–48 mesecev, 9 anketiranih (13,4 %) iz podjetij starih 48–72 mesecev, 7 anketiranih (10,4) iz podjetij starih več kot 72 mesecev, 6 anketiranih (9 %) iz podjetij starih 7–12 mesecev in 5 anketiranih (6 %) iz podjetij, ki so mlajša od 6 mesecev.

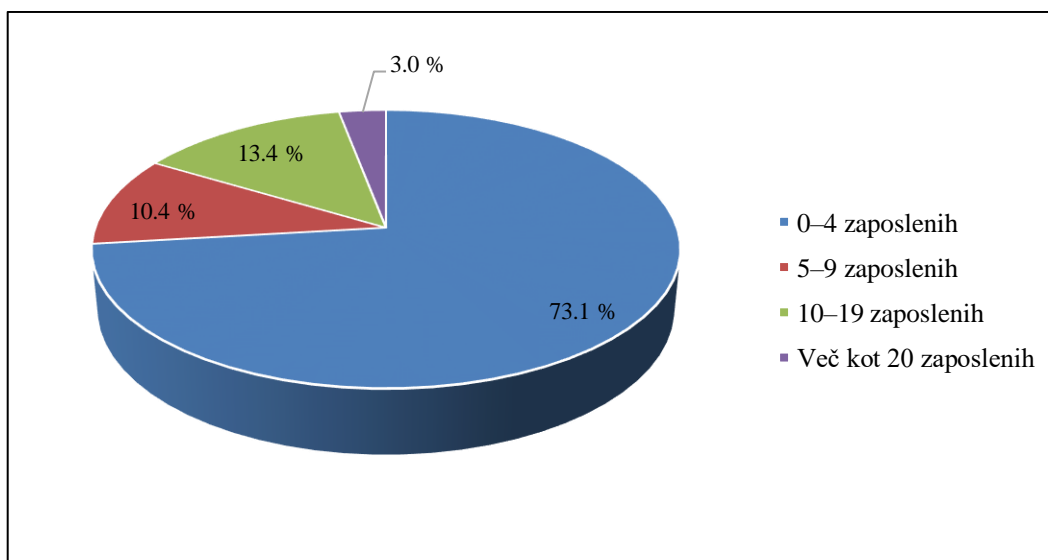
Slika 5: Starost podjetja



Vir: lastno delo.

Slika 8 prikazuje število zaposlenih v podjetju. Največ anketiranih (73,1 %) ima v podjetju zaposlenih 0–4 oseb, in sicer kar 49 anketiranih, 9 anketiranih (13,4 %) ima zaposlenih 5–9 oseb, 7 anketiranih (10,4 %) 10–19 oseb in 2 anketirana (3 %) več kot 20 oseb.

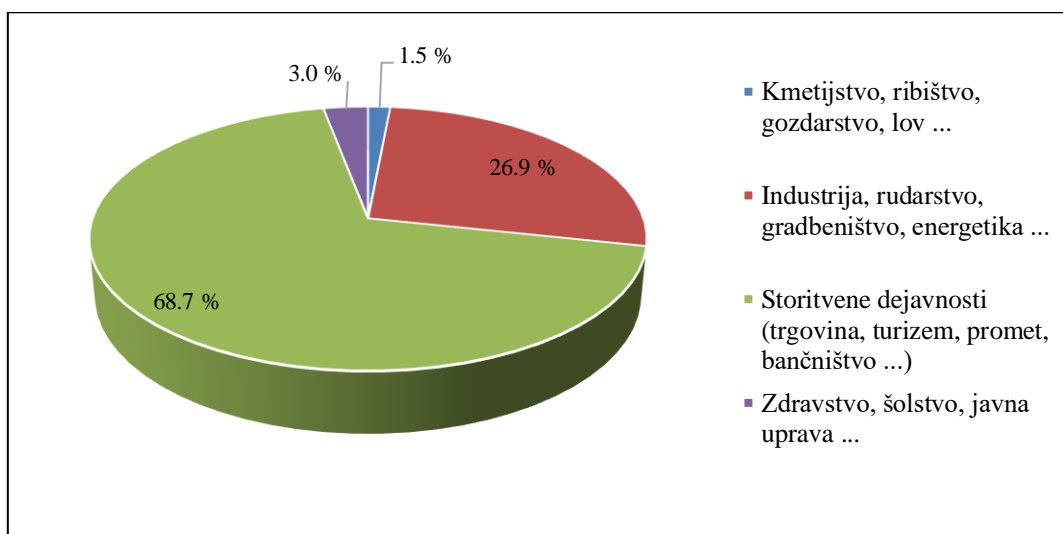
Slika 6: Število zaposlenih v podjetju



Vir: lastno delo.

Slika 9 prikazuje strukturo dejavnosti podjetij anketirancev. Največ anketiranih se ukvarja s storitveno dejavnostjo, in sicer kar 46 anketiranih (68,7 %), 18 anketiranih (26,9 %) ima dejavnost podjetja v industriji, rudarstvu, gradbeništvu ali energetiki, 2 anketirana (3 %) se ukvarjata z dejavnostjo na področju zdravstva, šolstva ali javne uprave in 1 anketirani (1,5 %) z dejavnostjo na področju kmetijstva, ribištva, gozdarstva ali lova.

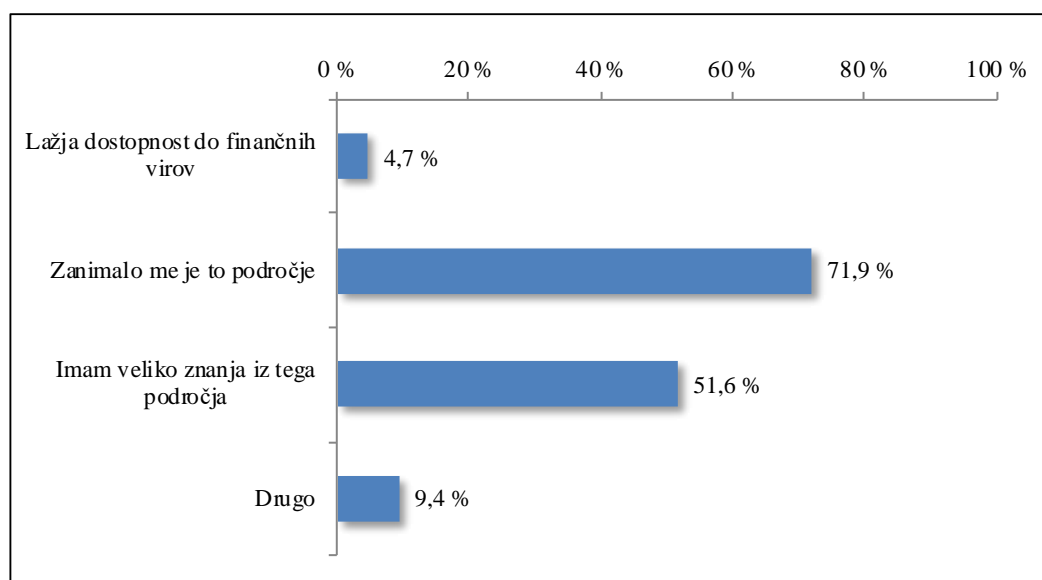
Slika 7: Dejavnost podjetja



Vir: lastno delo.

Slika 10 prikazuje strukturo panog podjetij. Največ anketiranih meni, da se je za to panogo odločilo zato, ker jih je to področje zanimalo, in sicer 46 anketiranih (71,9 %), najmanj anketiranih pa zaradi lažje dostopnosti do finančnih virov, in sicer 3 anketirani (4,7 %). 33 anketiranih (51,5 %) meni, da imajo veliko znanja iz tega področja.

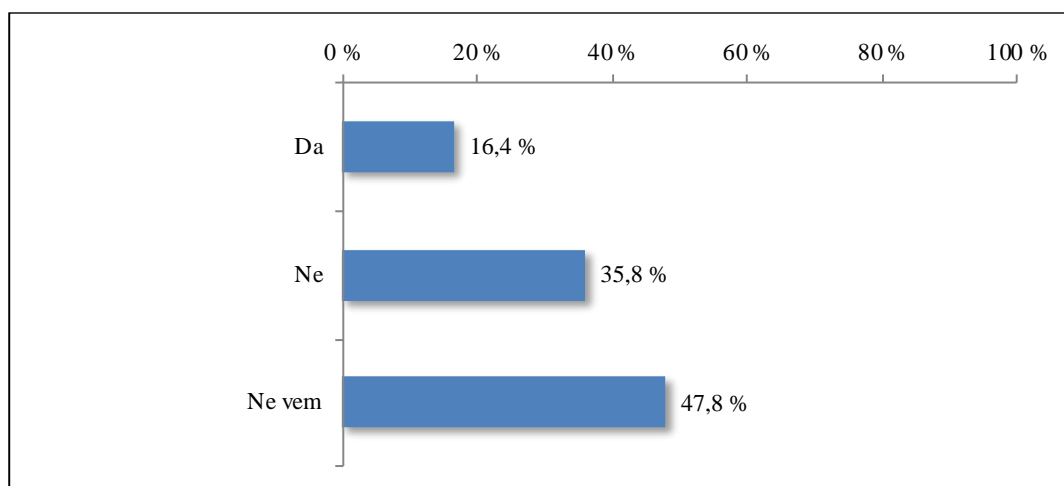
Slika 8: Panoga podjetja



Vir: lastno delo.

Slika 11 prikazuje strukturo dostopnosti finančnih virov v panogi. Pri sledečem vprašanju, je 32 anketiranih (47,8 %) odgovorilo, da ne ve ali so finančni viri lažje dostopni v panogi za katero so se odločili in 11 anketiranih (16,4 %), da so finančni viri lažje dostopni v panogi za katero so se odločili.

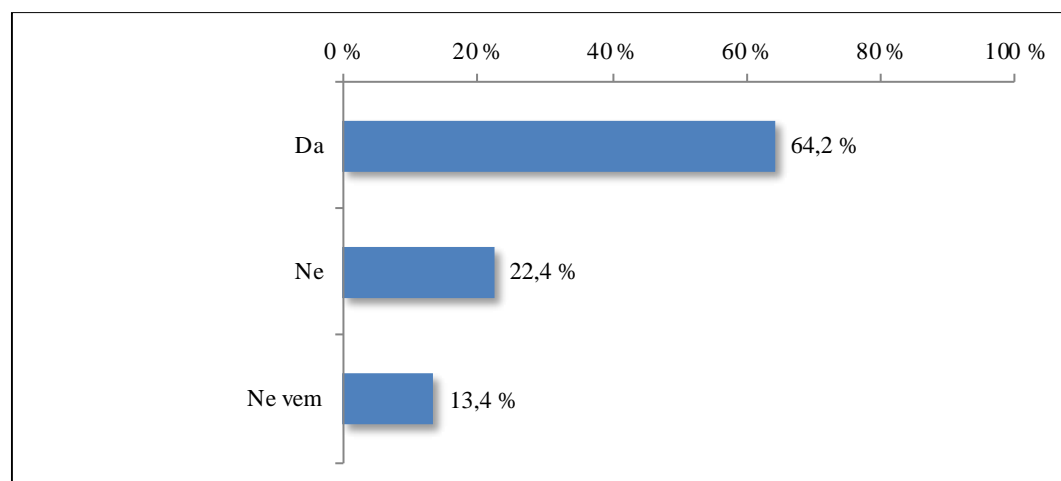
Slika 9: Dostopnost finančnih virov v panogi



Vir: lastno delo.

Slika 12 prikazuje uspešnost zagonskega podjetja v povezavi s panogo. Največ anketiranih meni, da je uspešnost zagonskega podjetja odvisna od panoge v kateri deluje, in sicer 43 anketiranih (62,6 %). 15 anketiranih (22,4 %) meni, da uspešnost zagonskega podjetja ni odvisna od panoge v kateri deluje in 9 anketiranih (13,4 %) je odgovorilo ne vem.

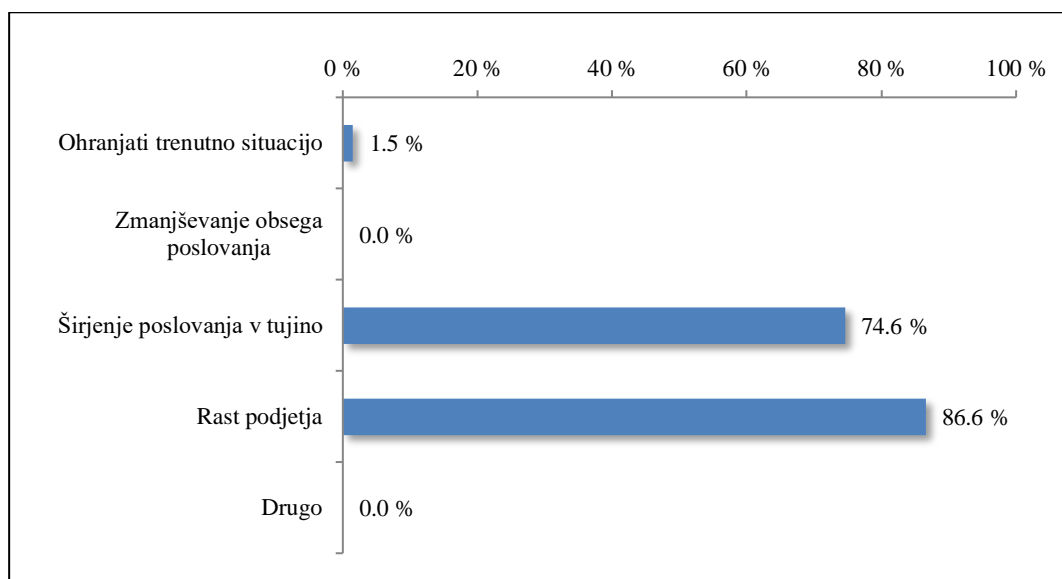
Slika 10: Uspešnost zagonskega podjetja v povezavi s panogo



Vir: lastno delo.

Slika 13 prikazuje strukturo ciljev podjetij pri poslovanju. Največ anketiranih ima cilje pri poslovanju rasti podjetja, in sicer 58 anketiranih (86,5 %), sledi cilj širjenja poslovanja v tujino, kar je izbralo 50 anketiranih (74,6 %) in ohranjanje trenutne situacije (1,5 %).

Slika 11: Cilji podjetja pri poslovanju



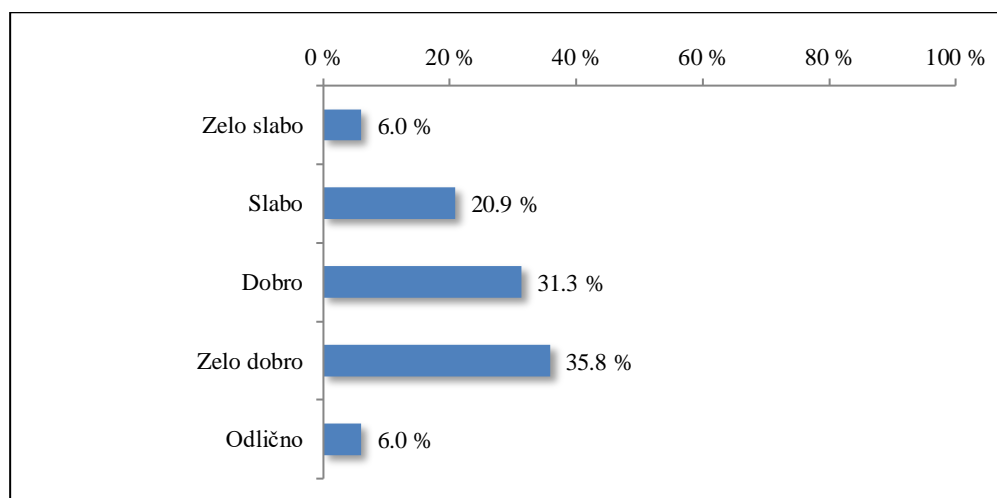
Vir: lastno delo.

Slika 14 prikazuje oceno razvitosti podpornega okolja v Sloveniji. Največ anketiranih bi razvitost podpornih okolij v Sloveniji ocenila kot zelo dobro, in sicer 24 anketiranih (35,8 %). 21 anketiranih (31,3%) je razvitost podpornih okolij v Sloveniji ocenilo kot dobro, 14 anketiranih (20,9 %) kot slabo, 4 anketirani (6%) kot odlično in prav tako 4 anketirani kot odlično (6%).

4.4.2 Analiza zagonskega ekosistema

V tem poglavju sledi analiza zagonskega ekosistema v Sloveniji.

Slika 12: Razvitost podpornih okolij v Sloveniji



Vir: lastno delo.

Tabela 2 prikazuje strukturo sodelovanja podjetij s podpornimi okolji. Največ anketiranih (43; 64,2 %) meni, da je njihovo podjetje sodelovalo z inkubatorji, z zagonskimi podjetji (36; 53,7 %), državo (33; 49,3 %), pospeševalniki (33, 49,3 %) in tehnološkimi parki (30; 44,8 %). Največ anketiranih (28; 41,8 %) meni, da njihovo podjetje ni sodelovalo z večjimi slovenskimi podjetji.

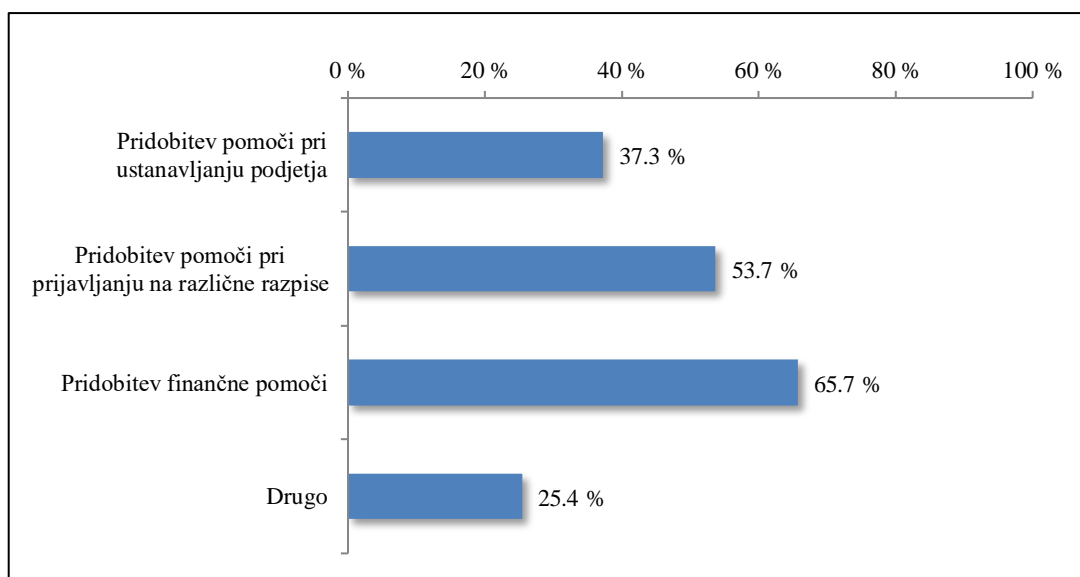
Tabela 2: Sodelovanje podjetij s podpornimi okolji

	Da (%)	Ne (%)	Nameravamo v prihodnje (%)
Inkubatorji	64,2	34,3	1,5
Pospeševalniki	49,3	38,8	11,9
Tehnološkimi parki	44,8	44,8	10,4
Zagonskimi podjetji	53,7	37,3	9,0
Večjimi slovenskimi podjetji	38,8	41,8	19,4
Državo	49,3	44,8	6,0

Vir: lastno delo.

Slika 15 prikazuje namene sodelovanja s podpornimi okolji. Največ anketiranih (44; 65,7 %) meni, da je podjetje z zgoraj omenjenimi institucijami sodelovalo zaradi pridobitve finančne pomoči, sledi pridobitev pomoči pri prijavljanju na različne razpise in pomoč pri ustanavljanju podjetja. Pod drugo, kar predstavlja 25,4 %, so anketiranci našli sledeče razloge: izmenjava znanj in izkušenj, pridobitev novih strank, pomoč pri promocijskih aktivnostih, mreženje in pridobivanje kontaktov.

Slika 13: Namen sodelovanja s podpornimi institucijami

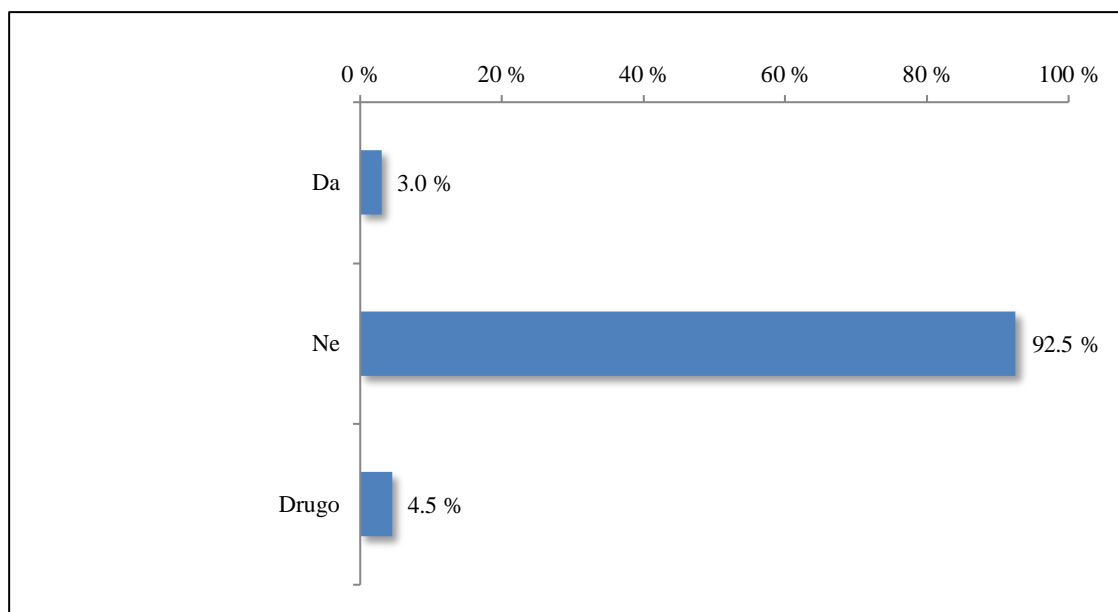


Vir: lastno delo.

Tina Čeh na vprašanje, na kakšen način pomagajo zagonskim podjetnikom, odgovarja: “Informiranje in svetovanje o razpisih, pomoč pri prijavi na razpise, mentoriranje, ekspertno svetovanje, iskanje investitorjev ter različnih drugih povezav”. Polona Juvančič na isto vprašanje odgovarja: “Odvisno od faze. Imamo različne programe, deloma financirane iz strani evropskih sredstev za zgodnejše faze, v kasnejših fazah gre pa za krepljenje oz. odpiranje vrat, da start-up podjetjem omogočimo povečanje poslovanja in usmerjenje za pridobitev več sredstev. V prvih fazah gre predvsem za mentorstvo in svetovanje”. Mateja Grobelnik na vprašanje, ali podporna okolja pomagajo pri pridobivanju finančnih sredstev, odgovarja: “Služijo kot pomoč, predvsem pri podajanju informacij, kar se tiče samega financiranja pa se morajo zagonska podjetja obrniti direktno na finančne institucije”.

Slika 16 prikazuje, ali so anketiranci naleteli na kakšne težave pri dostopanju do mentorstva in pomoči. Večina anketiranih (62; 92,5 %) meni, da pri dostopanju do mentorstva in pomoči ni imelo težav. Preostali, ki so navedli, da so naleteli na težave, so te bile predvsem naslednje: pretirana birokracija in papirologija, in da preko inkubatorja nimajo dostopa do mentorjev, ki so na Spirit seznamu.

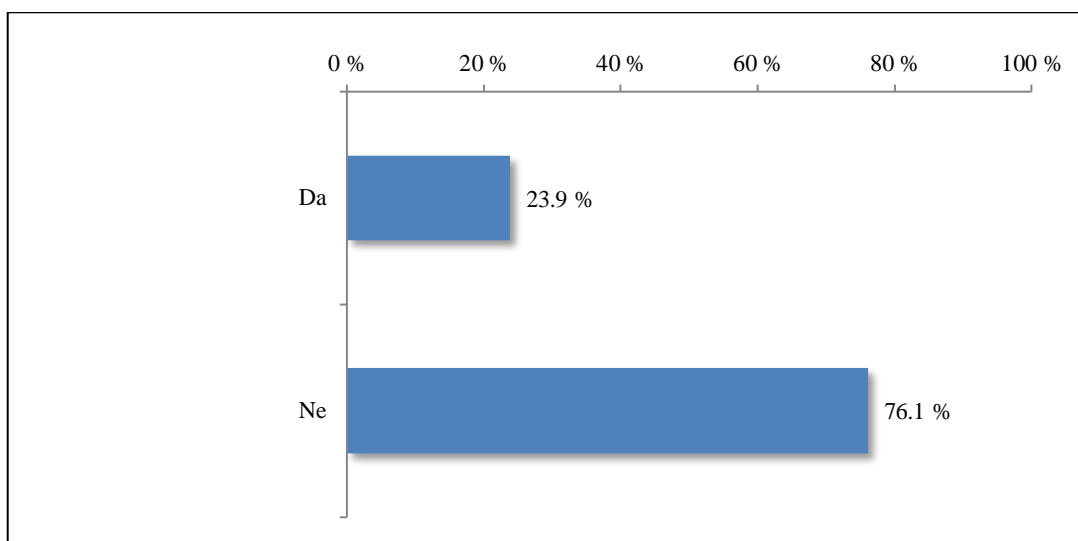
Slika 14: Težave pri dostopanju do mentorstva in pomoči



Vir: lastno delo.

Slika 17 prikazuje, ali so anketiranci sodelovali v ekosistemu z večjimi slovenskimi podjetji. Večina anketiranih (51; 76,1 %) meni, da ne sodelujejo v ekosistemu z večjimi slovenskimi podjetji.

Slika 15: Ekosistem z večjimi slovenskimi podjetji



Vir: lastno delo.

Anketiranci, ki so odgovorili z DA, opisujejo svoje izkušnje:

“Odnos je bil delno podporen, vendar le po zaslugi sodelovanja v skupnem projektu, sicer si sodelovanja ne predstavljam”.

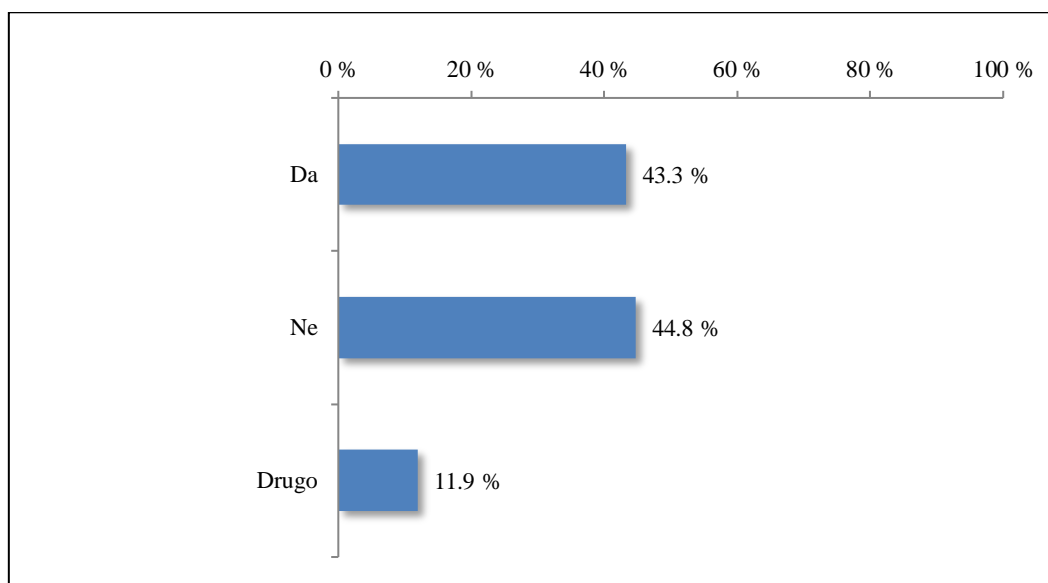
“Odločevalci v večjih podjetjih na tebe ne gledajo kot na malo rastoče podjetje, ki potrebuje njihovo podporo za zagon, ampak popolnoma poslovno sodelovanje in tekmovanje z vso ostalo konkurenco iz tujine”.

“Pripravljenost na sodelovanje, vendar ne upoštevajo specifik zagonskih podjetij. Zadeve se odvijajo počasi”.

“Sodelujemo pri razvoju novih produktov ter pri izboljšavi različnih poslovnih procesov”.

Slika 18 prikazuje, ali bi se anketiranci vključili v še katero drugo podporno okolje. 30 anketiranih (44,8 %) meni, da se ne bi vključili še v katero drugo podporno okolje v kolikor bi na začetku poslovanja imeli to možnost, medtem ko bi se 29 anketiranih (43,3 %) za to odločilo.

Slika 16: Vključevanje v druga podporna okolja

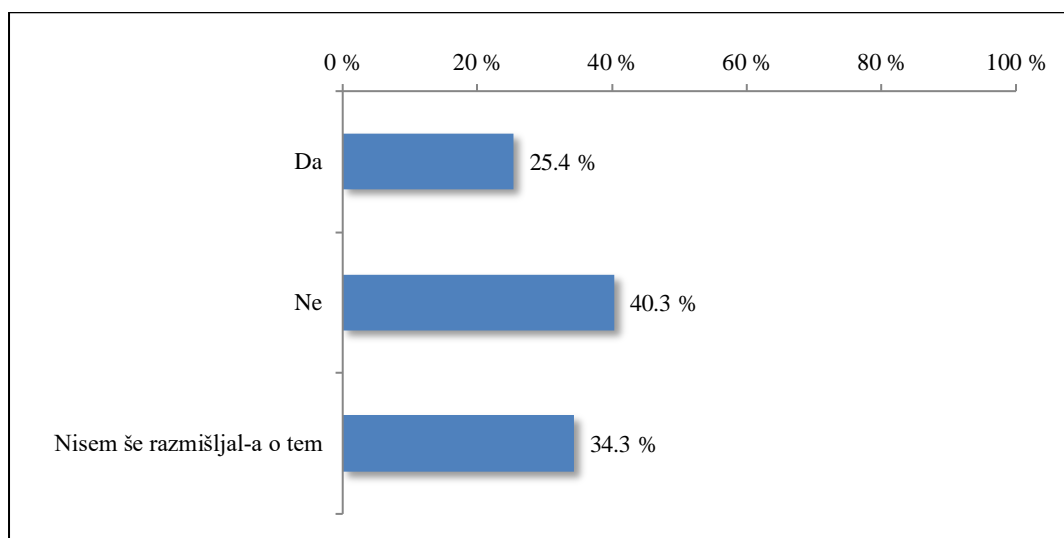


Vir: lastno delo.

Slika 19 prikazuje, ali se podjetja želijo vključiti v podporna okolja v tujini. Največ anketiranih se v pospeševalnik, inkubator ali tehnološki park v tujini ne namerava vključiti, in sicer 27 anketiranih (40,3 %). 17 anketiranih (25,4 %) se želi vključiti v pospeševanik, inkubator ali tehnološki park v tujini. Anketiranci so navedli so naslednje razloge:

- spoznati nove možnosti za delo in spodbude v tujini, ki so namenjene zagonskim podjetjem;
- dostop do znanja, poznanstev, investitorjev;
- drugačen pogled na podjetništvo;
- lažji prodor na tuje trge;
- iskanje tujih investitorjev;
- navezovanje novih poslovnih stikov;
- referenc;
- povezave na drugih trgih;
- lažji dostop do financiranja;
- večje možnosti;
- podpora pri prodoru na globalni trg;
- večja ozaveščenost;
- naprednost.

Slika 17: Vključevanje v podporna okolja v tujini



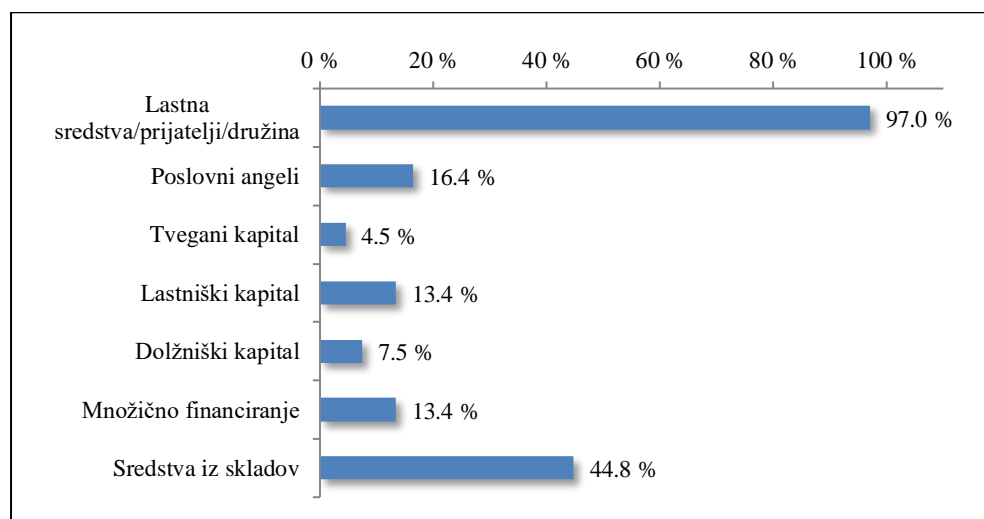
Vir: lastno delo.

4.4.3 Analiza financiranja zagonskih podjetij

V tem poglavju sledi analiza financiranja anketiranih zagonskih podjetnikov.

Slika 20 prikazuje, na kakšen način so se podjetja financirala. Največ anketiranih meni, da se je njihovo podjetje financiralo s pomočjo lastnih sredstev, in sicer 65 anketiranih (97 %), sledi financiranje s sredstvi iz sklada (44,8 %), poslovni angeli (16,4 %), lastniški kapital (13,4 %), množično financiranje (13,4 %), dolžniški kapital (7,5 %) in tvegani kapital (4,5 %).

Slika 18: Financiranje podjetij

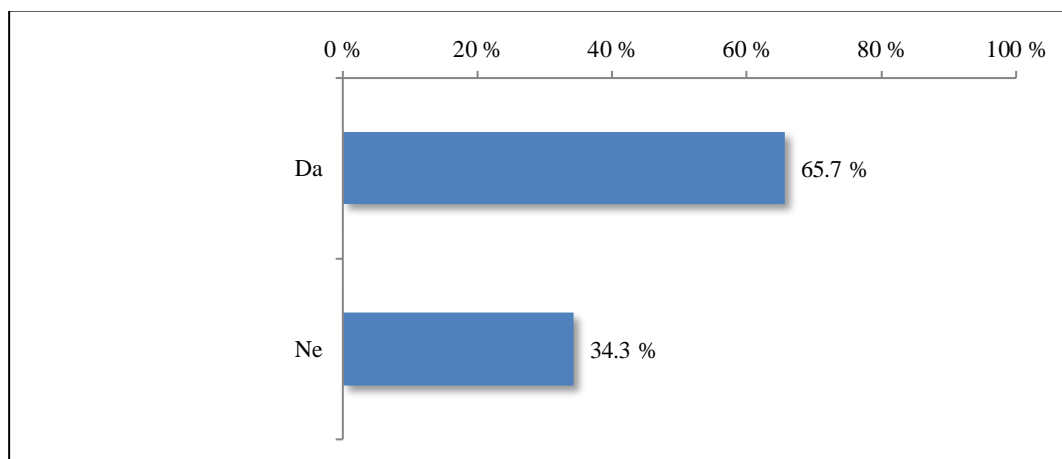


Vir: lastno delo.

Polona Juvančič meni: “Če govoriva o dobrih start-up podjetjih, začetne finance prihajajo od podjetnika in s pomočjo prijateljev in družine. Potem pa pridejo manjše investicije iz strani podjetniških skladov, privatnih skladov.”

Slika 21 prikazuje, ali so anketiranci naleteli na težave pri pridobivanju finančnih sredstev na začetku poslovanja. Največ anketiranih meni, da so pri pridobivanju finančnih sredstev na začetku poslovanja imeli težave, in sicer 44 anketiranih (65,7 %).

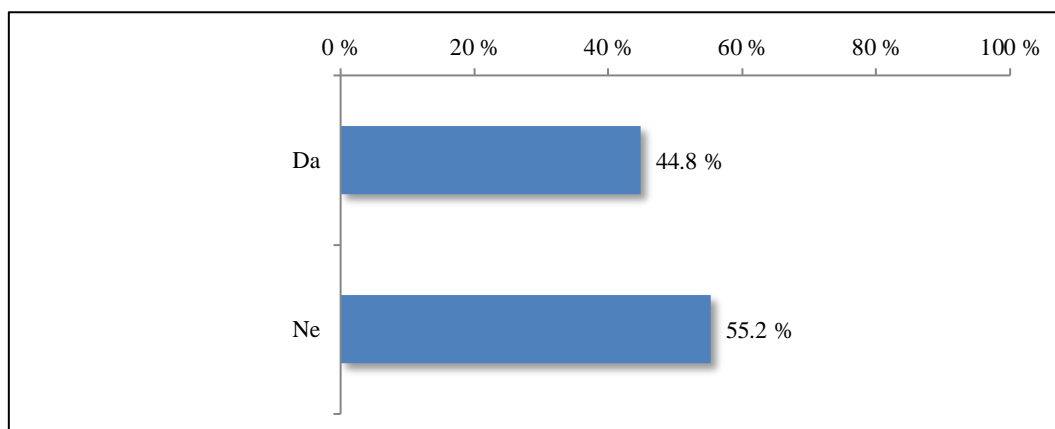
Slika 19: Težave pri pridobivanju finančnih sredstev na začetku poslovanja



Vir: lastno delo.

Slika 22 prikazuje, ali so podjetja imela zagotovljena finančna sredstva skozi vse faze razvoja. Največ anketiranih meni, da nimajo oziroma niso imeli zagotovljene ustrezne količine finančnih sredstev skozi vse faze razvoja podjetja, in sicer 37 anketiranih (55,2 %).

Slika 20: Zagotovitev finančnih sredstev skozi vse faze razvoja podjetja

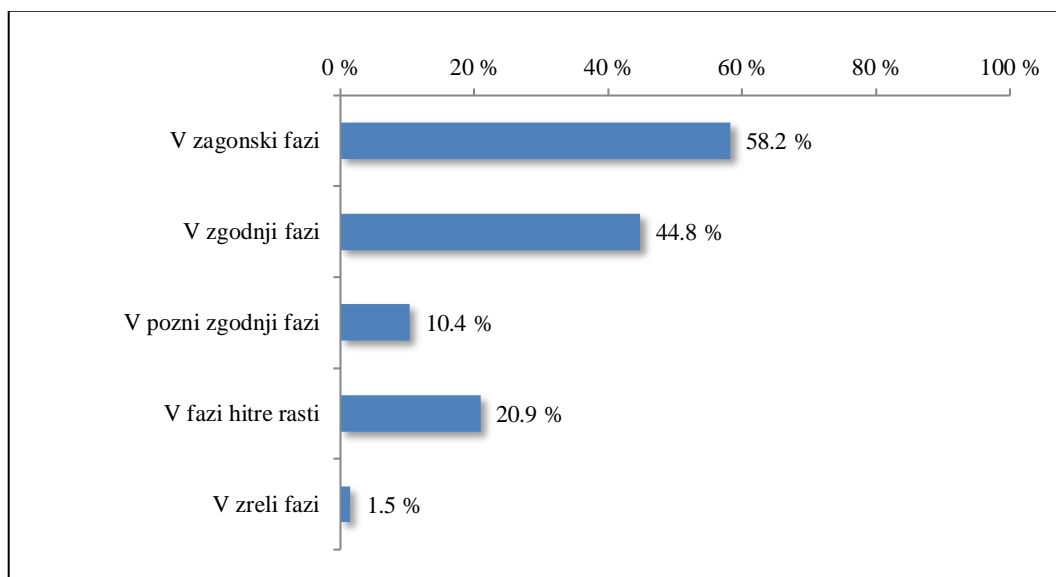


Vir: lastno delo.

Slika 23 prikazuje pojavitev težav pri pridobivanju finančnih sredstev. Največ anketiranih (54; 80,6 %) je menenja oziroma je naletelo na največje težave s pridobivanjem

finančnih sredstev v zagonski fazi, in sicer 54 anketiranih (80,6 %). Sledi zgodnja faza (44,8 %), faza hitre rasti (20,9 %), pozna zgodnja faza (10,4 %) in zrela faza (1,5 %).

Slika 21: Pojavitev težav pri pridobivanju finančnih sredstev

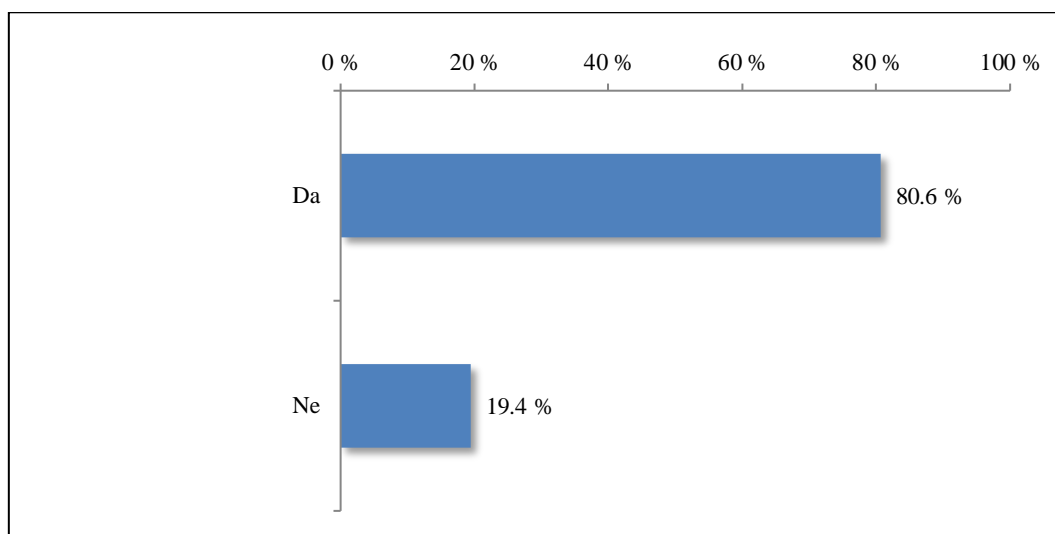


Vir: lastno delo.

Tina Čeh na vprašanje o težavah pri pridobivanju finančnih sredstev odgovarja: “Do največjih težav prihaja v fazi razvoja in v komercializaciji produkta oz. storitve”. Polona Juvančič meni: “Odvisno je od tega kakšne vrste start-up je. Če je popolnoma digitalen, je stvar lažja, ker jo lahko z lastnimi sredstvi spraviš daleč. Najtežje je pri kakšnih zdravstvenih in podobnih dejavnostih, ker potrebujejo precej več finančnih sredstev že na začetku poslovanja. Problem je tudi pri večjih investicijah v kasnejših fazah.”

Slika 24 prikazuje, ali so se podjetja že prijavila na javne razpise. Večina anketiranih meni, da so se že kdaj prijavili na razpise javnih skladov, in sicer 54 anketiranih (89,6 %).

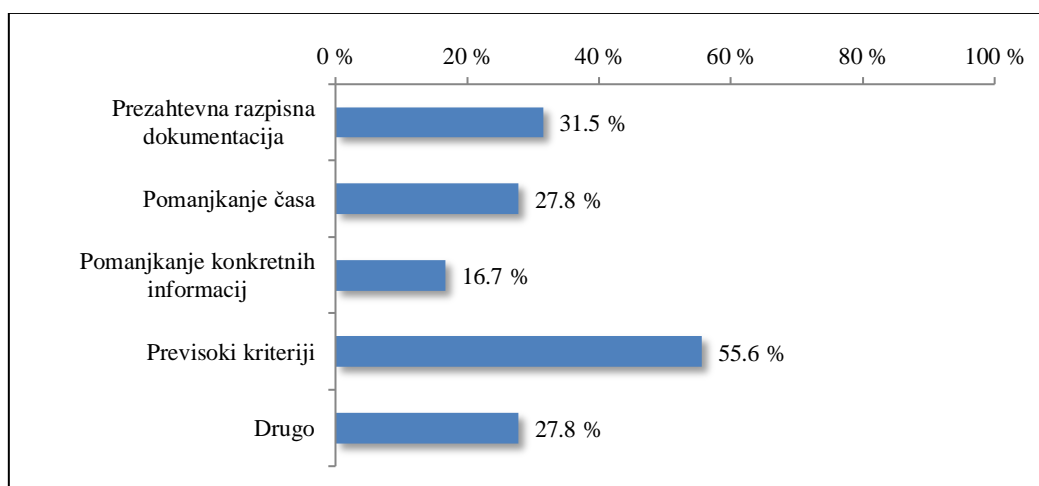
Slika 22: Prijava na javne razpise



Vir: lastno delo.

Slika 25 prikazuje, ali so se pojavile težave pri prijavljanju na javne razpise. Največ anketiranih meni, da so pri prijavljanju na javne razpise naleteli na težave, in sicer 30 anketiranih (55,6 %) je navedlo kot razlog previsoke kriterije, sledijo prezahtevna razpisna dokumentacija (31,5 %), pomanjkanje časa (27,8 %), drugi razlogi (27,8 %) in pomanjkanje konkretnih informacij (16,7 %). Pod druge razloge so anketiranci navedli problem pridobivanja soglasij/potrdil od tretjih oseb, ki ne upoštevajo pogojev razpisa, temveč jih subjektivno razširjajo.

Slika 23: Težave pri prijavljanju na javne razpise



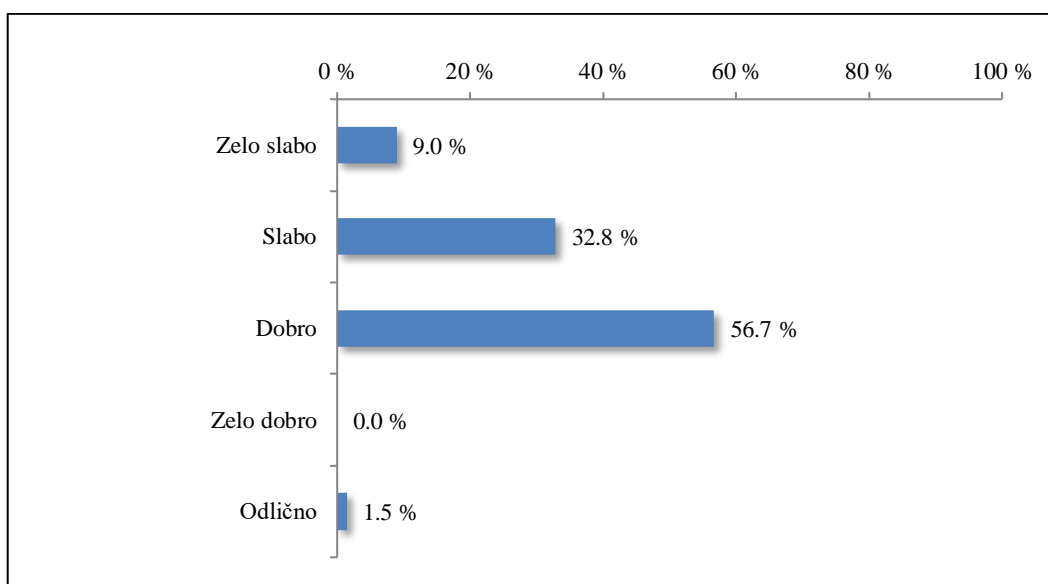
Vir: lastno delo.

Na vprašanje o prijavljanju na javne razpise za zagonske podjetnike Mateja Grobelnik odgovarja: “Pogoji znajo biti zahtevni oziroma veliko stvari morajo podjetja dokazati, ampak se trudimo, da jim birokracijsko poenostavimo in zmanjšamo z različnimi

pripomočki, kot je npr. elektronska oddaja vloge.” Polona Juvančič na vrašanje glede zakompliciranosti javnih razpisov odgovarja: “Ja in ne. Tisti, ki objavi razpis je to namenjeno temu, da je neka selekcija. Bilo bi smiselno, da se birokratsko poenostavi, vsebinsko pa pooteži. Selekcija pa mora biti, ker deluje kot nekakšna varovalka, da se prepreči lovce, ki samo črpajo, delajo pa ne.”

Slika 26 prikazuje oceno pridobivanja pametnega denarja v Sloveniji. Anketirani so možnosti pridobivanja “pametnega denarja” v Sloveniji ocenili s povprečno oceno 2,52 in standardnim odklonom 0,73. Iz grafa je razvidno, da je največ anketiranih, in sicer 38 (56,7 %) ocenilo možnosti pridobivanja “pametnega denarja” v Sloveniji kot dobro, sledi 22 anketiranih (32,8 %), ki so možnosti pridobivanja “pametnega denarja” v Sloveniji ocenili kot slabo. Najmanj anketiranih (1,5 %) je možnost pridobivanja “pametnega denarja” v Sloveniji ocenilo kot odlično. Nihče od anketiranih pa ni možnosti pridobivanja “pametnega denarja” v Sloveniji ocenil kot zelo dobro.

Slika 24: Pridobivanje pametnega denarja v Sloveniji



Vir: lastno delo.

Tabela 3 prikazuje rešitve za lažje pridobivanje finančnih sredstev v Sloveniji po mnenju anketirancev. Po Linhartovi lestvici so anketiranci označili rešitve za lažje pridobivanje finančnih sredstev. Anketiranci so v povprečju izbrali kot najbolj pomembno, lažjo dostopnost bančnih storitev za zagonska podjetja (povprečje = 4,13; standardni odklon = 1,14), kot najmanj pomembno pa večjo podporo dolžniškimi virom financiranja za zagonska podjetja (povprečje = 3,39; standardni odklon = 1,22).

Tabela 3: Rešitve za lažje pridobivanje finančnih sredstev v Sloveniji

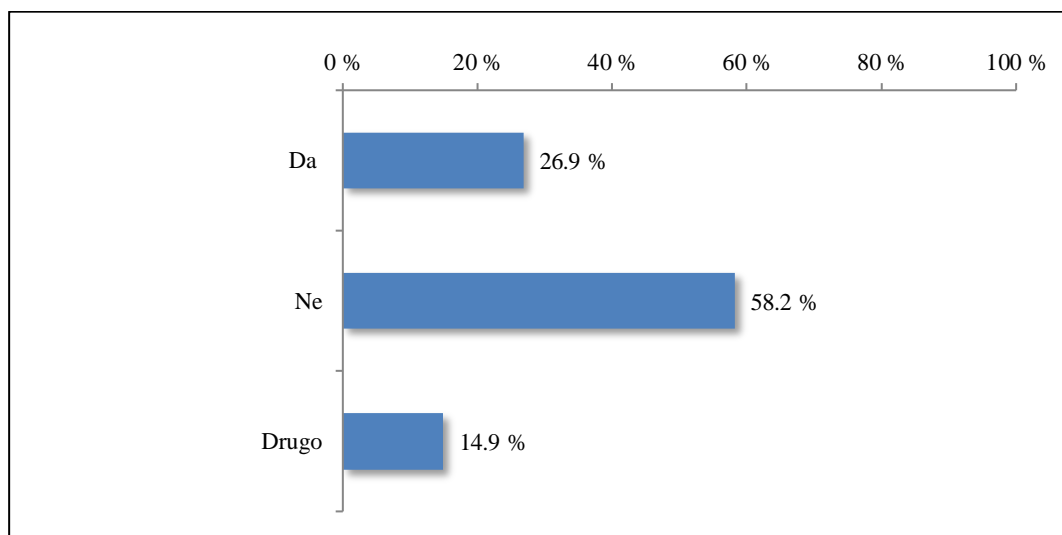
Q25. Rešitve za lažje pridobivanje finančnih sredstev v Sloveniji.					
	N	Minimum	Maximum	Povprečje	Standardni odklon
Več finančnih spodbud iz strani države	67	1	5	4,04	0,94
Spodbujanje delovanje tujih investitorjev v Sloveniji	67	1	5	3,72	1,07
Lažja dostopnost bančnih storitev za zagonska podjetja	67	1	5	4,13	1,14
Vključevanje v inkubatorje / pospeševalnike / tehnološke parke	67	2	5	3,69	1,00
Večja podpora dolžniškimi virom financiranja za zagonska podjetja	67	1	5	3,39	1,22

Vir: lastno delo.

Polona Juvančič meni: “na start-up sceni v Sloveniji manjka nek večji sklad oz. nepovratna sredstva. Druga stran pa je to, da manjka bolj prijazno okolje, ki bi spodbujalo celotno Slovenijo, da bi se sem stekale ideje. Manjka tudi podpora politike in iniciativa iz strani vlade.”

Slika 27 prikazuje oceno pridobivanja finančnih sredstev v tujini. Največ anketiranih (39; 58,2 %) meni, da v tujini ni lažje pridobiti finančnih sredstev.

Slika 25: Pridobivanje finančnih sredstev v tujini



Vir: lastno delo.

Polona Juvančič na to vprašanje odgovarja: “V Sloveniji imamo Slovenski podjetniški sklad, pri katerem gre predvsem za majhne zneske. Če imamo podjetje, ki potrebuje visoke investicije, jih v Sloveniji ne bo dobil.” Mateja Grubelnik meni: “Financiranje zagonskih

podjetij v zadnjem času v Sloveniji ni več tako velik problem, saj je Slovenski podjetniški sklad skupaj s partnerji ustvaril močan start-up ekosistem, ki vključuje ogromno finančnih spodbud za zagon podjetij in postaja mednarodno primerljiv. Ni več razloga, da bi podjetja odhajala po začetni kapital v tujino.”

4.4.4 Rezultati

H1: Zagonska podjetja se že na samem začetku poslovne poti srečujejo z velikimi finančnimi težavami.

Tabela 4 prikazuje finančne težave na začetku poslovanja. Upoštevala sem odgovore na vprašanje 19, ki se je glasilo: “Ali ste imeli težave pri pridobivanju finančnih sredstev na začetku poslovanja?” Ugotovila sem, da največ anketiranih, to je 65,7 % (44) meni, da so že na začetku poslovanja imeli težave pri pridobivanju finančnih sredstev, zato sem **hipotezo H1 potrdila**.

Tabela 4: Finančne težave na začetku poslovanja

	Frekvence	%
Da	44	65,7
Ne	23	34,3
Skupaj	67	100,0

Vir: lastno delo.

H1a: Zagonska podjetja, ki so vključena v zagonski ekosistem so bolj uspešna pri pridobivanju finančnih sredstev.

Tabela 5 prikazuje vključenost podjetij v ekosistem. Upoštevala sem odgovore na vprašanje 19, 20 in 24. Hipotezo smo preverili s hi-kvadrat preiskusom in t testom. Iz Tabele 4 je razvidno, da je največ podjetij, to so podjetja, ki so vključena v ekosistem in podjetja, ki v ekosistem niso vključena, imelo težave pri pridobivanju finančnih sredstev na začetku poslovanja ($P = 0,546$).

Tabela 5: Pridobivanje finančnih sredstev na začetku poslovanja

P=0,546			19. Ali ste imeli težave pri pridobivanju finančnih sredstev na začetku poslovanja?		Skupaj
			Da	Ne	
Podjetja vključena v ekosistem	Da	f	41	23	64
		% Podjetja vključena v ekosistem	64,1%	35,9%	100,0%
	Ne	f	3	0	3
		% Podjetja vključena v ekosistem	100,0%	0,0%	100,0%
Skupaj		f	44	23	67
		% Podjetja vključena v ekosistem	65,7%	34,3%	100,0%

Vir: lastno delo.

Iz Tabele 6 je razvidno, da največ podjetij, ki so vključena v ekosistem nima oz. ni imelo zagotovljeno ustrezno količino finančnih sredstev skozi faze razvoja podjetja. Ostala podjetja, ki niso vključena v ekosistem, pa so imela oz. imajo zagotovljeno ustrezno količino finančnih sredstev skozi vse faze razvoja podjetja ($P = 0,049$).

Tabela 6: Zagotovljenost finančnih sredstev skozi vse faze razvoja

P= 0,049			20. Ali ste oziroma imate zagotovljeno ustrezno količino finančnih sredstev skozi vse faze razvoja podjetja?		Skupaj
			Da	Ne	
Podjetja vključena v ekosistem	Da	f	27	37	64
		% Podjetja vključena v ekosistem	42,2%	57,8%	100,0%
	Ne	f	3	0	3
		% Podjetja vključena v ekosistem	100,0%	0,0%	100,0%
Skupaj		f	30	37	67
		% Podjetja vključena v ekosistem	44,8%	55,2%	100,0%

Vir: lastno delo.

Iz Tabele 7 je razvidno, da podjetja, ki so vključena v ekosistem v povprečju bolje ocenjujejo možnosti pridobivanja "pametnega denarja" v Sloveniji, kot podjetja, ki niso vključena v ekosistem ($P = 0,000$).

Hipotezo H1a potrjujem.

Tabela 7: Pridobivanje pametnega denarja

H2_podjetja vključena v ekosistem	N	Povprečje	Standardni odklon	P
24. Kako bi ocenili možnosti pridobivanja "pametnega denarja" v Sloveniji?	64	2,55	0,73	0,000
	3	2,00	0,00	

Vir: lastno delo.

H2: Zagonska podjetja morajo za pridobivanje finančnih sredstev preko javnih skladov izpolnjevati visoko določene kriterije, kar velikemu številu podjetnikov ne uspe.

Upoštevala sem odgovore na vprašanje 22 in 23. Ugotovila sem, da se je 80,6 % (54) anketiranih že kdaj prijavilo na razpise javnih skladov. Večina (55,6 % oz. 30 anketirancev) je naletelo na težave, zaradi postavljenih previsokih kriterijev. Sledijo težave s prezahtevno razpisno dokumentacijo (31,5 % oz. 17 anketiranih) in pomanjkanje časa (27,8 % oz. 15 anketiranih).

Hipotezo H2 potrjujem.

H3: Slovenska zagonska podjetja lažje pridobijo investicije v tujini kot v Sloveniji.

Upoštevala sem odgovore na vprašanje 26 in 27. Ugotovila sem, da 58,2 % (39) anketiranih meni, da v tujini finančnih sredstev ni lažje pridobiti, s tem se ne strinja 26,9 % (18) anketiranih. Ostalih 14,9 % (10) anketiranih je označilo "drugo", zapisali so, da tega podatka nimajo.

Hipotezo H3 sem ovrгла.

SKLEP

V magistrski nalogi sem se osredotočila na razvitost podpornih okolij v Sloveniji in dostopnost do finančnih virov za zagonska podjetja. Vse najrazvitejše države spodbujajo zagonsko podjetništvo, saj je pomembno predvsem zaradi inovacij, oblikovanja novih delovnih mest in gospodarske rasti ter vnašanja konkurenčne dinamike v poslovno okolje. Glavni namen magistrske naloge je bil ugotoviti, kakšna je trenutna situacija podpornih okolij v Sloveniji in s tem usmeriti bodoče zagonske podjetnike pri njihovem poslovanju ter pomagati oblikovalcem inovacijske politike in drugim institucijam, ki tvorijo zagonski ekosistem, da bi se ta lahko še izboljšal.

Teoretičnemu delu naloge je sledila nadgradnja z empirično kvantitativno raziskavo, ki je bila izvedena s pomočjo anketnega vprašalnika in s katero sem želela ugotoviti, ali je uspešnost financiranja oziroma pridobivanja potrebnih finančnih virov odvisna od vključenosti zagonskega podjetja v zagonski ekosistem, ali so zagonski podjetniki naleteli na težave pri financiranju ter v kateri fazi se težave najpogosteje pojavijo. Prav tako sem ugotavljala, ali je uspešnost financiranja oziroma pridobivanja potrebnih finančnih virov odvisna od prisotnosti zagonskega podjetja v določeni panogi, in če podporna okolja pomagajo pri pridobivanju finančnih sredstev za zagonska podjetja v Sloveniji. Pomembno je dodati, da je bil vzorec omejen, saj bi za bolj objektivno raziskavo potrebovali precej večji vzorec. Anketiranci so bili po večini manjši zagonski podjetniki, ki so svojo podjetniško pot komaj začeli. Raziskava bi bila precej bolj objektivna, če bi v njej lahko zajela večja zagonska podjetja, ki potrebujejo več investicijskih sredstev in poslujejo tudi na mednarodnih trgih. Njihovi odgovori bi lahko bili precej drugačni od danih.

Zastavila sem tri hipoteze in eno podhipotezo, ki sem jih preverjala s pomočjo empirične kvantitativne raziskave. Anketni vprašalnik je bil sestavljen iz treh sklopov in je zajemal vprašanja, ki so se nanašala na panogo podjetja, zagonski ekosistem in vire financiranja zagonskih podjetij. Opravila sem tri intervjuje z osebami zaposlenimi v različnih podpornih institucijah, da sem pridobila širši pogled na trenutno situacijo zagonskega ekosistema in pridobivanja finančnih sredstev. Na podlagi intervjujev sem ugotovila, da gre v Sloveniji za zelo majhen ekosistem in imajo podjetja premalo možnosti za financiranja. Po opravljenih intervjujih z institucijami zagonskega sistema, sem tudi ugotovila, da se njihova mnenja rahlo razlikujejo od odgovorov zagonskih podjetnikov. Pri tem se mi je porodilo vprašanje, ali institucije zagonskega ekosistema razumejo podjetnike in njihove želje ter potrebe? Priporočilo za podporna okolja je, da se bolj osredotočijo na potrebe samih zagonskih podjetnikov in jim nudijo rešitve na njihove težave in vprašanja. To sodelovanje bi moralo biti obojestransko in bi se tudi zagonski podjetniki morali v večji meri obračati na podporna okolja. Mentorstvo jim lahko zgolj pomaga na njihovi poti do uspeha.

Hipotezo 1 sem potrdila, saj je večina anketiranih zagonskih podjetnikov potrdila, da so se na začetku poslovne poti srečali z velikimi finančnimi težavami. Tudi v Slovenskem podjetniškem skladu so potrdili, da se težave s pridobivanjem finančnih sredstev največkrat pojavijo ob zagonu podjetja, saj je takrat najtežje pridobiti investitorja in je na voljo najmanj sredstev. Istočasno pa podjetja potrebujejo nepovratna sredstva, katerih število je omejeno. S podhipotezo 1a sem želela preveriti, če so zagonska podjetja, ki so vključena v zagonski ekosistem bolj uspešna pri pridobivanju finančnih sredstev. Preverila sem jo s hi-kvadrat preizkusom in t-testom ter jo potrdila. Iz institucij sem dobila pritrdilne odgovore, da jih podporna okolja usmerijo k pravemu investitorju in jim pomagajo s prijavi na javne razpise skladov. Hipotezo 2 sem potrdila, saj je rezultat kazal, da se je večina zagonskih podjetij soočala s previsoko določenimi kriteriji za pridobivanje finančnih sredstev. Intervjuji so potrdili, da so razpisi birokracijsko oteženi, vendar so vsebinsko pogoji smiselni, saj je selekcija, ki deluje kot neko varovalo, nujna. Hipoteze 3 nisem potrdila, saj so anketiranci zagonskih podjetij v veliki večini potrdili, da investicije lahko pridobijo v Sloveniji. Preko intervjujev sem ugotovila, da je v Sloveniji finančnih sredstev za manjša zagonska podjetja dovolj, problem se pojavi pri podjetjih, ki potrebujejo večje investicije in jih v Sloveniji težje pridobijo.

Z magistrsko nalogo in njenimi rezultati empirične raziskave podajam svoj prispevek k teoriji, saj se je pokazalo, da zagonski ekosistem bistveno vpliva na razvoj zagonskih podjetij in dostopa do finančnih sredstev. Oblikovanje aktivnega podpornega zagonskega ekosistema je zagotovo velik izziv. V Sloveniji je do določene mere že izoblikovan, vendar prostora za izboljšave je še veliko. Potrebne bi bile večje finančne spodbude s strani države, več tujih investorjev, več nepovratnih sredstev, večja podjetniška usmerjenost posameznikov in povezovanje oblikovalcev zagonskega ekosistema med seboj. Država je že naredila velik korak z iniciativo Start:up Slovenija, vendar je še dolga pot, da bi se približali državam z najbolj razvitim zagonskim ekosistemom. Država bi lahko pomagala s

sprejemanjem ugodne zakonodaje, spodbujanjem raziskav inovacij in z vzpostavitvijo podjetniško naravnane izobraževalnega sistema. Institucije zagonskega ekosistema so enotne v mnenju, da bi bile potrebne večje pobude iz strani države, v obliki nepovratnih sredstev. Prostora za izboljšave v Sloveniji je še veliko za oblikovanje močnega zagonskega ekosistema, ki bi bil primerljiv z mednarodnimi.

LITERATURA IN VIRI

1. Antunović, P. (1999). *Finance podjetja: teorija in praksa*. Brdo pri Kranju: Center Brdo, Sklad za razvoj managementa.
2. Armour, J. & Cumming, D. (2006). The legislative road to Silicon Valley. *Oxford Economic Papers*, 58(4), 596–635.
3. Berg, V., Birkeland, J., Pappas, I. & Jaccheri, L. (2018). The Role of Data Analytics in Startup Companies: Exploring challenges and barriers. *Challenges and Opportunities in the Digital Era*, 205–216.
4. Borštnik, B. (2017, 22. marec). Množično financiranje (crowdfunding). *Mladi podjetnik*. Pridobljeno 6. avgusta 2020 iz <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/pridobivanje-sredstev/mnozicno-financiranje-crowdfunding>
5. Data d. o. o. (2015, 4. december). *Veste, kaj je start up podjetje?* Pridobljeno 6. maja 2020 iz <https://data.si/blog/2015/12/04/veste-kaj-je-start-up-podjetje/>
6. Dolenc, P. & Stubelj, I. (2011). *Poslovne finance s praktičnimi primeri*. Ljubljana: samozaložba P. Dolenc.
7. Evropska komisija. (2020). *Commission staff working document: Country Report Slovenia 2020*. Pridobljeno 3. septembra 2020 iz https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2020-european_semester_country-report-slovenia_en.pdf
8. Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko. (brez datuma). *Skladi*. Pridobljeno 3. septembra 2020 iz <http://www.eu-skladi.si/kohezija-do-2013/skladi>
9. Fortuna, M. (2013, 9. julij). Kaj je “bootstrapping”. *Mladi podjetnik*. Pridobljeno 10. avgusta 2020 iz <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/kaj-je-bootstrapping>
10. Glogovšek, J. (2008). *Osnove financiranja gospodarskih družb*. Maribor: Založba Pivec.
11. Groen, A., Oakey, R., Cook, G. & Van der Sijde, P. (2015). *New Technology-Based Firms in the New Millennium*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
12. Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding*. Arbeitspapiere Unternehmen und Region, R2/2011.
13. Hollanders, Hugo. (2020). *European Innovation Scoreboard 2020*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
14. Innovation Sharing Center. (2014). *Mikrobiz*. Pridobljeno 2. septembra 2020 iz <http://www.mikrobiz.net/baza-znanja/iskalnik/categoryID=126/searchString=>
15. Kordiš, R. (2011, 20. december). Kaj je startup? *Dnevnik*. Pridobljeno 21. maja 2020 iz <https://www.dnevnik.si/1042496728/posel/gazela/1042496728>

16. Kos, B. (brez datuma). *Koncept lastniškega financiranja in tveganega kapitala*. Pridobljeno 14. junija 2020 iz <https://www.blazkos.com/koncept-lastniskega-financiranja-in-tveganega-kapitala/>
17. Kos, B. (2011, 11. december). Viri financiranja podjetij. *Mladi podjetnik*. Pridobljeno 21. avgusta 2020 iz <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/pridobivanje-sredstev/viri-financiranja-podjetja>
18. Košir, K. (2018, 18. junij). Tehnološki park ali Silicijeva dolina po slovensko. *Svet kapitala*. Pridobljeno 27. julija 2020 iz <https://svetkapitala.delo.si/delove-podjetniske-zvezde/tehnoloski-park-ali-silicijeva-dolina-po-slovensko/>
19. Košir, K. & Črnko, A. (2019, 18. april). Slovenska podjetja so izrazito “bankocentrična”, a virov financiranja je še mnogo. *Svet kapitala*. Pridobljeno 10. junija 2020 iz <https://svetkapitala.delo.si/finance/slovenska-podjetja-so-izrazito-bankocentricna-a-virov-financiranja-je-se-mnogo/>
20. Mason, C. & Hruskova, M. (2019, 4. december). It takes an ecosystem to raise a successful start-up. *The Conversation*. Pridobljeno 27. maja 2020 iz <https://theconversation.com/it-takes-an-ecosystem-to-raise-a-successful-start-up-125118>
21. Mitra, S. (2013, 26. avgust). The Problems with Incubators, and How to Solve Them. *Harvard Business Review*. Pridobljeno 22. junija 2020 iz <https://hbr.org/2013/08/the-problems-with-incubators-a>
22. Močnik, D. & Rus, M. (2015). *Slovenska podjetja in značilnosti start-up ekosistema: Slovenski podjetniški observatorij 2015*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
23. Nofsinger, J. R. & Wang, W. (2011). Determinants of Start-up Firm External Financing Worldwide. *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2282–2294.
24. Pavlin, B. (2014, 9. april). Tehnološki parki soustvarjajo rast. *Delo*. Pridobljeno 10. julija 2020 iz <https://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/tehnoloski-parki-soustvarjajo-rast.html>
25. Pavlin, B. (2015, 28. oktober). Po številu zagonskih podjetij na prebivalca se lahko kosamo z najboljšimi. *Delo*. Pridobljeno 21. maja 2020 iz <https://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/po-stevilu-zagonskih-podjetij-na-prebivalca-se-lahko-kosamo-z-najboljsimi.html>
26. Peters, L., Rice, M. & Sundararajan, M. (2004). The Role of Incubators in the Entrepreneurial Process. *Journal of Technology Transfer*, 29, 83–91.
27. Petković, J. (2012, 16. april). Zdaj pa zares: kaj je start-up? *Finance*. Pridobljeno 21. maja 2020 iz <https://www.finance.si/349741/Zdaj-pa-zares-kaj-je-start-up?cookietime=1428510170>
28. Petkovšek Štakul, J. (2018, 8. januar). Slovenija za zagonska podjetja ni primerno okolje, a želi to postati. *Dnevnik*. Pridobljeno 6. avgusta 2020 iz <https://www.dnevnik.si/1042797184>
29. Podjetniški center Brežice. (brez datuma). *Druge inštitucije inovativnega okolja*. Pridobljeno 20. avgusta 2020 iz <http://www.pcbrezice.si/od-ideje/druge-institucije-inovativnega-okolja.html#>

30. Rebernik, M. & Jaklič, M. (2014). *Start:up Manifest: Slovenija, pripravljena na prihodnost 2014-2020* +. Pridobljeno 3. maja 2020 iz <http://www.tromba.si/wp-content/uploads/2014/04/StartUp-Manifest-2020-april-2014.pdf>
31. Schinck, A. & Sarkar, S. (2012). *Financial Bootstrapping: a critical entrepreneurship skill*. Cefage-UE Working Papers 2012/20. Évora: University of Évora.
32. Slovenski podjetniški sklad. (brez datuma). *Podjetniški pospeševalniki*. Pridobljeno 19. junija 2020 iz <https://www.podjetniskisklad.si/sl/poisci-partnerja/za-podjetja/podjetniski-pospesevalniki>
33. Spirit podjetniški portal. (brez datuma). *SIO, Subjekti inovativnega okolja*. Pridobljeno 6. maja 2020 iz <https://www.podjetniski-portal.si/programi/sio-subjekti-inovativnega-okolja-sio>
34. Špende, R. (2018, 2. januar). Raziskava EU Startup Monitor 2018: Uspeh garažnih podjetnikov le mit. *Dnevnik*. Pridobljeno 22. avgusta 2020 iz <https://www.dnevnik.si/1042855401>
35. Jeršin Tomassini, K. & Janžekovič M. (2015). *Geografija 9 : i-učbenik za geografijo v 9. razredu osnovne šole*. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo.
36. Tovarna podjetij. (brez datuma a). V *Startup Slovenija*. Pridobljeno 26. avgusta 2020 iz <https://www.startup.si/sl-si>
37. Tovarna podjetij. (brez datuma b). *Programi Start:up Slovenija*. Pridobljeno 26. avgusta 2020 iz https://www.tovarnapodjetij.org/Dokumenti/Startup_Slovenija_274.aspx
38. Watt, J. (2016). *Startup d. o. o., Manifest drznega podjetništva za 21. stoletje*. Ljubljana: Totaliteta d. o. o.
39. Startup Commons. (brez datuma). *What is Startup Ecosystem?* Pridobljeno 2. julija 2020 iz <https://www.startupcommons.org/what-is-startup-ecosystem.html#>
40. Wonglimpiyarat, J. (2013). The role of equity financing to support entrepreneurship in Asia – The experience of Singapore and Thailand. *Technovation*, 33(4–5), 163–171.

PRILOGA

Priloga 1: Anketni vprašalnik

Spoštovani! Sem podiplomska študentka Ekonomske fakultete v Ljubljani in pripravljam magistrsko nalogo z namenom preučevanja pomena podpornega okolja pri pridobivanju finančnih sredstev za zagonska podjetja v Sloveniji. Prosim, če si vzamete nekaj minut časa in s klikom na naslednjo stran pričnete z izpolnjevanjem ankete.

Spol:

- Moški
- Ženski

V katero starostno skupino spadate?

- do 20 let
- 41–60 let
- 61 let ali več

Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?

- Manj kot srednja šola
- Višja ali visoka šola ali 1. bolonjska stopnja
- Univerzitetna ali 2. bolonjska stopnja
- Doktorat znanosti

Q1 – Starost vašega podjetja:

- 0–6 mesecev
- 13–24 mesecev
- 48–72 mesecev
- več kot 72 mesecev

Q2 – Število zaposlenih v vašem podjetju:

- 0-4
- 10-19
- več kot 20

Q3 – Dejavnost vašega podjetja:

- Kmetijstvo, ribištvo, gozdarstvo, lov ...
- Industrija, rudarstvo, gradbeništvo, energetika ...
- Storitvene dejavnosti (trgovina, turizem, promet, bančništvo ...)
- Zdravstvo, šolstvo, javna uprava ...

Q4 – Zakaj ste se odločili za to panogo?

Možnih je več odgovorov

Q Lažja dostopnost finančnih virov

Q Zanimalo me je to področje

Q Imam veliko znanja iz tega področja

Q Drugo:

Q5 – Ali so bili finančni viri lažje dostopni v tej panogi?

- Da
- Ne
- Ne vem

Q6 – Ali menite, da je uspešnost zagonskega podjetja odvisna od panoge v kateri deluje?

- Da
- Ne
- Ne vem

Q7 – Kakšni so vaši cilji glede rasti podjetja?

Možnih je več odgovorov

- Ohranjati trenutno situacijo
- Zmanjševanje obsega poslovanja
- Širjenje poslovanja v tujino
- Rast podjetja
- Drugo:

Q8 – Kako bi ocenili razvitost podpornih okolij v Sloveniji?

- Zelo slabo
- Slabo
- Dobro
- Zelo dobro
- Odlično

Q9 – Ali je vaše podjetje sodelovalo z:

Možnih je več odgovorov

- Inkubatorji
- Tehnološkimi parki
- Pospeševalniki
- Zagonskimi podjetji
- Državo

Q10 – S kakšnim namenom ste sodelovali z zgoraj omenjenimi institucijami?

Možnih je več odgovorov

- Pridobitev pomoči pri ustanavljanju podjetja
- Pridobitev pomoči pri prijavljanju na različne razpise
- Pridobitev finančne pomoči

- Drugo:

Q11 – Ali ste imeli kakšne težave pri dostopanju do mentorstva in pomoči?

- Da
- Ne
- Drugo:

Q12 – Če ste na zgornje vprašanje odgovorili z DA, prosimo, da navedete ključne ovire na katere ste naleteli:

Q13 – Ali ste sodelovali oziroma sodelujete v ekosistemu z večjimi slovenskimi podjetji?

- Da
- Ne
- Drugo:

Q14 – Če ste na zgornje vprašanje odgovorili z DA, prosimo, da opišete vaše izkušnje:

Q15 – V kolikor bi imeli na začetku poslovanja možnost ali bi se vključili še v katero drugo podporno okolje?

- Da
- Ne
- Drugo:

Q16 – Ali ste se oziroma se imate namen vključiti v kateri pospeševalnik/inkubator/tehnološki park v tujini?

- Da
- Ne
- Nisem še razmišljal-a o tem

Q17 – Če ste na zgornje vprašanje odgovorili z DA, prosimo, da navedete ključen razlog za vključitev v pospeševalnik/inkubator/tehnološki park v tujini:

Q18 – Na kakšen način se je financiralo vaše podjetje?

Možnih je več odgovorov.

Na kakšen način se je financiralo vaše podjetje?

- Lastna sredstva, prijatelji in družina
- Poslovni angeli
- Tvegani kapital
- Lastniški kapital

- Dolžniški kapital
- Množično financiranje
- S sredstvi iz skladov

Q19 – Ali ste imeli težave pri pridobivanju finančnih sredstev na začetku poslovanja?

- Da
- Ne
- Drugo:

Q20 – Ali ste oziroma imate zagotovljeno ustrezno količino finančnih sredstev skozi vse faze razvoja podjetja?

- Da
- Ne
- Drugo:

Q21 – V kateri fazi ste naleteli na težave oziroma menite, da nastopi največji problem s pridobivanjem finančnih sredstev?

Možnih je več odgovorov

- V zgodnji fazi
- V zgodnji fazi
- V pozni zgodnji fazi
- V fazi hitre rasti
- V zreli fazi

Q22 – Ali ste se kdaj prijavi na razpise javnih skladov?

- Da
- Ne
- Drugo:

Q23 – Če ste na zgornje vprašanje odgovorili za DA, prosimo, da označite, če ste naleteli na katero ob spodnjih težav ob prijavi.

Možnih je več odgovorov

- Prezahtevna razpisna dokumentacija
- Pomanjkanje časa
- Pomanjkanje konkretnih informacij
- Previsoki kriteriji
- Drugo:

Q24 – Kako bi ocenili možnosti pridobivanja »pametnega denarja« v Sloveniji?

- Zelo slabo
- Slabo
- Dobro

- Zelo dobro
- Odlično

Q25 – Prosimo, da po lestvici od 1 do 5 označite rešitve za lažje pridobivanje finančnih sredstev v Sloveniji, pri čemer je 1 najmanj pomembno in 5 najbolj pomembno.

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Več finančnih spodbud s strani države	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Spodbujanje delovanja tujih investitorjev v Sloveniji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Lažja dostopnost bančnih storitev za zagonska podjetja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Vključevanje v inkubatorje, pospeševalnike ali tehnološke parke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Večja podpora dolžniškim virom financiranja za zagonska podjetja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q26 – Ali menite, da je lažje pridobiti finančna sredstva v tujini?

- Da
- Ne
- Drugo:

Q27 – Če ste na zgornje vprašanje odgovorili z DA, prosimo, da navedete ključne razloge:
