

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**DEJAVNIKI USPEHA  
NOVOUSTANOVljenIH PODJETIJ**

Ljubljana, oktober 2012

ALJOŠA PAVŠIČ



## **IZJAVA O AVTORSTVU**

Spodaj podpisani Aljoša Pavšič, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor magistrskega dela z naslovom Dejavniki uspeha novoustanovljenih podjetij, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko izr. prof. dr. Mateja Drnovšek.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
  - poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
  - pridobil vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisal;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

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



# KAZALO

<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>1 PODJETNIŠTVO IN NOVOUSTANOVLJENO VISOKOTEHNOLOŠKO PODJETJE.....</b>	<b>5</b>
1.1 Podjetništvo .....	5
1.2 Definicija novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja.....	7
1.3 Proces ustanovitve visokotehnoškega podjetja .....	11
<b>2 DEJAVNIKI USPEHA NOVOUSTANOVLJENEGA VISOKOTEHNOLOŠKEGA PODJETJA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Opredelitev uspešnosti novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja .....	14
2.2 Kje in zakaj se ocenjuje uspešnost novoustanovljenih visokotehnoških podjetij ..	15
2.3 Dejavniki, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja .	17
2.4 Notranji dejavniki .....	18
2.4.1 Poslovna priložnost .....	19
2.4.2 Podjetnik.....	19
2.4.3 Ustanovitveni tim .....	26
2.4.4 Tehnologija in proizvod .....	26
2.4.5 Trženje.....	27
2.5 Zunanji dejavniki .....	28
2.5.1 Splošni gospodarski pogoji.....	29
2.5.2 Značilnosti lokalnega okolja.....	29
2.5.3 Kulturne in družbene norme .....	30
2.5.4 Vladna in ekonomska politika .....	32
2.5.5 Infrastruktura .....	32
2.5.6 Značilnosti trga .....	33
2.5.7 Podporne inštitucije .....	33
2.5.8 Podjetniško financiranje .....	34
<b>3 IZKUŠENI IN NOVI PODJETNIKI IN DEJAVNIKI USPEHA NOVOUSTANOVLJENEGA VISOKOTEHNOLOŠKEGA PODJETJA.....</b>	<b>37</b>
<b>4 PODJETNIKI IN PODJETNICE IN DEJAVNIKI USPEHA NOVOUSTANOVLJENEGA VISOKOTEHNOLOŠKEGA PODJETJA.....</b>	<b>39</b>
<b>5 RAZISKAVA DEJAVNIKOV USPEHA NOVOUSTANOVLJENEGA VISOKOTEHNOLOŠKEGA PODJETJA .....</b>	<b>41</b>

5.1 Potek raziskave.....	41
5.1.1 Izbira vzorca.....	41
5.1.2 Predstavitev anketnega vprašalnika .....	42
5.2 Statistične metode obdelave podatkov .....	43
<b>6 REZULTATI RAZISKAVE IN INTERPRETACIJA REZULTATOV.....</b>	<b>43</b>
6.1 Demografske značilnosti podjetnikov .....	44
6.2 Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja .....	45
6.3 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na različne skupine podjetnikov .....	47
6.3.1 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na spol .....	47
6.3.2 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na starost .....	48
6.3.3 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na zakonski stan .....	49
6.3.4 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na predhodni zaposlitveni status.....	49
6.3.5 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na število ustanovljenih podjetij v preteklosti.....	50
6.4 Analiza povezanosti notranjih in zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja .....	51
6.5 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja z vidika izkušenosti podjetnika .....	52
6.6 Interpretacija rezultatov analize .....	53
<b>SKLEP.....</b>	<b>59</b>
<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>62</b>
<b>PRILOGE</b>	
<b>KAZALO TABEL</b>	
Tabela 1: Razvrstitev dejavnikov po modelu Bell Mason .....	18
Tabela 2: Vrednost t-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na spol.....	47
Tabela 3: Vrednost F-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na starost .....	48
Tabela 4: Vrednost F-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na zakonski stan.....	49

Tabela 5: Vrednost F-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na predhodni zaposlitveni status .....	50
Tabela 6: Vrednost F-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na število ustanovljenih podjetij v preteklosti .....	51





## UVOD

Podjetništvo obsega vse dejavnosti posameznika in podjetniške skupine, ki vodijo od prepoznane tržne potrebe prek organiziranja, pridobivanja in kombiniranja vseh potrebnih virov do uresničitve poslovne priložnosti in ustvarjanja nove vrednosti. Podjetništvo je tudi gonilna sila napredka in razvoja, ki prinaša največ delovnih mest in dodane vrednosti. V središču tega procesa je podjetnik, ki s svojim obnašanjem, trdim delom, močno željo po uspehu, intuicijo, znanjem in izkušnjami premika meje napredka in gradi svoje sanje (Bygrave, 1994).

Kljub visokemu tveganju, ki je povezano s podjetniško aktivnostjo, se na tisoče podjetnikov vsak dan odloča za ustanovitev visokotehnološkega podjetja. Ta podjetja delujejo v ekstremnih razmerah, saj je tehnološki izziv pogosto na robu znanstvenih možnosti, začetna sredstva, ki so jim na voljo, pa so zelo omejena (Park, 2005, str. 740). Posledično je stopnja neuspeha med novoustanovljenimi visokotehnološkimi podjetji izjemno visoka, kljub temu pa so nekatera novoustanovljena visokotehnološka podjetja zelo uspešna in izkazujejo visoke stopnje rasti. Kateri dejavniki imajo največjo zaslugo za njihov uspeh, je vprašanje, s katerim se ukvarjajo številne študije. Chorev in Anderson (2006) sta izvedla študijo dejavnikov uspeha na primeru 70 novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij v Izraelu. Kakati (2003) je opravil analizo uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij na 27 predstavnikih skladov tveganega kapitala, ki so v preteklosti doživeli tako uspeh kot poraz pri investiranju v tovrstna podjetja. Gimmon in Levie (2010) sta analizirala zgolj osebne značilnosti 193 ustanoviteljev visokotehnoloških podjetij ter njihov vpliv na uspeh. Sambasivan, Abdul in Yusop (2009) pa so izvedli analizo vpliva podjetnikovih osebnih lastnosti, managerskih sposobnosti ter sposobnosti zaznave poslovnih priložnosti na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij.

V obstoječi literaturi (Bell & McNamara, 1991; MacMillan, Zemann & Subbanarasimha, 1987; Kakati, 2003; Cooper, 1994; Davidson & Klofsten, 2003; Chorev & Anderson, 2006; Gimmon & Levie, 2010; Sambasivan et al., 2009) obstajajo zelo različne delitve dejavnikov, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij in različni modeli oziroma študije vpliva teh dejavnikov. Številni avtorji v svojih analizah obravnavajo tako notranje kot zunanje dejavnike uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij (Chorev & Anderson, 2006; Kakati, 2003; Sandberg & Hofer, 1987). Notranji dejavniki so tisti dejavniki, na katere ima podjetje neposreden vpliv in jih lahko z dobrimi poslovnimi odločitvami obrne sebi v prid. Na zunanje dejavnike pa podjetje pravilom nima neposrednega vpliva, zato se jim mora prilagoditi. Zunanje dejavnike predstavlja predvsem družbeno, kulturno in politično okolje, v katerem novoustanovljeno visokotehnološko podjetje posluje (Rebernik, Tominc & Crnogaj, 2010, str. 29).

V večini literature (Ensley, Pearson & Pearce, 2003; Gimmon & Levie, 2010; Chorev & Anderson, 2006; Jo & Lee, 1996; Lee & Tsang, 2001; Kakati, 2003; Pena, 2002; Stuart & Abetti, 1990; Cooper, 1994; Sambasivan et al., 2009) se podjetniku pripisuje osrednjo vlogo v podjetniškem procesu, kar pomeni, da je eden glavnih notranjih dejavnikov, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Ne smemo pozabiti, da za uspešnim novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem običajno stoji kolektivni napor, ki ga predstavlja skupina posameznikov z različnimi znanji in izkušnjami, ki sooblikujejo ustanovitveni tim (Chorev & Anderson, 2006, str. 167).

Za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja pa ne zadostuje zgolj pozitiven odnos posameznika do podjetništva, temveč je potrebna tudi visoka stopnja razvitosti podjetniške kulture znotraj družbe, v kateri podjetje posluje. Podjetniška kultura predstavlja širši družbeni okvir, v katerem sta podrobno opredeljena odnos družbe in državnih inštitucij do podjetništva. Tako opredeljeno družbeno, kulturno in politično okolje predstavlja sklop zunanjih dejavnikov, ki pomembno vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (Rebernik et al., 2010, str. 31).

Hitro rastoča novoustanovljena visokotehnološka podjetja imajo poglobljen vpliv na razvoj gospodarstva in ustvarjanje novih delovnih mest (Bygrave, 1994). Očitno je, da ne obstaja samo en glavni dejavnik, ki bi vplival na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, ampak zmes številnih dejavnikov, ki sooblikujejo njegovo usodo. Zato je preučevanje podjetniškega procesa, ki pripelje do uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, še toliko bolj kompleksno. Kljub temu pa mora ekonomska politika, ki zasleduje razvojne cilje, razpolagati s potrebnimi podatki, da lahko sprejema in izvaja ukrepe, ki bi spodbujali nastanek in uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij.

**Opredelitev problematike.** Podjetniški proces se odvija v izredno negotovem poslovnem okolju, zato je pri vpeljavi novih proizvodov, storitev, poslovnih procesov in poslovnih modelov nemogoče natančno predvideti izide vseh sprejetih poslovnih odločitev. Prav zaradi tega dejstva se postavlja vprašanje, kateri so tisti dejavniki, ki najbolj vplivajo na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. To vprašanje je pomembno tako z vidika posameznika ali posameznikov, ki želijo svoj trud in čas nameniti za uspešno realizacijo poslovne ideje, kot tudi z vidika javnih in privatnih inštitucij, ki želijo takšno idejo finančno podpreti. V praksi se večino novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij bolje opiše kot direkten kaos kot pa urejen proces (Chorev & Anderson 2006, str. 165). Kljub temu pa se v literaturi pojavljajo številne metode ocenjevanja novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij (Bell & McNamara, 1991; MacMillan et al., 1987; Kakati, 2003; Cooper, 1994; Davidson & Klofsten, 2003; Chorev & Anderson, 2006; Gimmon & Levie, 2010; Sambasivan et al., 2009), ki se med seboj razlikujejo predvsem glede

opredelitve in razvrstitve ključnih dejavnikov, ki pomembno vplivajo na uspeh ali neuspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Namen magistrske naloge je ugotoviti, kateri dejavniki po mnenju podjetnikov pomembno vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Večina obstoječih raziskav je osredotočena zgolj na preučevanje vpliva enega dejavnika ali skupino dejavnikov, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Chen (2009) analizira vpliv, ki ga imajo komercializacija tehnologije, podpora inkubatorjev ter dostopnost skladov tveganega kapitala na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Ensley, Pearson in Amason (2002) so na vzorcu 70 podjetij preučevali zgolj vpliv, ki ga imajo medosebni odnosi znotraj ustanovitvenega tima na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Pena (2002) pa je preučeval vpliv intelektualnega kapitala ustanoviteljev na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Kljub temu, da številne študije zagovarjajo tako notranje kot zunanje dejavnike, pa v praksi večina raziskav temelji na preučevanju izključno notranjih dejavnikov uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Zato sem v raziskavo želel vključiti čim širši spekter notranjih in zunanjih dejavnikov, ki bi lahko pozitivno vplivali na uspešnost novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij.

Preveč poenostavljeno je torej sklepati, da je za gospodarstvo pomembno ustanavljanje novih podjetij; na gospodarstvo namreč pozitivno vplivajo le tista podjetja, ki uspešno preživijo, so usmerjena v rast ali vsaj izpolnjujejo pričakovanja in cilje lastnikov. Zato sta identifikacija v rast usmerjenih podjetij oziroma podjetnikov ter razumevanje, kaj vpliva na uspešnost novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, ključna in nujno potrebna za oblikovanje ustrezne gospodarske politike, ki bi z vlaganjem večjih sredstev in usmerjeno podporo v tovrstna podjetja dosegla čim večji razvojni učinek malega gospodarstva na gospodarsko rast, zaposlovanje in izvoz ter s tem ustvarjala dinamično, prilagodljivo in odzivno gospodarstvo, ki je edino sposobno preživeti v globalni konkurenci.

**Namen raziskave in temeljna hipoteza.** V raziskavi bom dejavnike uspeha razvrstil na notranje in zunanje ter primerjal vpliv, ki ga imata posamezni skupini dejavnikov na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Cilj raziskave je tudi ugotoviti morebitne razlike v teži, ki jo pripisujejo dejavnikom izkušeni podjetniki (eksperti), in podjetniki začetniki (novinci). Namen raziskave je tako ponuditi širši pogled na problematiko ocenjevanja novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij ter informacije bodočim podjetnikom o tem, kateri dejavniki so tisti, ki značilno vplivajo na morebiten uspeh njihovega novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Po drugi strani pa je magistrsko delo namenjeno številnim javnim in privatnim inštitucijam, ki se ukvarjajo s pospeševanjem podjetništva, saj jim želim ponuditi natančen vpogled v mnenje podjetnikov o dejavnikih uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Navsezadnje pa nam bodo izsledki raziskave ponudili tudi orodje za učinkovitejšo alokacijo finančnih in drugih sredstev, ki jih podjetnikom namenjajo javni in privatni investitorji.

Z magistrsko nalogo želim:

- iz obsežne literature ter že opravljenih raziskav (v Sloveniji in v tujini) identificirati ključne dejavnike, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja; notranje dejavnike ter zunanje dejavnike;
- na podlagi lastne empirične raziskave preveriti vpliv notranjih in zunanjih dejavnikov na uspešnost novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij;
- ugotoviti morebitno razliko v zaznavanju dejavnikov, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki.

Preveriti želim predvsem naslednji hipotezi:

H1: Notranji dejavniki imajo statistično značilno večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanji.

Številni avtorji (MacMillan et al., 1987; Kakati, 2003; Cooper, 1994; Davidson & Klofsten, 2003) navajajo notranje dejavnike kot daleč najpomembnejše dejavnike uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. To je razvidno iz njihovih raziskav, v katerih so najpogosteje vključeni prav notranji dejavniki uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, redkeje pa zunanji.

H2: Izkušnost podjetnika je značilno povezana z ocenjevanjem povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Znanje neizkušenega podjetnika (novinca) temelji predvsem na očitnih neposrednih dejstvih, ki so razvidna iz specifične situacije. Omejitve, ki jih imajo neizkušeni podjetniki pri svojem načinu razmišljanja, so posledica pomanjkanja dodatnih znanj, ki izvirajo iz preteklih izkušenj. Znanje izkušenega podjetnika (eksperta) pa ni vezano le na specifično situacijo, temveč na številne izkušnje, ki si jih je nabral iz preteklih situacij (Mitchell, Mitchell & Mitchell, 2009, str. 115).

Cilj magistrske naloge je torej določiti dejavnike, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij ter preučiti njihov vpliv z namenom identificirati tiste pomembne dejavnike, ki po mnenju podjetnikov najbolj vplivajo na uspeh

novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij in tako prispevajo h kakovostni gospodarski strukturi in ekonomskemu razvoju. Le na ta način bo možno oblikovati ustrezne usmerjene ukrepe za spodbujanje kakovostnega podjetništva.

**Metode preučevanja.** Teoretični del je povezan predvsem s preučevanjem aktualne domače in tuje literature s področja ocenjevanja novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Iz obravnav problematike bom izločil relevantna besedila, jih medsebojno primerjal, podrobneje spoznaval in analiziral problematiko ter ugotavljal pomembna dejstva, ki jih bom zaokrožil v celoto. Teoretična spoznanja in ugotovljena dejstva bom podkrepil še z analitičnim delom, v katerem bom analiziral anketne podatke, zbrane med podjetniki v Sloveniji.

Empirično raziskavo bom izvedel v več korakih. Najprej se bom osredotočil na izbiro ustreznega vzorca podjetij, ki jih bom vključil v analizo. Nato bom pripravil in izvedel anketni vprašalnik, v katerega nameravam vključiti tiste skupine dejavnikov, za katere se ugotavlja, da pomembno vplivajo na uspešnost novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Respondente bom poleg drugih informacij prosil, naj te dejavnike ocenijo glede na relevantnost, ki jih po njihovi presoji imajo na uspešnost novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Podatke, pridobljene z anketnim vprašalnikom, bom podrobneje analiziral, pri čemer bom uporabljal kvantitativne metode preučevanja podatkov, in sicer univariatno in bivariatno statistično analizo. Sledila bo faktorska analiza zaradi težnje po redukciji števila spremenljivk. Na splošno namreč ugotavljam, da na uspešnost novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij lahko vpliva več dejavnikov z različno smerjo in jakostjo delovanja, zato želim s statistično analizo te dejavnike čim natančneje opredeliti.

## **1 PODJETNIŠTVO IN NOVOUSTANOVLJENO VISOKOTEHNOLOŠKO PODJETJE**

### **1.1 Podjetništvo**

Podjetništvo je svetovni proces in fenomen zadnjih desetletij, milijoni podjetniško usmerjenih posameznikov po svetu danes krojijo usodo človeštva. Podjetništvo se kot filozofija nastajanja, vodenja in nenehnega radikalnega spreminjanja podjetij nezadržno širi po vseh kontinentih (Glas & Pšeničny, 2000, str. VII). Prav podjetniška aktivnost predstavlja jedro ekonomskega in družbenega razvoja v današnjem času. Podjetniško aktivnost lahko ponazorimo kot temeljno človekovo lastnost, da razmišlja, raziskuje, išče boljše načine zagotavljanja svoje eksistence, skratka, da je podjeten in ustvarjalen. Preučevanje podjetništva zato pomeni predvsem preučevanje temeljne gonilne sile, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov in razlogov, ki

preprečujejo, da bi se usposobljeni posamezniki usmerili v podjetništvo. Čeprav ni dvoma, da je podjetništvo pomembno, pa se vse pre pogosto pozablja, da podjetje ustanavljajo posamezniki, ki nenehno presojujejo stroške in koristi takšnega ravnanja. Na njihove odločitve poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem prostoru podjetnikov, prevladujoče kulturne vrednote, splošen odnos družbe do podjetništva in podobno (Rebernik et al., 2010, str. 29).

Podjetništvo obsega vse dejavnosti posameznika in podjetniške skupine, ki vodijo od prepoznane tržne potrebe prek organiziranja, pridobivanja in kombiniranja vseh potrebnih virov do uresničitve poslovne priložnosti in ustvarjanja nove vrednosti. Podjetništvo je tudi gonilna sila napredka in razvoja, ki prinaša največ delovnih mest in dodane vrednosti. V središču tega procesa je podjetnik, ki s svojim obnašanjem, trdim delom, močno željo po uspehu, intuicijo, znanjem in izkušnjami premika meje napredka in gradi svoje sanje (Bygrave, 1994).

Shane in Venkataraman (2000) definirata podjetništvo kot aktivnost, ki vključuje odkritje, ovrednotenje in izrabo poslovnih priložnosti, z namenom uvajanja novih izdelkov in storitev, načinov organiziranja, trženja, procesiranja surovin s pomočjo organizacijskih dosežkov, ki predhodno niso obstajali.

Danes živimo v obdobju podjetništva, ki nenehno spreminja in prenavlja gospodarstva po svetu. Bygrave (1994) je bistvo novodobnega podjetništva strnil v nekaj ugotovitev:

- Podjetništvo je bistveno za delovanje sistema svobodnega trga, saj prav ustanavljanje novih podjetij krepi tržno gospodarstvo in mu daje večjo dinamiko.
- Novoustanovljena visokotehnološka podjetja ustvarjajo velik delež inovativnih proizvodov in storitev, ki izboljšujejo kakovost našega dela in življenja.
- Novoustanovljena visokotehnološka podjetja ustvarjajo večino novih delovnih mest.

Podjetništvo predstavlja jedro dinamike v procesu hitrih tehnoloških sprememb, ki so posledica novih podjetniških zamisli. Podjetniške zamisli pa ne bi nastajale brez številnih inovativnih podjetnikov, ki so našli svoj prostor v številnih tržnih nišah (Glas & Pšeničny, 2000, str. 1).

**Podjetništvo v Sloveniji.** V Sloveniji so se odprla vrata podjetništvu leta 1988, ko je bil z zakonom o podjetjih postavljen tudi pravni temelj za zasebno podjetništvo. S tem sta bila sprožena dva procesa, ki sta začela spreminjati strukturo gospodarstva iz tipične socialistične strukture v strukturo, značilno za tržna gospodarstva. Prvi proces je množično nastajanje majhnih podjetij. Gre za polnjenje vrzeli v tistem delu strukture gospodarstva, ki jo v tržnih gospodarstvih zavzemajo majhna in srednje velika podjetja. To vrzel imenujemo »socialistična črna luknja« in je predstavljala osnovno strukturno neravnotežje

socialističnih gospodarstev. Kot drugi proces pa lahko omenimo drobljenje velikih podjetij. Oba procesa sta v naslednjih desetih letih povzročila obsežen premik zaposlenih iz velikih podjetij v mikro in majhna podjetja. S prehodom na tržno gospodarstvo je postalo podjetništvo pomemben dejavnik gospodarskega razvoja in rasti v Sloveniji. Na nastajanje novih podjetij so vplivale tudi nove gospodarske razmere, ki so po eni strani omogočale ljudem, da poskušajo uresničiti svoje poslovne zamisli z ustanovitvijo lastnega podjetja, kar jim v prejšnjem sistemu ni bilo omogočeno, po drugi strani pa se je veliko ljudi odločilo za samostojno podjetniško pot preprosto zato, ker so izgubili zaposlitev (Vahčič, 2000, str. 49–59).

Dosedanja pozitivna vloga podjetništva je bila predvsem v izkoriščanju poslovnih priložnosti v vrsti proizvodnih in storitvenih dejavnostih, ki jih v prejšnji gospodarski strukturi ni bilo, pri čemer so bile aktivnosti usmerjene na domači trg. Prihodnja rast slovenskega gospodarstva bo odvisna predvsem od zmožnosti nastajanja manjšega števila hitro rastočih novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, ki jim bo uspelo razviti globalne tržne niše z visoko dodano vrednostjo, manj pa od nastajanja novih malih podjetij, usmerjenih na domači trg. Ta segment gospodarstva je bil na tej stopnji razvoja ključen v vseh razvitih državah. Razvoj hitro rastočih podjetij z visoko dodano vrednostjo pa zahteva več kot zgolj povprečno znanje na menedžerskem in tehničnem področju, ugodnejše razmere za razvoj podjetništva in učinkovito infrastrukturo (Antončič, Hisrich, Petrin & Vahčič, 2002, str. 39–40).

## **1.2 Definicija novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja**

Novoustanovljeno visokotehnološko podjetje ali pogosteje uporabljen angleški original »start-up« je podjetje, ki ima zelo kratko zgodovino delovanja in se običajno nahaja v fazi razvoja novega proizvoda ali storitve. Pojem start-up podjetje se največkrat navezuje na novoustanovljeno visokotehnološko podjetje, ki je usmerjeno v lasten razvoj inovativnih proizvodov ali storitev, pri čemer ga spremlja visoka raven tveganja. V zameno za visoko tveganje pa se pričakuje hitro začetno rast podjetja in visoke donose v primerjavi z drugimi podjetji. Novoustanovljena visokotehnološka podjetja delujejo v ekstremnih razmerah, saj je tehnološki izziv pogosto na robu znanstvenih možnosti, sredstva, ki so na voljo, pa so zelo omejena. Posledično je poslovno preživetje v takem sektorju odvisno od tega, ali je podjetje sposobno hitro poiskati zanesljivo inovacijsko strategijo in jo izkoristiti, še preden druga podjetja vstopijo na trg (Park, 2005, str. 740).

V zgodnji fazi poslovanja so novoustanovljena visokotehnološka podjetja finančno odvisna predvsem od ustanovitelja oziroma podjetnika. Zaradi premajhnih začetnih prihodkov in nezmožnosti financiranja dragega tehnološkega razvoja pa se morajo kmalu zateči k skladom tveganega kapitala, ki jim običajno priskrbijo potrebna sredstva za dokončanje razvoja in komercializacijo novega proizvoda ali storitve.

Chrisman, Bauerschmidt in Hofer (1998) poudarjajo, da je pomembnost odločitev in zahtevnost problemov, s katerimi se soočajo novoustanovljena visokotehnološka podjetja bistveno usodnejša od tistih, s katerimi se soočajo bolj izkušena in uveljavljena podjetja. Novoustanovljena visokotehnološka podjetja se od uveljavljenih podjetij razlikujejo glede svoje starosti, zgodovine in velikosti, poleg tega pa jim primanjkuje tudi utečena poslovna strategija. Na začetku so novoustanovljena visokotehnološka podjetja usmerjena zgolj v preživetje, za kar pa je potrebno hitro prilagajanje spremembam na trgu. Zgoraj omenjene posebnosti, s katerimi se soočajo novoustanovljena visokotehnološka podjetja, se v literaturi označujejo kot »slabost novosti« (angl. *liability of newness*). Med najpogostejše tovrstne posebnosti štejemo tudi pomanjkanje začetnih sredstev, visoko stopnjo tveganja, omejen čas in dvoumnost (Ensley et al., 2003, str. 338).

**Pomanjkanje sredstev.** Klasičen pristop podjetništva razlaga, da je pred oblikovanjem poslovne strategije potrebno najprej oceniti stanje organizacijskih kompetenc in razpoložljivih sredstev, ki so na voljo v podjetju. Andrews (1971) ugotavlja, da predstavljajo razpoložljiva sredstva, ki so unikatna ali boljša od konkurence, vir konkurenčne prednosti podjetja. V kolikor so ta sredstva učinkovito združena z zunanjimi priložnostmi in strategijo podjetja, se bistveno poveča možnost uspeha podjetja.

Način porabe razpoložljivih sredstev, vezan na specifično okolje novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, je predmet preučevanja teorije razpoložljivih sredstev (angl. *resource-based theory*). V primerjavi z uveljavljenimi podjetji imajo novoustanovljena visokotehnološka podjetja na voljo zelo omejeno količino razpoložljivih sredstev, zato Chrisman (1999) poudarja, da predstavlja vsaka alokacija sredstev veliko tveganje. Zaradi omejenosti sredstev, s katerimi se soočajo novoustanovljena visokotehnološka podjetja, so vsa njihova razpoložljiva sredstva osredotočena zgolj na glavni strateški cilj. Zato je ključnega pomena, kako menedžment tim določa prioritete razporejanja omejenih sredstev, saj je napačna razporeditev sredstev za novoustanovljeno visokotehnološko podjetje lahko usodna.

**Visoka stopnja tveganja.** Visoka stopnja tveganja, ki je prisotna pri ustanavljanju podjetja, predstavlja eno izmed ključnih značilnosti novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Podjetniki ji morajo vseskozi posvečati posebno pozornost. Čeprav so nekateri avtorji (Simon, Houghton & Aquino, 2000) mnenja, da podjetniki ne zaznavajo tveganja pri ustanavljanju novega podjetja, je očitno, da tveganje zaradi pomanjkanja finančnih sredstev in menedžerskih sposobnosti obstaja. Pomanjkanje začetnega kapitala zagotovo predstavlja pomembnejši vir tveganja novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Shulman (1997) ugotavlja, da je novoustanovljeno visokotehnološko podjetje običajno financirano le z osebnimi prihranki ustanoviteljev, družine in prijateljev. K visoki stopnji tveganja novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja pripomore tudi »slabost novosti«, ki se kaže predvsem v pomanjkanju referenc, majhnosti podjetja in negotove



prihodnosti, kar negativno vpliva tudi na zunanje vire financiranja. Čeprav so podobna tveganja prisotna tudi pri uveljavljenih in velikih podjetjih, je relativni vpliv, ki ga imajo na njihovo poslovanje, veliko manjši kot pri novoustanovljenih visokotehnoloških podjetjih.

**Omejen čas.** Timmons (1999) je bistvo podjetništva definiral kot idejo, da na trgu v vsakem danem trenutku obstajajo poslovne priložnosti, ki jih je mogoče izkoristiti. Naloga podjetnika je, da se na odkrito poslovno priložnost hitro odzove in jo poskuša izkoristiti tudi tako, da ustanovi novo podjetje. Čas, ki ga ima podjetnik na voljo, da izkoristiti odkrito poslovno priložnost, pa je zelo omejen, zato nekateri avtorji (Gilmore & Kazanjian, 1989; Shapira, 1995) poudarjajo, da mu je praktično onemogočena kvalitetna ocena tveganja in potencialne stopnje donosa, ki ga nov projekt prinaša. Uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja je zato v veliki meri odvisen od tega, ali je podjetnik sposoben sprejeti pravilne odločitve v zelo omejen času.

**Dvoumnost.** Novoustanovljena visokotehnološka podjetja so že po svoji definiciji dvoumne narave. Morris in Zahra (2000) definirata dvoumnost kot situacijo, v kateri se pojavljajo nekonsistentnosti, protislovja ali paradoksalnosti. Večina novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij nosi nekatere elemente dvoumnosti, kot so nestabilnost, nelinearnost in nekonsistentnost, zato se jih v literaturi pogosto označuje kot kaotična. Zaradi kaotične narave podjetništva se v literaturi vedno pogosteje pojavljajo kaotične teorije, ki poskušajo obrazložiti podjetniški proces.

Dvoumnost v novoustanovljenih visokotehnoloških podjetjih povzroča višjo stopnjo negotovosti, zato so podjetniki soočeni z edinstvenim načinom razmišljanja in delovanja. McCaskey (1982) kot najpogostejše dvoumne situacije, s katerimi se podjetniki novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij srečujejo, navaja problematično zbiranje informacij, številne možne interpretacije dogodkov ter pomanjkanje časa in sredstev. Tovrstne dvoumne situacije so veliko bolj pogoste v novoustanovljenih visokotehnoloških podjetjih kot pa v uveljavljenih podjetjih (Ensley et al., 2003, str. 338–340).

Posebnosti hitro rastočih novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij v primerjavi z velikimi tehnološkimi podjetji so očitne tudi po posameznih področjih poslovanja (Almor & Hashai, 2004, str.484–487):

- **raziskave in razvoj:** tehnologija, ki jo ima podjetje v lasti, predstavlja osnovni vir razlikovanja na trgu in potencial za doseganje dobičkov. Novoustanovljena visokotehnološka podjetja so zaradi svoje fleksibilnosti bolj inovativna kot uveljavljena podjetja in zato bolj usmerjena v razvoj novih tehnologij. Poleg tega se bolj osredotočajo na tehnološke potrebe kupcev ter se nanje tudi hitreje odzovejo. Čeprav imajo večja podjetja na voljo več virov za financiranje razvoja, so novoustanovljena

visokotehnološka podjetja v prednosti, ko je tehnološko področje raziskav dovolj dobro in ozko opredeljeno;

- **proizvodnja:** zaradi svoje majhnosti hitro rastoča novoustanovljena visokotehnološka podjetja ne morejo izkoriščati ekonomije obsega, ki je prisotna v masovni proizvodnji, zato so na tem področju v prednosti srednje velika ter predvsem velika tehnološka podjetja;
- **trženje:** zaradi potenciala, ki ga prinašajo inovativni proizvodi, se hitro rastoča tehnološka podjetja zelo zgodaj usmerijo na mednarodne nišne trge, kjer poskušajo čim boljše izkoristiti svojo tehnološko konkurenčno prednost. Zaradi majhnosti podjetja pa je usklajevanje trženjskih dejavnosti na širokem geografskem področju izredno težavno. Zaradi tega večina hitro rastočih tehnoloških podjetij deluje na medorganizacijskih trgih, saj jim majhnost močno otežuje preboj na trg končnih potrošnikov. Podobno kot v primeru proizvodnje so zato tudi v primeru trženja v prednosti večja tehnološka podjetja.

Novoustanovljena visokotehnološka podjetja delujejo v »pravem« podjetniškem okolju, kjer se razvijajo najnovejše tehnologije in so prisotne visoko motivirane podjetniške osebe. Številne razvite ekonomije novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem pripisujejo ključno vlogo pri oživljanju in razvoju nacionalnih gospodarstev (Park, 2005, str. 741).

**Podjetnik kot osrednji lik novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.** Podjetnik je oseba, ki združuje vire, delovno silo, materiale in druga sredstva tako, da ustvarja vrednost, ki je večja kot pred združitvijo. Za podjetnika je značilno, da nenehno vpeljuje spremembe, inovacije in nove ureditve v družbo, pri čemer ga vodijo potreba po novih dosežkih, eksperimentiranje, izpolnjevanje želja in beg pred tujo avtoriteto.

Podjetništvo je proces, v katerem podjetniki namenjajo svoj čas in prizadevanja, prevzemajo finančna, psihična in družbena tveganja za ustvarjanje nečesa novega, v zameno pa prejmejo pripadajoče nagrade v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti (Antončič et al., 2002, str. 30).

Podjetnik se loči od ostalih posameznikov predvsem po treh glavnih značilnostih:

1. **Želja po neodvisnosti** – Podjetniki veljajo za osebe, ki se težko prilagajajo obstoječim sistemom in s težavo priznavajo tujo avtoriteto nad sabo. To so osebe, ki želijo delati po lastnih pravilih in načelih, zaradi česar se tudi odločijo za ustanovitev lastnega podjetja. Mnogi raziskovalci so ugotovili, da podjetniška vloga nujno zahteva neodvisnost, saj le-ta vključuje prevzemanje odgovornosti za lastno presojo v nasprotju s slepim sledenjem drugim. Podjetnik je tisti, ki prevzema odgovornost za izrabo

priložnosti in je v končni fazi tudi odgovoren za doseženi rezultat, ki je lahko pozitiven ali negativen (Kušče, 2010, 33).

2. **Potreba po dosežkih** – Potreba po dosežkih odraža posameznikovo usmerjenost in željo dosežati težavne cilje bodisi z znanjem, izkušnjami ali vztrajanjem. Osebe z visoko potrebo po dosežkih sprejemajo zmerno zahtevne naloge, ki jim še vedno predstavljajo izziv, a so obenem v okviru njihovih zmožnosti. Njihovo največje zadovoljstvo pa je priznanje družbe za njihove dosežke. McClelland (1961) je v svojih raziskavah ugotovil, da imajo podjetniki v primerjavi z ostalimi posamezniki večjo potrebo po dosežkih, saj se običajno s podjetništvom začnejo ukvarjati prav tisti posamezniki, ki se želijo uveljaviti in imajo željo po priznanju.
3. **Nagnjenost k tveganju** – Večina študij opredeljuje podjetnika kot posameznika, ki je naklonjen tveganju. Po drugi strani pa sodobnejše raziskave kažejo, da podjetniki zavestno nimajo želje po sprejemanju visoke ravni tveganja. Kar pomeni, da se podjetniki ne zavedajo tveganja, kateremu so podvrženi z ustanovitvijo novega podjetja. Raziskave so pokazale, da na posameznikovo percepcijo tveganja vplivajo določene kognitivne pristranskosti (angl. *cognitive biases*), ki povzročajo, da podjetniki zaznavajo manjše tveganje pri ustanovitvi novega podjetja, kot je dejansko prisotno. Kognitivne pristranskosti predstavljajo kratke mentalne bližnjice (angl. *mental shortcuts*), s katerimi si posameznik pomaga pri opisu dejanskih pojavov. Najbolj tipične tovrstne kognitivne pristranskosti, ki vplivajo na percepcijo nižjega tveganja od dejanskega so pretirana samozavest (angl. *overconfidence*), iluzija kontrole (angl. *illusion of control*), slabo načrtovanje (angl. *the planning fallacy*) in zakon manjših števil (angl. *law of small numbers*) (Park, 2005, str. 743).

### 1.3 Proces ustanovitve visokotehnološkega podjetja

Proces ustanovitve visokotehnoloških podjetij lahko opišemo kot množico podjetniških aktivnosti v različnih fazah razvoja podjetja, ki z medsebojnim vplivom povzročajo veliko kompleksnost, neorganiziranost ali celo kaos. Usklajevanje podjetniških aktivnosti znotraj procesa ustanovitve visokotehnološkega podjetja je ključnega pomena za pridobivanje konkurenčne prednosti (Roininen & Ylinenpää, 2009, str. 506). Podjetniške aktivnosti v procesu ustanovitve podjetja pa se med podjetji lahko razlikujejo, saj so odvisne predvsem od okolja, v katerem podjetje nastaja, in podjetnikovih prizadevanj.

Vsak podjetniški proces se začne z odkritjem priložnosti, za katero obstaja prepričanje, da jo je mogoče poslovno izkoristiti. V nadaljevanju podjetniškega procesa pa je pozornost usmerjena predvsem v iskanje različnih virov, ki jih podjetje potrebuje v različnih fazah svojega razvoja. V procesu ustanavljanju novega podjetja igra pomembno vlogo podjetniška domišljija, s katero si podjetniki poskušajo predstavljati vse bodoče aktivnosti

in vire, ki naj bi jih visokotehnološko podjetje potrebovalo na poti svojega razvoja. Podjetniki, ki želijo z ustanovitvijo podjetja izkoristiti odkrito poslovno priložnost, si morajo znati dobro predstavljati proizvod ali storitev, ki ga imajo namen razviti, trg, ki si želi tak proizvod ali storitev, vire in sredstva, ki jih bo podjetje potrebovalo za svoj razvoj, in vse bodoče aktivnosti, ki jih bo podjetje moralo izvrševati (Keating & McLoughlin, 2010, str. 997).

V literaturi najdemo številne študije, ki poskušajo obrazložiti proces ustanovitve visokotehnoloških podjetij. Gartner (1985) poudarja štiri glavne dejavnike, ki jih je potrebno upoštevati pri procesu ustanavljanja podjetja: posameznike, ki so vključeni v ustanavljanje podjetja, aktivnosti, ki jih ti posamezniki izvajajo, organizacijsko strukturo in strategijo podjetja ter okolje, v okviru katerega podjetje nastaja. Van de Ven, Angle in Poole (1989) predlagajo, da je proces ustanavljanja podjetja mogoče analizirati z natančnim vpogledom v naslednje elemente:

1. Kako se poslovna ideja ali strategija razvija skozi čas?
2. Kdaj in kako nastanejo funkcionalne kompetence, ki bodo ključne za razvoj in trženje prvega lastnega proizvoda?
3. Kdaj in kako so funkcionalne kompetence ponovno uporabljene za razvoj novih proizvodov, ki so sestavni del prodajnega asortimana podjetja?
4. Kako vsi napor, usmerjeni v razvoj in poslovanje, vplivajo na podjetje?

Vesper (1990) ugotavlja, da je za ustanovitev visokotehnološkega podjetja potrebnih pet ključnih dejavnikov; tehnično znanje (angl. *technical know-how*), ideja za proizvod ali storitev, osebni stiki, viri podjetja in naročila kupcev. Katz in Gartner (1988) predlagata štiri dejavnike, ki naj bi nakazovali proces ustanovitve visokotehnološkega podjetja: izkazan namen za ustanovitev podjetja, kopičenje potrebnih virov za ustanovitev podjetja, vključitev podjetja v širše poslovno okolje in prodaja proizvodov in storitev (Carter, Gartner & Reynolds, 1996).

Raziskave Katza in Gartnerja (1988) so pokazale, da ne obstaja enoten vzorec oziroma zaporedje dogodkov pri procesu ustanovitve visokotehnoloških podjetij. Kljub temu pa je mogoče najti nekaj zakonitosti, ki veljajo za večino novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Najpogostejši prvi dogodek v procesu ustanovitve visokotehnoloških podjetij predstavlja zaveza posameznika, ki namerava ustanoviti podjetje. Najpogostejša zadnja dogodka pa sta prva zaposlitev in prva prodaja proizvoda ali storitve.

Zelo priljubljen model, ki podrobno opisuje različne faze v procesu ustanovitve visokotehnološkega podjetja, je razvil Deakins (1999). Po Deakinsovem modelu lahko proces ustanovitve visokotehnološkega podjetja razdelimo na pet faz:

1. **Formulacija ideje** – Podjetniki najpogosteje odkrivajo poslovne priložnosti s pomočjo izkušenj in sposobnosti, ki so si jih pridobili skozi formalno in neformalno šolanje ali v obliki delovnih izkušenj. Pridobljena znanja in izkušnje so edinstvena za vsakega posameznika, zato jim omogoča razumevanje in apliciranje določenih informacij na način, ki je ostalim nerazumljiv. Iz teh informacij nastajajo nove poslovne ideje, ki jih posamezniki poskušajo izkoristiti z ustanovitvijo podjetja. Shane in Venkataraman (2000) podobno zagovarjata dejstvo, da je izvor podjetništva v asimetriji informacij med različnimi posamezniki pri zaznavanju poslovnih priložnosti. Različni posamezniki imajo različne informacije in posledično različno odkrivajo poslovne priložnosti.
2. **Prepoznavanje priložnosti** – Ključni dejavnik v procesu ustanovitve visokotehnološkega podjetja je transformacija razvite ideje v poslovno priložnost, kar pa je največkrat odvisno od posameznikove notranje volje. Shane, Locke in Collins (2003) in Klofsten (2005) trdijo, da sta za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja potrebna močna notranja volja in motivacija posameznika. Pogosto se posamezniki želijo ukvarjati s podjetništvom zgolj v prostem času ali za hobi, kar pa je občutno premalo za uspešno realizacijo poslovne ideje.
3. **Priprave in načrtovanje za ustanovitev podjetja** – V fazi pred ustanovitvijo podjetja je ključnega pomena, da podjetnik preveri poslovno priložnost z vidika možnega financiranja in tržnega potenciala. V tej fazi se mora podjetnik odločiti tudi o strukturi visokotehnološkega podjetja. Podjetje lahko ustanovi podjetnik sam ali pa se odloči, da bo podjetje ustanovil skupaj z drugimi. V primeru, da podjetje ustanovi skupina posameznikov, je zaželeno, da se čim bolj osebno ujemajo, hkrati pa med seboj dopolnjujejo v znanju in izkušnjah.
4. **Ustanovitev podjetja in zagon** – Poslovne priložnosti niso vedno odkrite le s strani enega posameznika ali enega podjetja, ampak se v praksi podjetja pogosto ustanavlja v sodelovanju z drugimi podjetji ali inštitucijami. Novoustanovljena visokotehnološka podjetja so zaradi svoje neizkušenosti in neprepoznavnosti podvržena velikim oviram pri začetnem poslovanju. Ta podjetja imajo velike težave pri iskanju financiranja, začetni prodaji ali pri pogajanjih z dobavitelji, zato so prisiljena poiskati zaveznike, s katerimi si lahko izmenjuje informacije, znanje, sredstva in poznanstva. Hitt, Ireland, Camp in Sexton (2002) ugotavljajo, da so strateška zavezništva še posebej popularna pri vstopu na mednarodna tržišča. Za preživetje in uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja je bistvenega pomena, da je sposobno vzpostaviti mrežo partnerskih odnosov in poznanstev, s katerimi lahko tesno sodeluje (Roininen & Ylinenpää, 2009, str. 506–508).

5. **Razvoj podjetja po ustanovitvi** – V fazi, ko se visokotehnološko podjetje šele pripravlja za vstop na trg, je pravočasnost vstopa na tržišče izrednega pomena. Podjetja, ki prva vstopajo na trg z inovativnim proizvodom ali storitvijo, lahko pričakujejo nadpovprečne donose. Dejstvo, da so podjetja, ki vstopijo na trg prva, deležna nadpovprečnih dobičkov, velja le v primeru, ko vstopajo na zrelo tržišče ali na tržišče, ki ga je mogoče z minimalnimi naporji prepričati, da sprejme nov proizvod ali storitev. V primeru, da podjetje vstopa na tržišče, ki še ni zrelo za nov proizvod ali storitev, je potrebno potencialne kupce najprej izobraziti o vseh prednostih, ki jih nov proizvod ali storitev prinaša. To pa je pogosto zelo dolgotrajen in drag proces, ki ne prinaša vedno pozitivnih poslovnih rezultatov. Zaradi tega dejstva so nekateri avtorji s področja razvoja novih proizvodov izpostavili tveganje, ki je prisotno pri strategiji »pionirskega podjetja«, in ugotovili, da je lahko »strategija imitatorja« na dolgi rok donosnejša.

Posameznik, ki gre skozi proces ustanavljanja lastnega podjetja, doživlja izkušnje, polne navdušenja, razočaranja, strahu in trdega dela. Raziskave kažejo, da je stopnja neuspeha visokotehnoloških podjetij v prvih dveh letih delovanja kar 30 %, zato predstavlja ustanovitev uspešnega visokotehnološkega podjetja velik izziv (Townsend, Busenitz & Arthurs, 2010, str. 193). V primerih neuspeha pa so finančna in čustvena tveganja lahko zelo visoka (Antončič et al., 2002, str. 29–30). Pregled dejavnikov, ki imajo vpliv na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, podajam v nadaljevanju.

## **2 DEJAVNIKI USPEHA NOVOUSTANOVLJENEGA VISOKOTEHNOLOŠKEGA PODJETJA**

### **2.1 Opredelitev uspešnosti novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja**

Uspeh lahko opredelimo kot dosežek nečesa, kar si posameznik zastavi, želi, planira ali poskuša. Z višanjem zastavljenih ciljev si posameznik znižuje možnost njihovega uresničevanja in hkrati povečuje tveganje neuspeha. Iz zgornje opredelitve lahko sklepamo, da je uspeh subjektivna ocena vsakega posameznika, še posebej v primerih, ko posameznik ocenjuje lastno uspešnost. V primeru ustanavljanja in vodenja novega podjetja si posamezniki zastavljajo različne kriterije, po katerih merijo uspešnost lastnega podjetja. Ti kriteriji so lahko kvalitativni ali kvantitativni.

1. **Kvalitativni kriteriji:** preživetje novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, samozaposlitev lastnika, prva prodaja idr.

2. **Kvantitativni kriteriji:** stopnja donosa, povečanje prodaje, prihodkov in dobička, povečanje dodane vrednosti, povečanje tržnega deleža, rast števila zaposlenih, dolgoročna rast in uveljavitev podjetja idr.

Avtorji raziskav s področja ocenjevanja uspešnosti novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij najpogosteje uporabljajo kvantitativne kriterije pri svojih analizah in študijah. Najpogostejši kvantitativni kriterij merila uspešnosti novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, ki se pojavlja v literaturi, je zagotovo stopnja donosa na investicijo (angl. *return on investment – ROI*). Tsai, Macmillan in Low (1991) po drugi strani zagovarjajo tržni delež kot najboljše merilo uspešnosti novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, saj predstavlja neposreden kazalec zaželenosti novega proizvoda ali storitve. Tudi letna višina prodaje se v literaturi pogosto pojavlja kot kazalec uspešnosti novih podjetij, saj so podatki o višini prodaje javni, široko dostopni in enostavno merljivi (Kakati, 2003, str. 449).

Vsi našteti kriteriji ocenjevanja uspešnosti novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij pa nimajo velike pojasnjevalne vrednosti, v kolikor se jih analizira individualno. Zato večina aktualnih raziskav s področja ocenjevanja uspešnosti novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij uporablja kombinacijo več kriterijev. Tudi sam sem se pri izbiri dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja osredotočil na tiste dejavnike, ki vplivajo na povečanje vsaj enega izmed kvantitativnih ali kvalitativnih kriterijev ocenjevanja uspešnosti novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

## **2.2 Kje in zakaj se ocenjuje uspešnost novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij**

Na začetku svoje poslovne poti so novoustanovljena visokotehnološka podjetja usmerjena zgolj v preživetje, saj jim primanjkujejo primerne izkušnje, znanje, kapital ter utečena poslovna strategija. Omenjene pomanjkljivosti, s katerimi se novoustanovljena visokotehnološka podjetja soočajo se v literaturi označujejo kot slabost novosti in predstavljajo glavni razlog za visoko raven tveganja, ki je v tovrstnih podjetjih prisotno. V zameno za visoko tveganje pa se pričakuje nadpovprečne donose, ki pa jih je mogoče zagotoviti zgolj s poslovno uspešnostjo novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Uspešnost novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja tako predstavlja edini kriterij, ki zagotavlja koristi prav vsem subjektom, ki so bodisi posredno ali neposredno povezani s podjetjem:

1. **Lastniki** – kapitalski donos
2. **Zaposleni** – višje plače, dodatki, bonusi, ...
3. **Posojilodajalec** – povračilo glavnice in pripadajoče obresti
4. **Država** – več pobranih davkov, več zaposlenih, višja dodana vrednost, povečan izvoz, povečana konkurenčnost, višja gospodarska rast, ...

Zato je v interesu vsakega udeleženca pridobiti čim bolj natančno oceno o potencialnem uspehu novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, v katerega imajo namen vlagati svoj čas, trud in denar.

Ocenjevanje potencialne uspešnosti novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja se v formalni obliki najpogosteje izvaja s strani finančnih subjektov, ki se želijo prepričati o smotrnosti svoje naložbe:

**Banke** – V zameno za posojilo zahtevajo banke poleg vračila glavnice in plačila obresti tudi stroga bančna zavarovanja v obliki zasebnih menic, hipotek ali drugih oblik zavarovanja. V primeru bolj tveganih naložb zahtevajo tudi predložitev poslovnega načrta, terminskega načrta in finančnih kalkulacij, s katerimi se še dodatno prepričajo o smotrnosti naložbe. V večini primerov se opravi tudi osebni intervju z direktorjem podjetja, kjer se ocenjuje predvsem njegove sposobnosti in verodostojnost za uspešno izvedbo projekta (Nofsinger & Wang, 2011; Cassar, 2004; Bettignies & Brander, 2007).

**Skladi tveganega kapitala** – Za pridobitev investicije preko sklada tveganega kapitala (angl. *venture capital*) mora novoustanovljeno visokotehnološko podjetje skozi ostra merila ocenjevanja potencialne uspešnosti. Poleg predložitve izčrpnega poslovnega načrta z natančnim terminskim načrtom in realnimi finančnimi kalkulacijami se opravi številne osebne intervjuje z vsemi člani menedžment tima. Izmed stotine novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, ki se prijavi za financiranje preko skladov tveganega kapitala, se običajno izbere le eno, za katero se meni, da ima največjo možnost dolgoročnega uspeha. Novoustanovljena visokotehnološka podjetja morajo skozi ostre kriterije, preden jim rizični skladi odobrijo finančne vložke v obliki tveganega kapitala, predvsem zato, da se izognejo morebitnemu neuspehu in s tem nedonosni naložbi. Večina skladov tveganega kapitala uporablja zelo sorodne kriterije za ocenjevanje potencialnega uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, vendar obstajajo razlike med njimi predvsem glede teže, ki jo namenjajo posameznim kriterijem. Najpogostejši kriteriji, ki jih uporabljajo rizični kapitala pri presoji potenciala za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, so naslednji (Nofsinger & Wang, 2011; Chang, 2004):

- Značilnosti podjetnika ali podjetniškega tima (kreativnost, inovativnost, motivacija, ...)
- Sposobnosti podjetja (menedžerske, tehnične, marketinške, ...)
- Strategija
- Karakteristike proizvoda ali storitve (inovativnost, zaščita, uporabnost, ...)
- Tržni potencial
- Finančni vidik (likvidnost, izhodna strategija, ...)
- Dosedanji kazalci (prodaja, tržni delež, stopnja donosa, ...)



**Poslovni angeli** – Podobno kot pri skladih tveganega kapitala mora novoustanovljeno visokotehnološko podjetje skozi ostra merila ocenjevanja, če želi pridobiti financiranje s strani poslovnih angelov (angl. *business angels*). Tudi pri poslovnih angelih se izmed stotine novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij izbere le eno podjetje, za katero se meni, da ima največjo možnost za uspeh (Nofsinger & Wang, 2011; Maxwell, Jeffrey & Levesque, 2011).

**Lokalni in nacionalni razpisi** – Prijava na razpis za podelitev povratnih ali nepovratnih sredstev običajno zahteva predložitev opisa projekta, poslovni načrti, terminski načrt in finančne kalkulacije. Osebni intervjuji so običajno zelo redki. Država nima tako strogih kriterijev financiranja kot pri skladih tveganega kapitala ali poslovnih angelih, vendar so zneski sofinanciranja občutno nižji, število sofinanciranih podjetij pa višje.

### **2.3 Dejavniki, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja**

Podjetniški proces se odvija v izredno negotovem poslovnem okolju, zato je pri vpeljavi novih proizvodov, storitev, poslovnih procesov in poslovnih modelov nemogoče natančno predvideti vse izide sprejetih poslovnih odločitev (Douglas, 2009, str. 4). Prav zaradi tega dejstva se postavlja vprašanje, kateri so tisti dejavniki, ki najbolj vplivajo na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. To vprašanje je pomembno tako z vidika posameznika ali posameznikov, ki želijo svoj trud in čas nameniti za uspešno realizacijo poslovne ideje, kot tudi z vidika javnih in privatnih inštitucij, ki želijo takšno idejo finančno podpreti. V praksi se večino novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij bolje opiše kot direkten kaos, kot pa urejen proces (Chorev & Anderson, 2006, str. 165). Kljub temu pa se v literaturi pojavljajo številne metode ocenjevanja novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, ki se med seboj razlikujejo predvsem glede opredelitve in razvrstitve ključnih dejavnikov, ki pomembno vplivajo na uspeh ali neuspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Večina literature tudi nakazuje, da ne obstaja samo en glaven dejavnik, ki bi vplival na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, ampak zmes številnih dejavnikov, ki sooblikujejo njegovo usodo. Cunningham (2000) denimo pripisuje večjo težo za neuspeh poslovnim razlogom kot pa razlogom, ki so povezani s tehnologijo. Bell in McNamara (1991) razlagata, da je ključne dejavnike uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij mogoče razvrstiti glede na Bell Masonov model, v katerem so dejavniki razvrščeni v štiri glavne skupine.

Tabela 1 ponazarja razvrstitev dejavnikov uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij po modelu Bell Mason. Dejavniki uspeha so razvrščeni v štiri glavne skupine: tehnologija in proizvod, trženje in prodaja, ljudje ter finance in nadzor. Vsaka skupina pa je nato podrobneje opisana še s pomočjo treh poddejavnikov.

*Tabela 1: Razvrstitev dejavnikov po modelu Bell Mason*

<b>Tehnologija/proizvod</b>	<b>Trženje/prodaja</b>	<b>Ljudje</b>	<b>Finance/nadzor</b>
Tehnologija (raziskave in razvoj)	Poslovni načrt	Direktor	Nadzor
Proizvod/storitev	Trženje	Tim	Finance
Proizvodnja	Prodaja	Upravni odbor	Denar

*Vir: S. Chorev in A. R. Anderson, Success in Israeli high-tech start-ups; Critical factors and process, 2006, str. 165.*

Tudi MacMillan et al. (1987) razvrščajo glavne dejavnike uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij v štiri skupine: podjetnik, proizvod, trg in finance. Kakati (2003) je zaradi slabe napovedne moči obstoječih modelov dodal še dva dejavnika, ki imata po njegovem mnenju ključni vpliv na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij: sposobnost, ki je vezana na razpoložljive vire in konkurenčno strategijo. Cooper (1994) je izbral nekoliko drugačen pristop ter formiral štiri glavne skupine dejavnikov, ki napovedujejo uspešnost novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja: človeški kapital, znanje o upravljanju, znanje, vezano na specifično panogo, in finančni kapital. Davidson in Klofsten (2003) navajata osem glavnih dejavnikov: poslovno idejo, proizvod, trg, organizacijo, ključna znanja tima, ključne motivacijske dejavnike tima, odnose s strankami in ostale odnose.

Večino naštetih dejavnikov lahko uvrstimo v dve večji skupini. Notranji dejavniki so tisti dejavniki, na katere ima novoustanovljeno visokotehnološko podjetje neposreden vpliv in jih lahko z dobrimi poslovnimi odločitvami obrne sebi v prid. Zunanji dejavniki pa so tisti dejavniki, na katere novoustanovljeno visokotehnološko podjetje nima neposrednega vpliva in se jim zato mora prilagoditi. Zunanje dejavnike predstavlja predvsem družbeno, kulturno in politično okolje, v katerem novoustanovljena visokotehnološka podjetja poslujejo.

## **2.4 Notranji dejavniki**

V literaturi (Ensley et al., 2003; Gimmon & Levie, 2010; Chorev & Anderson, 2006; Jo & Lee, 1996; Lee & Tsang, 2001; Kakati, 2003; Pena, 2002; Stuart & Abetti, 1990; Cooper, 1994; Sambasivan et al., 2009) se posamezniku pripisuje osrednjo vlogo v podjetniškem procesu in tako predstavlja enega glavnih notranjih dejavnikov, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Ne smemo pa pozabiti, da za uspešnim novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem običajno stoji kolektivni napor, ki ga predstavlja skupina posameznikov z različnimi znanji in izkušnjami, ki sooblikujejo ustanovitveni tim. Poleg človeške komponente imajo na uspeh novoustanovljenega

visokotehnološkega podjetja močan vpliv tudi nekatere notranje značilnosti podjetja. Najbolj tipični notranji dejavniki, ki imajo neposreden vpliv na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, so navedeni v nadaljevanju.

#### **2.4.1 Poslovna priložnost**

Priložnost definiramo kot sklop koristnih okoliščin za določen namen. Priložnost nastane v trenutku, ko vzpostavimo povezavo med obstoječim in želenim stanjem v nekem procesu. Če se dejanje izvede tudi s stopnjo koristnosti in dobičkom, govorimo o podjetniški (poslovni) priložnosti.

Nove podjetniške priložnosti nastajajo zaradi številnih sprememb v vsakdanjem življenju. Dejavnik časa je eden ključnih dejavnikov pri razvoju nove podjetniške priložnosti. Sledijo mu še ostali dejavniki (Pšeničny et al., 2000, str. 92–93):

- tehnološka odkritja in trendi v obstoječi tehnologiji,
- demografske spremembe, povezane s ciljno skupino,
- življenjski slog in spreminjanje okusov,
- ekonomski trendi na mikro in makro ravni,
- spremembe v vladni zakonodaji,
- razpoložljivost virov za proizvod.

Eno najpogostejših vprašanj, ki ga je moč zaslediti med bodočimi podjetniki, je vprašanje, kako poiskati dobro podjetniško idejo. Do idej največkrat prihajamo po naključju, s t.i. prebliski. Ideje se nam pojavljajo ob delu, pri vsakodnevnih hobijih, pri opazovanju pojavov in problemov okrog nas. Potrebno se je le naučiti, kako te ideje izrabiti sebi v prid in iz njih razviti poslovno dejavnost oziroma posel. Dober podjetnik vedno pozorno opazuje svoje okolje, s čimer se nenehno uči in postavlja nova vprašanja o podjetniških problemih. Za dobro idejo mora biti pripravljen vložiti ves napor, da ideja preide v čimprejšnje udejanjenje. Dobra poslovna ideja pa je lahko le, če je dobro premišljena in formulirana, hkrati pa naslavlja zaznano tržno potrebo

#### **2.4.2 Podjetnik**

Večina literature se pri analizi dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja osredotoča prav na karakteristike podjetnika. Večina avtorjev tako razlaga, da podjetniki posedujejo »posebne« kvalitete, ki jim pomagajo pri vodenju novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij.

V literaturi se podjetniku pripisuje osrednjo vlogo v podjetniškemu procesu in tako predstavlja eden glavnih dejavnikov uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Roberts (1991a) opisuje vlogo in aktivnosti podjetnika kot glavnega generatorja

inovativnosti. Oakey (2003) poudarja, da je tehnično usmerjen podjetnik glavno gonilo tehnološkega razvoja. Kakati (2003) po drugi strani poudarja vlogo, ki jo ima podjetnik pri zbiranju virov in sredstev. Podjetniška vloga je sestavljena iz zmesi tehničnega znanja, menedžerskih sposobnosti in strasti (Chorev & Anderson, 2006, str. 165).

Uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja ne zagotavlja zgolj ena prevladujoča lastnost podjetnika, temveč zmes številnih lastnosti, ki sooblikujejo uspešnega podjetnika. Nekaj najpogostejših lastnosti podjetnika, za katere se ocenjuje, da pozitivno vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja so naslednje:

#### 2.4.2.1 Značaj in motivacija

Poleg znanja, spretnosti, sposobnosti in izkušenj ima na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja zelo pomemben vpliv tudi osebna motivacija podjetnika. Značaj in ambicija podjetnika določata njegovo končno vztrajnost in predanost pri doseganju zastavljenih ciljev. Podjetniki, ki imajo močan značaj in visoko motivacijo pri premagovanju začetnih ovir pri ustanavljanju novega podjetja, bodo izkazovali boljše poslovne rezultate kot tisti, ki tovrstne motivacije ne izkazujejo (Pena, 2002, str. 183).

#### 2.4.2.2 Potreba po dosežkih

Potreba po dosežkih (angl. *need for achievement*) odraža posameznikovo usmerjenost in željo dosegati težavne cilje bodisi z znanjem, izkušnjami ali vztrajanjem. V skladu z McClellandovo (1961) teorijo imajo posamezniki z visoko potrebo po dosežkih tri osnovne značilnosti (Antončič et al., 2002, str. 87):

1. Prevezemajo osebno odgovornost za reševanje problemov, določanje ciljev in doseganje ciljev z lastnimi prizadevanji.
2. Sprejemajo zmerno tveganje, ki je odvisno od njihovih znanj in veščin in ne naključja.
3. Poznajo rezultate delovnih dosežkov.

Njegova teorija predvideva, da zahteva vodenje lastnega podjetja človeka, ki je zmerno nagnjen k prevzemanju tveganja, prevzema odgovornost za lastno uspešnost, previdno spremlja povratne informacije ter razvija inovativne proizvode ali storitve. Osebe z visoko potrebo po dosežkih sprejemajo zmerno zahtevne naloge, ki jim še vedno predstavljajo izziv, a so obenem v okviru njihovih zmožnosti. Njihovo največje zadovoljstvo pa je priznanje družbe za njihove dosežke. McClelland (1961) je v svojih raziskavah ugotovil, da imajo podjetniki v primerjavi z ostalimi posamezniki večjo potrebo po dosežkih, saj se običajno s podjetništvom začnejo ukvarjati prav tisti posamezniki, ki se želijo uveljaviti in imajo željo po priznanju. Empirične raziskave kažejo, da so posamezniki z visoko potrebo po dosežkih pogosto uspešnejši pri vodenju svojih podjetij, kot tisti, ki imajo nižje izražene

potrebe po dosežkih (Lee & Tsang, 2001; Collins, Locke & Hanges, 2000; Miner, Smith & Bracker, 1989).

#### 2.4.2.3 Samoučinkovitost

Posamezniki, ki vstopajo v podjetništvo, imajo zelo omejena znanja, izkušnje in sposobnosti, zato je začetno samozaupanje posameznika v lastno znanje in sposobnosti še toliko bolj pomembno za uspešno doseganje zastavljenih podjetniških ciljev. Podjetniška samoučinkovitost je opredeljena kot moč osebnega prepričanja o lastnih zmožnostih uspešnega izvajanja različnih nalog in vlog. Te vloge in naloge so z različnih področij podjetniškega delovanja: trženje, inovacije, menedžment, prevzemanje tveganja in finančni nadzor. Na zaznavanje samoučinkovitosti lahko morda gledamo kot na značilnost, ne glede na to, ali je prirojena ali pridobljena. Zaradi tega obstaja možnost, da je zaznavanje samoučinkovitosti res prava razlikovalna osebnostna značilnost podjetnika (Antončič et al., 2002, str. 88–89).

Koncept podjetniške samoučinkovitosti (angl. *self-efficacy*) je grajen okrog spoznanja, da podjetniki potrebujejo občutek samozavesti pri vodenju novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Boyd in Vozikis (1994) razlagata, da igra samoučinkovitost močno vlogo pri razvoju podjetniških namer in delovanju. Nekateri drugi avtorji pa ugotavljajo, da podjetniki, ki jih žene želja po samoučinkovitosti, pogosto ustanovijo podjetje, še preden se jim pojavi dejanska podjetniška priložnost (Park, 2005, 742). Taki podjetniki so posledično tudi dejansko bolj dovzetni za iskanje novih poslovnih priložnosti, kar pozitivno vpliva na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, ki ga vodijo.

Zaznavanje lastne samoučinkovitosti vpliva na način obnašanja, razmišljanja in stopnjo motiviranosti. Osebe, ki zaznavajo sebe kot samoučinkovite, so ambiciozne in sprejemajo težke naloge, na katere gledajo kot na izzive, s katerimi se je potrebno spopasti. Ljudje z višjo stopnjo samoučinkovitosti si postavljajo visoke cilje in verjamejo v njihovo uresničitev ter izrabljajo poslovne priložnosti pogosteje od drugih. Imeti morajo zaupanje v lastno presojo, saj se velikokrat spopadajo s skeptičnim in nezaupljivim mnenjem večine. Iz povedanega lahko sklepamo, da stopnja samoučinkovitosti posameznika pozitivno vpliva na uspeh izvajanja zastavljenih podjetniških aktivnosti, kar povečuje možnost uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, vendar pa za to trditev ne obstajajo potrjene empirične raziskave.

#### 2.4.2.4 Sposobnost zaznavanja in izkoriščanja podjetniških priložnosti

Sposobnost zaznavanja dobrih poslovnih priložnosti z vidika posameznika predstavlja pomemben dejavnik vključevanja v podjetništvo.

Novoustanovljena visokotehnološka podjetja so ključni instrument, s pomočjo katerega lahko bolje izkoriščamo podjetniške priložnosti. Posamezniki izkazujejo različno zmožnost ustvarjanja ali prepoznavanja in izkoriščanja dobrih poslovnih priložnosti in le redki dejansko zmorejo pravo idejo razviti v inovativno priložnost in jo v različnih oblikah ustvarjalno ponuditi na trgu.

Uspeh novoustanovljenega visokotehnološka podjetja pa je v veliki meri odvisen prav od sposobnosti zaznavanja in izkoriščanja poslovnih priložnosti. Sposobnost zaznati pravo priložnost je ena glavnih lastnosti, ki loči uspešne podjetnike od neuspešnih. Baron (2006) trdi, da prav izbira priložnosti predstavlja najpomembnejši korak v vsakem podjetniškem procesu. Po Baronu (2006) obstajajo tri pomembni dejavniki, ki vplivajo na kvaliteto zaznavanja poslovnih priložnosti (Sambasivan et al., 2009, str. 799):

1. udeležba k aktivnemu iskanju poslovnih priložnosti;
2. dovzetnost do poslovnih priložnosti oziroma sposobnost zaznavanja poslovnih priložnosti, ko se le-te pojavijo;
3. predhodno znanje o področju, v katerem se išče poslovno priložnost.

Gonilo ustvarjalnega procesa so ideje. Tudi podjetniška aktivnost se prične s podjetniško idejo. Vsi ljudje imajo ideje, vendar so le redki med njimi sposobni v dobri ideji prepoznati tudi poslovno priložnost, še redkejši so tisti, ki znajo to poslovno priložnost izkoristiti, tako da jim prinaša dolgoročno vrednost (Rebernik, Tominc in Pušnik, 2007, str. 7).

Pšeničny et al. (2000) navajajo nekaj možnih virov za poslovne ideje:

- trenutno delovno okolje podjetnika,
- prejšnja zaposlitev,
- uspešni podjetniki in podjetja,
- domači in mednarodni sejmi,
- revijalni tisk za določeno dejavnost,
- strokovna literatura in publikacije,
- svetovalci za menedžment in podjetništvo,
- lokalni in regionalni centri za pospeševanje podjetništva,
- druge neformalne oblike podjetniških združenj, klubi itn.,
- družabni dogodki, raziskovalne in inovativne aktivnosti,
- vrednotenje in ocenjevanje problemov v podjetju,
- lastni hobiji in nenavadne situacije itn.

Sposobnost zaznavanja poslovnih priložnosti pa se ne konča ob ustanovitvi podjetja, temveč je pomembna aktivnost, ki mora spremljati podjetje skozi celoten življenjski cikel.

Za doseganje dolgoročnega uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja morajo biti podjetniki vključeni v kontinuiran proces iskanja poslovnih priložnosti.

#### 2.4.2.5 Usposobljenost

Podjetja, ki jih ustanavljajo posamezniki, ki so bolj usposobljeni za vodenje novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, bodo izkazovala boljše poslovne rezultate kot pa tista podjetja, ki jih vodijo posamezniki brez pravih podjetniških kompetenc. Na usposobljenost podjetnika vplivajo predvsem štiri pomembne lastnosti; podjetnikovo znanje, predhodne izkušnje, sposobnost pridobivanja informacij in stopnja izobrazbe.

**Podjetnikovo znanje.** Za podjetnike je značilno, da v različnih obdobjih rasti podjetja potrebujejo različna znanja, zato je potrebno, da neprestano razvijajo potrebo po znanju (Tajnikar, 2000). Način pridobivanja znanja pa je za vsakega podjetnika specifičen. Najpogosteje se podjetnik uči iz tistega, v čemer je najboljši. Uspešni podjetniki neprestano razvijajo sposobnosti, zmožnosti in tehnike ter pridobivajo specifična znanja za potrebe preživetja in inoviranja novih podjetniških priložnosti v svoji dejavnosti. Jamstvo za rast podjetja v obdobju zagona so namreč vizija, vztrajnost, mreženje, pozitivna naravnost do lastne podjetniške ideje in sposobnost reševanja problemov. Formalna izobrazba podjetniku tega ne prinese.

Običajno pa podjetnik nima veliko časa za pridobivanje znanja, predvsem zaradi sprotnega reševanja vsakodnevnih težav. Sposobnost ustvarjanja vrednosti s pomočjo razpoložljivega znanja je vedno odvisna od znanja podjetnika samega.

Podjetniki, ki imajo strokovno znanje s tehničnih področij, so običajno uspešnejši pri vodenju visokotehnoloških podjetij kot podjetniki, ki jim tovrstno znanje primanjkuje. Roberts (1991b) ugotavlja, da podjetnikove predhodne tehnične izkušnje pozitivno vplivajo na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Podobno tudi Colombo in Grilli (2009) odkrivata, da strokovno tehnično znanje vpliva na velikost novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij (Gimmon & Levie, 2010, str. 1217).

Novoustanovljena visokotehnološka podjetja, ki temeljijo na znanju, uspešno pridobivajo in ustvarjajo konkurenčne prednosti, predvsem zato, ker je proizvode in storitve, za katere razvoj zahteva velike vložke znanja zelo težko posnemati. To omogoča podjetju diferenciacijo in pozitivno vpliva na poslovno uspešnost.

**Sposobnost pridobivanja informacij.** Za uspešno vodenje novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja mora biti podjetnik sposoben zbirati in procesirati širok spekter informacij, ki se nanašajo na preference kupcev, tehnologijo, dobavitelje, tržne

razmere in drugo. Nekateri menijo, da je potreba po zanesljivih tržnih informacijah najbolj pomembna prav v začetnih fazah ustanavljanja podjetja. V fazi rasti podjetja podjetnik že pridobiva informacije v obliki povratnih informacij pri prodaji. V kasnejših fazah pa bo podjetnik najverjetneje namenil tudi dodatna sredstva za tržne raziskave in inovacije proizvoda. Tako je zgodnja rast podjetja, ki je osnova za poznejšo diverzifikacijo in ekspanzijo, najverjetneje zasnovana na informacijah, ki jih dobi podjetnik, preden začne ustanavljati podjetje. Bolj kot je ta predhodna tržna raziskava točna in dobro zasnovana, boljše so možnosti za rast in razvoj novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (Trop, 2000, str. 81).

Eden izmed vzrokov za visoko stopnjo neuspeha novih podjetij je tudi razlika v načinu zbiranja in uporabi informacij na trgu. Številne raziskave so pokazale, da je uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij in njihovih novih proizvodov pozitivno povezan s stopnjo zbiranja in uporabe tržnih znanj in informacij. Podjetja, ki so pripravila poslovni načrt, še preden so dejansko nastopila na trg z novim proizvodom, so bila podvržena nižjemu tveganju neuspeha kot podjetja, ki niso formalno zbirala informacij s strani trga. Številni avtorji ugotavljajo, da zbiranje informacij o potencialnih kupcih skozi interakcijo s strankami pozitivno vpliva na uspeh in razvoj novih proizvodov in posledično na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij (Song, Wang & Parry, 2010, str. 557–558).

Kvalitetni in dolgoročni odnosi s poslovnimi partnerji so ključnega pomena za uspešno poslovanje vsakega podjetja. Z dostopom do poslovnih socialnih mrež so podjetniku na voljo številne informacije, izkušnje in znanja, ki mu sicer ne bi bile dostopne. Novoustanovljeno visokotehnološko podjetje, ki teži k vzpostavitvi dobrih poslovnih odnosov s svojimi bodočimi dobavitelji, strankami, finančnimi inštitucijami in drugimi poslovnimi partnerji, ima večjo možnost za uspeh kot podjetja, ki si za tovrstne povezave ne prizadevajo. Raziskave kažejo, da vzpostavitev kvalitetne poslovne socialne mreže pomembno vpliva na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, ki v njih sodelujejo (Serviere, 2010, str. 39).

**Predhodne izkušnje.** Delovne izkušnje predstavljajo pomemben vidik posameznikove usposobljenosti in veščin pri izrabi poslovnih priložnosti in uspehu novega podjetja. Pozitivni vidik prejšnjih zaposlitev je, da imajo podjetniki večjo verjetnost za uspeh, če ustanovijo podjetje v okviru področja, na katerem so že delali. Izkušnje, za katere se smatra, da imajo največji vpliv na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, so predvsem izkušnje, pridobljene z delom na vodstvenih pozicijah, izkušnje, pridobljene z ustanovitvijo novega podjetja v preteklosti, izkušnje o procesu ustanavljanja novega podjetja, pridobljene s strani družine, sorodnikov ali prijateljev, in izkušnje, pridobljene na preteklem delovnem mestu.



Izkušnje, ki jih je podjetnik pridobil z delom v preteklih organizacijah pomembno vplivajo na uspešnost upravljanja novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Stuart in Abetti (1990) definirata podjetniške izkušnje s področja upravljanja podjetij kot število predhodnih organizacij, v katerih je podjetnik sodeloval in vloge, ki jih je imel znotraj teh organizacij pred ustanovitvijo novega podjetja. Poleg tega ugotavljata, da imajo izkušnje s področja upravljanja pomemben vpliv na uspešnost novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (Jo & Lee, 1996, str. 162).

Raziskave so pokazale, da podjetniki z več menedžerskimi izkušnjami ustanavljajo hitreje rastoča podjetja kot posamezniki, ki tovrstnih izkušenj nimajo. Poleg tega, predhodne izkušnje z ustanavljanjem novega podjetja prav tako povečujejo verjetnost izrabe podjetniških poslovnih priložnosti. Raziskave tudi dokazujejo, da posamezniki s predhodnimi izkušnjami z ustanavljanjem podjetij vodijo hitreje rastoča podjetja (Širec, 2007, str. 69).

**Stopnja izobrazbe.** V literaturi se pojavljajo različne razlage glede vloge, ki jo ima podjetnikova stopnja izobrazbe na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Roberts (1991b) predlaga ponazoritev povezave med uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja in stopnjo izobrazbe z obrnjeno krivuljo v obliki črke U. V tem primeru ugotavlja, da se uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja povišuje vse do magistrske stopnje izobrazbe, nato pa začne padati z doktorsko stopnjo izobrazbe. Zgornje trditve podkrepi z dejstvom, da so visoko izobraženi akademiki usmerjeni predvsem v znanstveno raziskovanje, ki pa ni nujen pogoj za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Colombo in Grilli (2009) ugotavljata, da obstaja močna neposredna povezava med številom let izobrazbe s področja ekonomskih ved in rastjo novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij (Gimmon & Levie, 2010, str. 1217–1218).

#### 2.4.2.6 Mesto nadzora

Mesto nadzora (angl. *locus of control*) razumemo kot prepričanje posameznika, da ima ali nima vpliva na okolje, v katerem se nahaja. Ljudje z notranjim mestom nadzora so prepričani, da imajo vpliv na okolje, torej da so rezultati njihovih dejanj posledica lastnih odločitev in zmožnosti, medtem ko so ljudje z zunanjim mestom nadzora prepričani, da so rezultati njihovih dejanj odvisni predvsem od sreče in naključij. Ljudje, ki imajo močnejše izraženo notranje mesto obvladovanja in zaradi tega močnejši občutek nadzora nad dogajanjem v okolju, ki jih obdaja, bodo znali bolje izrabiti poslovne priložnosti od drugih. Za podjetnika je značilno, da ima močnejše izraženo notranje mesto obvladovanja, ki pa je odvisno predvsem od njegove percepcije, da lahko vpliva na okolje. Ljudje z notranjim mestom nadzora običajno dosegajo boljše poslovne rezultate, višjo rast svojih podjetij in višje zaslužke od zunanje orientiranih posameznikov (Brockhaus & Horwitz, 1986).

Posamezniki, ki verjamejo, da lahko vplivajo na okolje skozi svoja dejanja, so veliko bolj vztrajni pri podjetniških aktivnosti, tudi ko se pojavijo številne ovire in problemi, kar povečuje možnost uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Tovrstni posamezniki nosijo v sebi veliko željo po tem, da sami nadzirajo in vplivajo na svojo podjetniško usodo (Gatewood, Shaver & Gartner, 1995, str. 372)

### **2.4.3 Ustanovitveni tim**

Trgi z visokotehnološkimi proizvodi so izjemno dinamični in nestanovitni, zato je za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja ključnega pomena zmožnost ustanovitvenega tima, da se zna prilagoditi hitro spreminjajočim tržnim razmeram. Večji kot je nabor tehničnih in poslovnih znanj znotraj tima, večja je možnost uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Visoko rastoča novoustanovljena podjetja so redko ustanovljena s strani zgolj enega posameznika, ampak v 80 odstotkih primerih novoustanovljena visokotehnološka podjetja ustanavlja skupina posameznikov, ki oblikujejo ustanovitveni tim (Chorev & Anderson, 2006, str. 167).

Pogosto se sliši zgodbe o uspešnih podjetnikih, vendar za uspešnim novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem običajno stoji kolektivni napor, ki ga predstavlja skupina posameznikov z različnimi znanji in izkušnjami. Uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja je odraz sposobnosti ustanovitvenega tima, da na kreativen in koordiniran način izkorišča vse potencialne posameznikov znotraj tima. Raznolikost posameznikov znotraj tima in njihova hkratna pripadnost ter zadovoljstvo sta ključ do uspešnega novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Poleg raznolikih znanj in izkušenj, ki jih ponuja ustanovitveni tim, je za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja pogosto potreben tudi razumen konflikt med njegovimi člani. Odprta izmenjava mnenj in idej, objektivna interpretacija alternativ ter nasprotujoči si pogledi povzročajo nenehne konflikte znotraj tima, iz katerih pa se razvijajo kreativne ideje in rešitve. Hkrati pa konflikt lahko povzroča tudi nezadovoljstvo in jezo med udeleženci, kar negativno vpliva na uspeh tima in s tem uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (Ensley et al., 2002, str. 365–366). Učinkovit ustanovitveni tim potrebuje močno kohezijo in jasno kolektivno vizijo med njegovimi člani, da je hkrati zmožen izkoriščati prednosti, ki jih tovrstni konflikti prinašajo, obenem pa se uspešno izogniti morebitnim negativnim posledicam.

### **2.4.4 Tehnologija in proizvod**

Razvoj novega proizvoda, s katerim prvi vstopiš na trg, še ne zagotavlja uspešnosti novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Za dolgoročen uspeh mora novoustanovljena visokotehnološka podjetja, s kombinacijo tehničnega in tržnega znanja, znati zadovoljiti povpraševanje na trgu. Novoustanovljena visokotehnološka podjetja, ki ne

uspejo integrirati raziskovalnega in tržnega dela v inovacijski proces, so podvržena veliki možnosti neuspeha. Poleg tega pa mora biti tehnologija integrirana v celotno strategijo podjetja, v kolikor se želi doseči pozitivne rezultate (Chorev & Anderson, 2006, str. 167).

Sposobnost komercializacije tehnologije se nanaša na zmožnost čim širše uporabe razvite tehnologije v proizvodih in čim hitrejše uveljavitve teh proizvodov na trgu. Sposobnost komercializacije tehnologije lahko razčlenimo na tri ključne elemente (Chen, 2009, str. 93–95):

- **Hitrost komercializacije** – predstavlja sposobnost podjetja, da hitreje plasira na trg nove proizvode kot konkurenca. Hiter nastop na trgu je eden ključnih dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, še posebej v primerih, ko je življenjski cikel proizvodov zelo kratek in dostopnost do najnovejših tehnologij široka. Podjetje, ki nastopi na trgu prvo, lahko izkoristi nadpovprečne donose, ki jih prinaša začasni monopolni položaj. Hitrost komercializacije tehnologije bistveno vpliva na povečanje možnosti preživetja novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja in utrditvi položaja na trgu s povečanjem tržnega deleža.
- **Ciljni trg** – Razvoj visokotehnoloških proizvodov predstavlja visok strošek za novoustanovljeno visokotehnološko podjetje, zato je smotno, da se podjetje odloči za prodajo na čim širšem geografskem območju in si tako zagotavlja nižje stroške na enoto proizvoda. Razširitev ciljnega trga omogoča novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem, da ustvarjajo višje dobičke, povečujejo svojo konkurenčno prednost in posledično zvišujejo možnosti preživetja in nadaljnega razvoja.
- **Obseg tehnologije** – Trg visokotehnoloških proizvodov mora ponujati proizvode, ki so vse bolj tehnološko dovršeni, da lahko uspešno zadovoljujejo širok nabor strankinih zahtev. Novoustanovljena visokotehnološka podjetja morajo biti sposobna razvijati in integrirati vso potrebno tehnologijo, če želijo ohraniti svojo konkurenčno prednost in s tem dolgoročni uspeh podjetja.

Sposobnost komercializacije tehnologije omogoča novoustanovljenemu visokotehnološkemu podjetju zniževanje stroškov, izboljševanje kakovosti proizvodov in vpeljevanje novih tehnologij, kar povečuje konkurenčno prednost in pozitivno vpliva na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

#### 2.4.5 Trženje

Gardner, Johnson, Moonkyu in Wilkinson (2000) ugotavljajo, da ima trg visokotehnoloških proizvodov kar nekaj specifičnih lastnosti, med njimi tudi:

- visoko stopnjo nestanovitnosti,
- visoko stopnjo diferenciacije proizvodov,
- visoko stopnjo rasti trga,
- krajši življenjski cikel proizvodov,
- jasno sliko tehnologije prihodnosti,
- lažji vstop na trg,
- raznolikost dobaviteljev,
- ozaveščenost kupcev pri nakupu proizvodov.

Zaradi specifičnosti visokotehnoloških trgov je način vstopa na te trge bistvenega pomena za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Številne raziskave kažejo, da je za uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij priporočljivo, da vstopajo na hitro rastoče trge, pri čemer pa morajo biti pozorna na velikost trga, konkurenco, prihodkovni potencial in potencialne kupce. Mishra, Kim in Lee (1996) zatrjujejo, da obstaja pozitivna korelacija med velikostjo in rastjo trga in uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Nasprotno pa ugotavljata Stuart in Abetti (1987), da obstaja negativna povezava med privlačnostjo trga in uspehom novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Njuna študija je pokazala, da so bila podjetja, ki so vstopila na manjše in počasneje rastoče trge, uspešnejša od tistih na velikih in hitro rastočih trgih. To pripisujeta predvsem dejstvu, da je na manjših trgih prisotna manjša konkurenca in manjša možnost direktnega spopada z velikimi uveljavljenimi podjetji.

Cooper (1994) po drugi strani poudarja, da je pri vstopu novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja na trg pomembna specifičnost in inovativnost proizvoda, ki ga ponuja. To potrjuje z dejstvom, da imajo revolucionarni proizvodi visoko stopnjo diferenciacije in predstavljajo veliko oviro za vstop konkurence na trg. Poleg tega je z vidika novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij pomembno tudi čim boljše razumevanje trga in usmerjanje idej v proizvode in storitve, ki popolnoma zadovoljujejo tržne zahteve (Chorev & Anderson, 2006, str. 166).

## **2.5 Zunanji dejavniki**

V vsakem nacionalnem gospodarstvu se prepletajo družbeno, kulturno in politično okolje, ki lahko bodisi pospešuje ali zavira nastanek in uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Pod vplivom družbenega, kulturnega in političnega konteksta se oblikujejo številni dejavniki, ki zaznamujejo podjetniško aktivnost in njegov uspeh. Najpomembnejše tovrstne zunanje dejavnike, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, bom podrobneje analiziral v nadaljevanju.

### 2.5.1 Splošni gospodarski pogoji

V okvir splošnih gospodarskih pogojev štejemo vse trenutne in pričakovane bodoče splošne gospodarske pogoje in zakonodajo, ki lahko vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. V tem primeru se ugotavlja prijaznost ali neprijaznost okolja tako, da se analizira splošne gospodarske pogoje v državi in v konkretni panogi oziroma dejavnosti (Pšeničny et al., 2000, str. 214–216):

- **Splošni gospodarski pogoji** – imajo ključen vpliv na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, zato je za novoustanovljeno visokotehnološko podjetje zelo pomembno, v kateri fazi gospodarskega cikla se trenutno nahaja nacionalno gospodarstvo. Gospodarstvo, ki se nahaja v fazi prosperitete, bo zagotovo pozitivno vplivalo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, po drugi strani pa gospodarstvo, ki je v recesiji, običajno negativno vpliva na morebiten uspeh. Podjetnik mora biti sposoben oceniti, v kateri fazi se gospodarstvo trenutno nahaja in se temu primerno tudi prilagoditi.
- **Pogoji v konkretni panogi oziroma dejavnosti** – so z vidika uresničevanja podjetniške zamisli prav tako zelo pomembni. V primeru, da so razmere v panogi neugodne ali pa se kažejo negativni trendi, lahko to negativno vpliva na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Kljub temu pa neugodne razmere ali neugodna pričakovanja v panogi še ne pomenijo, da bo novoustanovljeno visokotehnološko podjetje zagotovo neuspešno. Novoustanovljeno visokotehnološko podjetje, ki na trgu ponuja take izdelke ali storitve, ki pokrivajo pravo tržno nišo, je lahko zelo uspešno kljub temu, da podjetje posluje v neperspektivni panogi. Tako podjetje lahko dosega visoke stopnje dobička, ki daleč presegajo povprečne stopnje dobička v panogi, v kateri posluje. Sandberg in Hofer (1987) ugotavljata, da podjetja, ki poslujejo znotraj branže, ki je nestanovitna, ima visoko stopnjo razvoja in proizvodne diferenciacije ter velike ovire za vstop, imajo večjo možnost poslovnega uspeha. Posledično ima izbira branže, v katerem bo novoustanovljeno visokotehnološko podjetje poslovalo, močan vpliv na njegov uspeh (Pena, 2002, str. 183–184).

### 2.5.2 Značilnosti lokalnega okolja

Tudi pogoji znotraj lokalnega okolja, v katerem novoustanovljeno visokotehnološko podjetje posluje, lahko pomembno vplivajo na končni uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, saj iz njega lahko izvirajo prvi potencialni kupci novega proizvoda ali storitve. V okviru lokalnega okolja so pomembne predvsem naslednje značilnosti (Pšeničny et al., 2000, str. 217):

- **Demografske značilnosti področja** – se nanaša na strukturo populacije, ki živi na določenem področju, njeno kupno moč, izobrazbeno strukturo in strukturo poklicev. Te informacije so pomembne za oceno pričakovanega obsega prodaje, njegove rasti, razpoložljivosti kadrov in velikost trga oziroma števila potencialnih kupcev. V ta okvir je smiselno vključiti tudi število podjetij na lokalnem področju, katere panoge pokrivajo, kakšne so njihove izkušnje z dobavitelji in lokalnimi bankami ter kakšne odnose so vzpostavila s svojimi strankami. Na lokalnem področju, kjer prevladuje dobro razvita podjetniška aktivnost, bo novoustanovljeno visokotehnološko podjetje naletelo na manj težav kot na podjetniško pasivnem področju. Posledično lahko pričakujemo, da večja podjetniška aktivnost na lokalnem področju pozitivno vpliva na poslovanje novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja in s tem na njegovo potencialno uspešnost.
- **Ekonomske razmere na lokalnem področju** – uspešnost novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja je v veliki meri odvisna tudi od ekonomske moči področja, v katerem bo podjetje poslovalo. V to skupino štejemo predvsem kupno moč lokalnega prebivalstva, njihovo zaposlenost in morebitno odvisnost od kakšnega velikega podjetja, katerega poslovanje je podvrženo sezonskim nihanjem.
- **Število prebivalstva in trendi** – uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja je bolj verjeten, če posluje na področju, kjer število prebivalstva kaže zdrave stopnje rasti. Višja stopnja rasti prebivalstva prinaša tudi rast števila potencialnih kupcev in s tem večjo verjetnost za uspeh in rast podjetja v prihodnje.
- **Splošna klima za podjetništvo** – ugodna lokalna klima za podjetništvo lahko bistveno pripomore k uspešnosti novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Splošno klimo predstavljajo odnos lokalne uprave in prebivalstva do podjetništva, razpoložljiva infrastruktura (transportne povezave, podjetniški inkubatorji, industrijske cone), kvaliteta bančnih in poslovnih storitev, trendi rasti kupne moči in število prebivalcev.

### 2.5.3 Kulturne in družbene norme

Država s svojimi institucijami ima pglavitno vlogo pri promoviranju ali zaviranju podjetniške aktivnosti znotraj nekega gospodarstva. Vpliv državnih institucij na spodbujanje podjetništva znotraj posamezne države lahko razdelimo na tri nivoje:

1. **Regulatorni nivo** – vladna politika, namenjena spodbujanju podjetniške aktivnosti
2. **Kognitivni nivo** – kolektivno družbeno ozaveščanje o podjetništvu
3. **Normativni nivo** – vrednostni sistem, ki ga ima družba do podjetništva

Regulatorni nivo posamezne države predstavlja vse norme, politike in regulacije, namenjene spodbujanju podjetniške aktivnosti. Te norme olajšajo in podpirajo posameznike, ki želijo ustanoviti novo podjetje ali vlagati v dodaten razvoj v že obstoječem podjetju. Poleg spodbujanja podjetniške aktivnosti so vladne politike namenjene tudi zniževanju potencialnega tveganja, ki ga prinašajo novoustanovljena visokotehnološka podjetja.

Kognitivni nivo gospodarstva predstavlja nabor kolektivnega znanja in sposobnosti posameznikov v družbi. Busenitz in Lau (1996) ugotavljata, da je znotraj nekaterih držav splošno znanje o možnostih ustanavljanja novega podjetja zelo razširjeno, hkrati pa opozarja, da v nekaterih državah posamezniki sploh niso informirani o tem, kako ustanoviti novo podjetje in ali obstajajo morebitni državni programi, ki spodbujajo novoustanovljena visokotehnološka podjetja pri svojem poslovanju.

Normativni nivo neke družbe predstavlja odnos posameznikov do inovativnega načina razmišljanja in podjetništva. Ta odnos se kaže predvsem v tem, kako znajo posamezniki ceniti nove ideje, ki se v družbi pojavljajo, in do katere mere spoštujejo in občudujejo podjetništvo kot načina življenja. V literaturi se že dolgo priznava, da ima kultura znotraj neke družbe, ki jo predstavljajo družbene norme, vrednote in prepričanja, močan vpliv na razvoj podjetništva. Baker, Gedajlovic in Lubatkin (2005) ugotavljajo, da ima odnos, ki ga imajo posamezniki do podjetništva, močan vpliv na podjetniško aktivnost v družbi. V primeru, da država ne izvaja zadostnih programov za spodbujanje podjetništva, obstaja večja verjetnost za neuspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (Serviere, 2010, str. 46).

Naklonjenost ali nenaklonjenost družbenih norm podjetništvu ima močan vpliv na morebiten uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Pozitiven odnos do ustanavljanja novega podjetja izvira iz kulture in subkulture, ki prevladuje v družbi, ter iz družine, učiteljev, vzornikov in prijateljev posameznika. Država bo s kulturo, ki spoštuje podjetniško iniciativo, »proizvedla« več uspešnih novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij kot tista s kulturo, ki je podjetništvu nenaklonjena.

Za uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij običajno ne zadostuje zgolj pozitiven odnos posameznega podjetnika do podjetništva, temveč tudi stopnja razvitosti podjetniške kulture v družbi, v kateri novoustanovljeno visokotehnološko podjetje nastaja. Podjetniška kultura predstavlja širši družbeni okvir, v katerem sta podrobno opredeljena odnos družbe in državnih inštitucij do podjetništva.

Razvitost podjetniške kulture je povezana s številnimi značilnostmi družbe, kot so (Glas & Pšeničny, 2000, str. 3):

- obstoj primernih modelov vlog v družbi,
- uveljavljene izkušnje z življenjskim ciklom kariere,
- socialno poreklo in socialna mobilnost,
- družinsko okolje,
- položaj družine v družbi,
- podedovanost podjetniške tradicije skozi več generacij,
- raven izobrazbenih dosežkov,
- negativni ali pozitivni vpliv sovrstnikov ali podobnih družbenih skupin,
- družbeno neupoštevanje podjetništva,
- nezadovoljstvo z velikimi in birokratskimi organizacijami.

#### **2.5.4 Vladna in ekonomska politika**

Zelo pomemben vpliv na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij ima tudi strategija vladne in ekonomske politike v državi. Vladna in ekonomska politika morata biti usmerjeni v nudenje podpore novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem tako, da so cilji strategij, inštitucij in programov storitev čim bolj enotni in usklajeni.

Priporočljivo je, da država organizira podporne programe, ki spodbujajo (Glas & Pšeničny, 2000, str. 233):

- razvoj poslovnega okolja,
- poenostavljanje postopkov in znižanje davkov,
- razvoj novih podjetij,
- dostop do finančnih virov,
- dostop do informacij in svetovanja,
- pomoč pri tehničnih in tehnoloških problemih,
- povezovanje med malimi, srednjimi in velikimi podjetji,
- razvoj distribucijskih mrež,
- podporo pri internacionalizaciji poslovanja.

#### **2.5.5 Infrastruktura**

Razvoj celovite infrastrukture, ki je namenjena podpori podjetniški iniciativi, je nujen pogoj za zagotavljanje dolgoročnega uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Z vidika razvoja podjetništva so pomembni predvsem trije sklopi infrastrukture (Kušče, 2010, str. 59–61):

- **Izobraževalni sistem** – Država, ki ponuja različne podporne programe, subvencije ali davčne olajšave podjetjem za usposabljanje študentov in podjetnikov na različnih ravneh zahtevnosti, lahko pripomore k boljšemu poslovanju novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij.



- **Poslovna in strokovna infrastruktura** – večina novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij se sooča s pomanjkanjem nekaterih strokovnih znanj in sposobnosti, za katera se pogosto odločijo poiskati pomoč v obliki različnih vrst svetovanja in izobraževanja. Pomembno je, da država zagotavlja kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo novoustanovljena visokotehnološka podjetja.
- **Fizična infrastruktura** – za novoustanovljena visokotehnološka podjetja sta pomembna predvsem razpoložljivost in nemoten dostop do fizične infrastrukture (poslovni prostori, ceste, komunikacijski in transportni sistemi, telekomunikacije, energetska in komunalna oskrba, ...), brez katere si je težko predstavljati normalno poslovanje podjetja. V kolikor je fizična infrastruktura dobro urejena in javne službe delujejo učinkovito, je poslovanje novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij bistveno olajšano.

### 2.5.6 Značilnosti trga

Za novoustanovljeno visokotehnološko podjetje je analiza tržnih razmer pomembna predvsem z vidika sposobnosti prilagajanja tržnih pravil in spreminjanje tržne strukture. Za novoustanovljeno visokotehnološko podjetje sta bistvenega pomena še velikost vstopnih pregrad in stopnja težavnosti uveljavljanja novih podjetij na trgu. V primeru, da so pregrade za vstop na trg nizke, je možnost uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja bistveno večja kot v primeru težavnega vstopa na trg.

### 2.5.7 Podporne inštitucije

Novoustanovljena visokotehnološka podjetja so zaradi pomanjkanja sredstev (angl. *resource poverty*) podvržena težkemu začetnemu poslovanju, saj so prisiljena poslovati v zelo omejenih finančnih, tehnoloških in menedžerskih pogojih (Chen, 2009, str. 95). Za povečanje možnosti uspeha si novoustanovljena visokotehnološka podjetja pogosto poiščejo zunanjo podporo. Najbolj pogosti podporni inštituciji, ki ponujata pomoč novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem, sta inkubator in tehnološki park.

#### 2.5.7.1 Inkubator

Inkubator je najpogostejša oblika podpornega okolja, ki nudi tehnološko in menedžersko podporo pri podjetnikovem prizadevanju za razvoj novih tehnoloških proizvodov in ustanavljanje novega podjetja. Osnovna strategija delovanja inkubatorjev predstavlja ustanavljanje, razvoj, pospeševanje in pomoč novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem. Raziskave kažejo, da imajo inkubirana podjetja v povprečju višjo stopnjo rasti, so bolj uspešna pri sprejemanju naprednih tehnologij in imajo lažji dostop do javnih sredstev kot neinkubirana podjetja (Chen, 2009, str. 95).

S pomočjo inkubatorjev se podjetnikom zagotavlja potrebno infrastrukturo, znanje in poznanstva za uspešno poslovanje in razvoj novega podjetja. Inkubatorji nudijo novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem vso potrebno podporo za uspešno premostitev začetne faze njihovega razvoja, ki predstavlja najbolj ranljivo in tvegano obdobje vsakega podjetja. Podjetniški inkubatorji nudijo novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem ugodne poslovne prostore, tehnično infrastrukturo, strokovno pomoč s področja vodenja podjetja, tehnično podporo in druge storitve s področja poslovanja, ki so ključne za prve korake novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Glavni namen inkubatorja je uspešno vodenje inkubiranih podjetij skozi inkubatorski proces do zaključne faze, ko se podjetje finančno osamosvoji in zapusti podjetniški inkubator (Pena, 2002, str. 183–184).

#### 2.5.7.2. Tehnološki park

Tehnološki park predstavlja zaokrožen kompleks, v katerem so poleg novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij vključeni tudi tehnološki centri ter uveljavljena srednja in velika podjetja. Tehnološki parki omogočajo svojim članom najem poslovnih prostorov po ugodnih tržnih najemninah, pomagajo pri zagonu prototipne proizvodnje in ne postavljajo časovnih omejitev bivanja. Glavni namen tehnološkega parka je poleg zagotavljanja ugodne infrastrukture tudi spodbujanje sinergičnih učinkov, ki nastajajo med raziskovalnimi inštitucijami in podjetji, lociranih pod isto streho. Tehnološki park igra pomembno vlogo pri prenosu znanj in tehnologij med raziskovalnimi ustanovami in podjetji ter spodbuja njihovo tesnejše medsebojno sodelovanje.

Predstavljajo učinkovito podporno okolje vsem tistim podjetjem, ki so usmerjena v tehnološko zahtevnejše proizvode in storitve, saj jim omogočajo vrsto storitev, nasvetov in medsebojnih kooperacijskih odnosov (Glas & Pšeničny, 2000, str. 244–245).

#### 2.5.8 Podjetniško financiranje

Novoustanovljena visokotehnološka podjetja predstavljajo glavni generator inovativnih idej v gospodarstvu, vendar jim v večini primerov primanjkuje zadostne količine virov sredstev in poslovnih izkušenj, s katerimi bi svoje ideje lahko pretvorili v uspešne proizvode. Kljub visokim potencialnim donosom, ki jih novoustanovljena visokotehnološka podjetja prinašajo, se soočajo z velikimi težavami pri pridobivanju zunanjega financiranja, saj so ožigosana kot zelo tvegana naložba. Poleg tega, da novoustanovljena visokotehnološka podjetja nimajo v lasti zadostnega kapitala, da bi ustrezno zavarovala svoja posojila, jim primanjkuje tudi dovolj tekočih prihodkov, s katerimi bi lahko redno poravnala svoje obveznosti do bank. Zunanji investitorji so zelo previdni pri financiranju novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij tudi zaradi pomanjkanja referenc, ki so dober pokazatelj kreditne sposobnosti in verodostojnosti

podjetja. K visokemu tveganju novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij pa v veliki meri prispevajo še nepreverjen tržni potencial poslovne ideje, tehnološko tveganje pri nadaljnjem razvoju proizvodov in menedžerska neizkušenosť podjetnikov.

Zaradi omenjenih dejstev imajo novoustanovljena visokotehnološka podjetja velike težave pri pridobivanju zunanjega kapitala, ki bi jim omogočal učinkovito poslovanje, začetni razvoj in nadaljnjo rast (Chang, 2004, str. 724). Martin in Justis (1993) razlagata, da je dostop novega podjetja do zunanjega financiranja eden izmed najpomembnejših dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Bruno, Liedecker in Harder (1986) podobno trdijo, da je glavni razlog za neuspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij prav pomanjkanje začetnega financiranja (Bruton & Rubanik, 2002, str. 557).

Kljub izredno visokemu tveganju pa se investitorji pogosto odločajo za financiranje novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, pri čemer pa usmerjajo največ pozornosti na kvaliteto predlagane poslovne ideje ter menedžerski potencial podjetnika.

Podjetniki se dobro zavedajo, da bodo za uspešen razvoj svojega visokotehnološkega proizvoda potrebovali poleg lastnih sredstev tudi zunanje financiranje, saj so za razvoj tovrstnih proizvodov potrebni visoki začetni finančni vložki. Zato se najpogosteje odločajo za štiri tipe zunanjega financiranja: bančna posojila, rizične sklade, poslovne anđele in razpise za spodbujanje podjetništva.

#### 2.5.8.1 Bančno posojilo

Investitor, ki se odloči za financiranje novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja se pogosto znajde v podrejenem položaju, saj obstaja očitna asimetrija informacij med dejanskim stanjem podjetja, s katerimi razpolaga podjetnik, in stanjem, ki je predstavljeno investitorju. Asimetriji informacij se poskušajo investitorji izogniti s podrobnim vpogledom v tekoče poslovanje in bodoči potencial novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, za kar pa so potrebne dobre poslovne sposobnosti in izkušnje s primerljivega tržnega področja. Prav zaradi pomanjkanja kadrov s tovrstnimi sposobnostmi so banke v večini primerov nenaklonjene financiranju novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij (Keuschnigg & Nielsen, 2004, str. 1011–1012).

Za financiranje v obliki bančnega posojila se podjetniku ni potrebno odrekati svojemu lastniškemu deležu v novoustanovljenem visokotehnološkem podjetju, s čimer se izogne morebitni izgubi nadzora nad podjetjem. Po drugi strani pa bančno posojilo predstavlja zelo pasivno obliko financiranja in podjetju ne zagotavlja menedžerske podpore, kot je to značilno pri financiranju preko rizičnih skladov (de Bettignies & Brander, 2007, str. 809–810).

#### 2.5.8.2 Rizični skladi

V razvitih ekonomijah so novoustanovljena visokotehnološka podjetja najpogosteje financirana s strani skladov tveganega kapitala, ki s svojimi finančnimi vložki vstopijo v lastniško strukturo podjetja v pričakovanju bodočega dobičkonosnega izstopa iz podjetja. Rizični skladi predstavljajo glavni generator financiranja novih poslovnih idej, saj so banke, zaradi visokega tveganja, nenaklonjene financiranju novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Rizični skladi zagotavljajo podjetnikom začetni kapital in druge podporne storitve, ki jih novoustanovljeno visokotehnološko podjetje potrebuje pri svojih prvih poslovnih korakih (Chen, 2009, str. 95).

Rizični skladi vlagajo tako v zgodnjo fazo financiranja novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot tudi v njene kasnejše faze, kjer so tveganja običajno nižja in izstopni cikli krajši (Maxwell et al., 2011, str. 212). Poleg finančnih sredstev nudijo tudi prodajne mreže, kontakte ter menedžerska in tehnična znanje (Chang, 2004, str. 725). Financiranje preko rizičnih skladov predstavlja lastniški način financiranja, saj v zameno za finančni vložek rizični sklad vstopi v lastniško strukturo podjetja in računa na dobiček s kasnejšim izstopom.

#### 2.5.8.3 Poslovni angeli

Druga pogosta oblika privatnih investitorjev so t.i. poslovni angeli, ki zagotavljajo rizični kapital novoustanovljenim visokotehnološkim podjetjem, s katerimi niso družinsko povezani (Maxwell et al., 2011, str. 212). Poslovni angeli najpogosteje investirajo v zgodnjo fazo financiranja (angl. *seed phase*) novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, kjer so tveganje in pričakovani donosi najvišji. Tudi financiranje preko poslovnih angelov predstavlja lastniški način financiranja, saj v zameno za finančni vložek poslovni angel vstopi v lastništvo podjetja in računa, da mu bo kasnejši izstop iz podjetja prinesel pričakovan donos.

#### 2.5.8.4 Razpisi za spodbujanje podjetništva

Novoustanovljena visokotehnološka podjetja se najpogosteje financirajo preko lastniškega ali dolžniškega kapitala, lahko pa se financirajo tudi s pomočjo povratnih ali nepovratnih sredstev, ki jih običajno razpisuje država.

Skupna značilnost vseh lokalnih, nacionalnih in evropskih inštitucij, ki razpisujejo povratna in nepovratna sredstva, je spodbujanje nastanek in razvoj novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij in s tem povečevanje lokalne, nacionalne in evropske konkurenčnosti. V državah, kjer so tovrstne spodbude pogostejše, je raven podjetniške

aktivnosti višja, kar v končni fazi vpliva tudi na povečevanje uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij.

Finančno okolje, ki spodbuja financiranje novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, pripomore tudi k povečanju možnosti za njihov uspeh. Martin in Justis (1993) razlagata, da je dostop novega podjetja do zunanjega financiranja eden izmed najpomembnejših dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Bruno, Lidecker in Harder (1986) podobno trdijo, da je glavni razlog za neuspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij prav pomanjkanje začetnega financiranja (Bruton & Rubanik, 2002, str. 557). Torej lahko sklepamo, da obstaja pozitivna povezava med ponujeno finančno podporo s strani finančnih inštitucij in uspehom novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij.

### **3 IZKUŠENI IN NOVI PODJETNIKI IN DEJAVNIKI USPEHA NOVOUSTANOVLJENEGA VISOKOTEHNOLOŠKEGA PODJETJA**

Narava preteklih podjetniških izkušenj, bodisi v obliki uspešnih ali neuspešnih poslovnih podjetij, močno oblikujejo posameznikov trenuten značaj in odnos do podjetništva. Na osnovi izkušenj, ki si jih je posameznik nabral skozi svojo poslovno pot, delimo podjetnike na izkušene ali t.i. eksperte in neizkušene ali t.i. novince. Izkušnje, za katere se smatra, da najbolj zaznamujejo podjetnikov značaj in način sprejemanja poslovnih odločitev štejejo predvsem izkušnje pridobljene z delom na vodstvenih pozicijah, izkušnje, pridobljene z ustanovitvijo novega podjetja v preteklosti, izkušnje o procesu ustanovitve novega podjetja, pridobljene s strani družine, sorodnikov ali prijateljev, in izkušnje, pridobljene na preteklem delovnem mestu (Pena, 2002, str. 183). Namen magistrske naloge je tako ugotoviti morebitne razlike v teži, ki jo pripisujejo dejavnikom uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja izkušeni podjetniki (eksperti), in teži, ki jo pripisujejo podjetniki začetniki (novinci).

Glaser (1984) razlaga, da znanje neizkušenega podjetnika (novinca) temelji predvsem na očitnih neposrednih dejstvih, ki so razvidna iz specifične situacije. Omejitve, ki jih imajo neizkušeni podjetniki pri svojem načinu razmišljanja, so posledica pomanjkanja dodatnih znanj, ki izvirajo iz preteklih izkušenj. Znanje izkušenega podjetnika (eksperta) pa ni vezano le na specifično situacijo, temveč na številne izkušnje, ki si jih je nabral iz preteklih situacij. Izkušeni podjetniki imajo dobro razvito sposobnost razumevanja novih situacij, saj imajo možnost priklicati predhodno shranjena znanja in informacije (Mitchell et al., 2009, str. 115).

Predvideva se, da novinci, ki imajo le formalno znanje s področja podjetništva, uporabljajo različno logiko razmišljanja pri sprejemanju poslovnih odločitev v primerjavi z eksperti, ki razpolagajo z izkušnjami z ustanavljanjem in vodenjem novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Najbolj očitne tovrstne razlike v načinu razmišljanja so naslednje (Dew, Read, Sarasvathy & Wiltbank, 2009, str. 291–192):

- **Analogno sklepanje (angl. *analogical reasoning*)** – Analogno sklepanje se pojavi takrat, ko se za tekoči problem poišče rešitev na osnovi primerjave trenutnega problema z naborom rešenih problemov iz preteklosti. Izkušeni podjetniki v nasprotju z neizkušenimi posedujejo široko mentalno bazo dejanskih preteklih izkušenj, iz katere lahko črpajo. Feltovich, Prietula in Ericsson (2006) ugotavljajo, da je največja omejitev novincev prav nezmožnost dostopa do razpoložljivih in relevantnih informacij, zaradi zasičenosti kratkoročnega spomina z reševanjem aktualnih problemov. Eksperti po drugi strani imajo zmožnost »avtomatskega procesiranja« delovnih nalog, kar jim omogoča nadzorovan preklic preteklih izkušenj in spominov. Zaradi večje baze znanja in boljših sposobnosti preklica preteklih izkušenj so eksperti veliko bolj podvrženi analognemu načinu sklepanju kot pa novinci.
- **Celovit način razmišljanja (angl. *holistic thinking*)** – Številne študije so pokazale, da se novinci in eksperti ne razlikujejo zgolj po načinu dostopa do ključnih znanj in izkušenj, temveč tudi po načinu, kako pridobljeno znanje organizirajo in predstavijo. Podjetniki eksperti se pri vodenju novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja ne osredotočajo na reševanje izoliranih problemov, kar je značilno za novince, temveč imajo integriran pristop do poslovanja in razvoja podjetja kot celote.
- **Tehtanje informacij (angl. *weighting information*)** – Izkušeni podjetniki črpajo večino svojega znanja iz pravih preteklih izkušenj, neizkušeni podjetniki pa pridobivajo svoje znanje predvsem iz formalnega okolja (izobraževalne ustanove), ki je pogosto ločeno od dejanskega podjetniškega okolja. Ta razlika je bistvenega pomena, saj novincem primanjkuje povratnih informacij, s katerimi razpolagajo eksperti, ki bi jim olajšale odločitveni proces. Posledično, novinci pri svojih poslovnih odločitvah dajejo prekomerno težo informacijam napovedne narave, saj ne razpolagajo s tolikšno mero različnih informacij kot eksperti.

Razlike v načinu razmišljanja in sprejemanja poslovnih odločitev, zaznane med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki, imajo nejasen vpliv na končni uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Nekateri avtorji zagovarjajo trditev, da izkušeni podjetniki izkazujejo boljše poslovne rezultate kot neizkušeni, saj jim pretekle izkušnje omogočajo sprejemanje bolj racionalnih odločitev. Po drugi strani pa avtorji ugotavljajo, da je prav izkušnost podjetnika tista komponenta, ki lahko negativno vpliva na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Za razliko od neizkušenih podjetnikov

so izkušeni podjetniki nagnjeni k precejevanju informacij, pridobljenih iz preteklih izkušenj, pogosto prehitro sklepajo na podlagi pomanjkljivih informacij, ter pri svojih presojah so pogosto preveč samozavestni. Vse naštetu lahko zamegli realno presojo trenutnega stanja in posledično pripelje do sprejema usodnih odločitev za novoustanovljeno visokotehnoško podjetje (Ucbasaran, Westhead, Wright & Flores, 2010, str. 542–543).

V primeru financiranja novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja imajo izkušeni podjetniki pogosto manjše težave pri zbiranju začetnega kapitala kot pa neizkušeni podjetniki. Slednji se najpogosteje financirajo s pomočjo lastnih prihrankov, družine ali prijateljev. V nasprotju z neizkušenimi podjetniki imajo izkušeni podjetniki, ki so v preteklosti že ustanovili uspešna podjetja, možnost samo-financiranja svojega naslednjega podjetniškega podviga. Tudi izkušeni podjetniki z neuspešnimi preteklimi podjetji imajo običajno prednost pri financiranju preko rizičnih skladov pred neizkušenimi podjetniki, saj so podjetniki z izkušnjami neuspeha še vedno bolj zaželeni kot podjetniki brez izkušenj (Westhead & Wright, 1998, str. 181–182). Glede na očitne razlike v težavnosti financiranja začetnega poslovanja novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja med eksperti in novinci lahko upravičeno pričakujemo njihovo različno presojo vpliva, ki ga ima dejavnik financiranja na uspeh novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja.

Podobno kot pri dejavniku financiranja se tudi pri določanju vpliva ostalih notranjih in zunanjih dejavnikov na uspeh novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja podjetniki zanašajo predvsem na lastno presojo o tem, kateri dejavniki imajo največji vpliv na njihov način vodenja novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja. Zaradi očitne razlike, ki je prisotna med eksperti in novinci v načinu razmišljanja pri sprejemanju poslovnih odločitev, sklepam, da obstaja razlika v njihovi percepciji o tem, kateri so tisti dejavniki, ki najbolj vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnoškega podjetja.

#### **4 PODJETNIKI IN PODJETNICE IN DEJAVNIKI USPEHA NOVOUSTANOVljenega VISOKOTEHNOŠKEGA PODJETJA**

Kljub temu, da so značilnosti podjetnikov in podjetnic na splošno precej podobne, se po rezultatih nekaterih raziskav podjetnice vendarle razlikujejo od podjetnikov glede motivacijskih dejavnikov, poslovnih veščin in poklicnih izkušenj. Moške pogosto motivira težnja po nadzoru nad lastno usodo in po razvoju poslov, ki običajno izvira iz nestrinjanja z nadrejenimi ali iz občutka, da lahko vodijo posle bolje kot drugi. Po drugi strani pa predvsem v Združenih državah Amerike ženske bolj motivira potreba po uveljavitvi, ki izhaja iz razočaranja nad prejšnjim delovnim mestom ter navdušenja nad novim podjetjem. Pri slovenskih podjetnikih in podjetnicah so motivi za ustanovitev podjetij bolj podobni.

Neodvisnost (želja po delu na svojem) in potreba po dosežkih (želja po uporabi svojih zmožnosti) so najpomembnejši motivi tako za podjetnike kot za podjetnice, drugi pomembni motivi za obe skupini pa so služenje denarja, gradnja kariere in zagotavljanje varnosti (Antončič et al., 2002, str. 98).

Financiranje novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja je naslednje področje, kjer se po dosedanjih raziskavah razlikujejo podjetniki in podjetnice. Moški poleg lastnih sredstev kot vir zagonskega kapitala pogosto uporabljajo vlaganje, bančna ali osebna posojila, ženske se po navadi zanesejo izključno na lastna sredstva ali prihranke. Pridobivanje finančnih sredstev in kreditnih linij je za mnoge podjetnice precej težavno. Razlike so tudi v poklicih. Čeprav imata obe skupini izkušnje iz dejavnosti svojega novega podjetja, imajo moški pogosteje izkušnje iz proizvodnje, financ in tehničnih področij. Po drugi strani ima mnogo podjetnic predvsem administrativne izkušnje, ki so omejene na raven srednjega menedžmenta, in s področij, povezanih s storitvami. Osebnostne značilnosti so v glavnem podobne. Oboji so pogosto energični, ciljno usmerjeni in neodvisni. Toda moški so pogosteje bolj zaupljivi ter manj fleksibilni in tolerantni kot ženske, kar je razlog za zelo različne menedžerske stile.

Življenjska zgodovina podjetnikov in podjetnic je zelo podobna, ob tem da večina žensk začne ustanavljati svoje podjetje v višji starosti (med 35. in 40. letom, moški med 25. in 35. letom) in ima različno izobrazbo. Moški imajo pogosto tehnično in poslovno izobrazbo, ženske pa družboslovno. Podjetniki in podjetnice se razlikujejo tudi po podpornih skupinah. Podjetniki pravijo, da jim najpomembnejšo podporo dajejo zunanji svetovalci (pravniki, računovodje), takoj za njimi so soproge. Ženske na prvo mesto postavljajo svojega zakonca, na drugem mestu so prijatelji in poslovni partnerji. Podjetniki in podjetnice ustanavljajo podjetja, ki se ukvarjajo z različnimi dejavnostmi. Za podjetnice je bolj značilno, da ustanovijo podjetje s storitveno dejavnostjo – trgovino na drobno, odnose z javnostmi, izobraževalne storitve, za podjetnike pa, da se ukvarjajo s proizvodnjo, gradbeništvom ali visoko tehnologijo. Posledica tega je, da so podjetja v lasti podjetnic običajno manjša in z nižjim čistim dobičkom (Antončič et al., 2002, str. 97–99).

Ženske, ki so vključene v podjetništvo, so po različnih raziskavah pokazale drugačne interese za usposabljanje kot moški. Podjetnice težijo bolj k usposabljanju s področja financ in računovodstva ter vodenja, manj interesa pa kažejo za usposabljanje s področja trženja in tehnologije. Raziskava osebnih značilnosti je pokazala, da tako podjetniki kot podjetnice postavljajo v ospredje odgovornost in delovno vnemo, podjetnice pa so višje vrednotile še komunikativnost, samostojnost, etične vrednote in vztrajnost (Glas & Pšeničny, 2000, str. 174).

Iz dosedanjih raziskav je razvidno, da obstajajo številne razlike med podjetniki in podjetnicami v načinu vodenja novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Razlike



med njimi izvirajo predvsem iz osnovnih razlik v osebnostnih značilnostih med moškimi in ženskami. Na osnovi tega lahko sklepamo, da obstajajo značilne razlike med podjetniki in podjetnicami v njihovi presoji o tem, kateri dejavniki so ključni za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Te razlike nameravam podrobneje raziskati v analitičnem delu magistrske naloge.

## **5 RAZISKAVA DEJAVNIKOV USPEHA NOVOUSTANOVljenEGA VISOKOTEHNOLOŠKEGA PODJETJA**

### **5.1 Potek raziskave**

Namen tega poglavja je opisati potek raziskave dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Raziskava je bila načrtovana v skladu z namenom in cilji magistrske naloge in je potekala v zaporednih korakih, ki jih na kratko predstavljam v nadaljevanju.

#### **5.1.1 Izbira vzorca**

Kvantitativno raziskavo sem izvedel z metodo anketnega vprašalnika, na vzorcu anketirancev iz populacije novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij v Sloveniji v letu 2011, ki so vključena v subjekt inovativnega okolja (tehnološki park ali inkubator). Na dan 10.11.2011 je bilo takih podjetij približno 450. Iz raziskave sem izločil vsa tista podjetja, ki so vključena v subjekt inovativnega okolja, vendar se ne ukvarjajo z razvojem visokotehnoloških proizvodov ali storitev. Uporabljena podatkovna baza je sestavljena iz baze novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, ki so redni ali izredni člani enega izmed spodaj naštetih tehnoloških parkov, podjetniških inkubatorjev in univerzitetnih inkubatorjev v Sloveniji v letu 2011:

- Ljubljanski tehnološki park
- Primorski tehnološki park
- Štajerski tehnološki park
- Pomurski tehnološki park
- Tehnološki park Celje
- Univerzitetni inkubator Primorske
- Ljubljanski univerzitetni inkubator
- Inkubator Sežana
- Inkubator Celje
- Tehnološko razvojni center za Koroško
- Mrežni podjetniški inkubator savinjske regije
- Tovarna podjetmov

### 5.1.2 Predstavitev anketnega vprašalnika

Raziskava vpliva različnih dejavnikov na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja je zasnovana na anketnem vprašalniku, namenjenem posameznikom, ki vodijo novoustanovljeno visokotehnološko podjetje. Mnenja anketirancev o tem, kateri dejavniki so pomembnejši z vidika uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, se po pričakovanjih zelo razlikujejo, saj temeljijo na njihovi subjektivni presoji in preteklih izkušnjah s področja podjetništva. Kljub temu pa presek mnenj anketirancev nakazuje nekatere ključne smernice vpliva dejavnikov na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Anketirance sem ločil glede na spol, starost, zakonski stan, število otrok, izobrazbo in pretekle podjetniške izkušnje, saj te značilnosti lahko bistveno vplivajo na njihovo presojo o tem, kateri dejavniki so ključnega pomena za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Pri oblikovanju vprašalnika sem upošteval splošna navodila glede priprave vprašalnika in spremnega pisma. Vprašanja sem skušal oblikovati kar se da jasno in razumljivo, brez dvoumnih trditev. Poskušal sem se izogibati strokovnim izrazom, ki si jih udeleženci raziskave morda ne bi pravilno razlagali. Vprašanja sem smiselno združili v skupine glede na vsebino ter glede na način odgovarjanja. Vprašalnik se nahaja v prilogi 1. Vsebina vprašalnika je odraz postavljenih hipotez ter samega cilja raziskave, na podlagi katerih sem se iz širokega nabora dejavnikov odločil, katera vprašanja vključiti v vprašalnik. Vprašanja oziroma trditve, ki so zajete v lastnem vprašalniku, sem povzema iz najrazličnejših virov (Kakati, 2003; Cooper, 1994; Douglas, 2009; Chorev & Anderson, 2006; Antončič et al., 2002; Lee & Tsang, 2001; Bell & McNamara, 1991; MacMillan et al., 1987; Davidson & Klofsten, 2003; Jo & Lee, 1996; Stuart & Abetti, 1990; Collins et al., 2000; Miner et al., 1989; Park, 2005; Sambasivan et al., 2009; Pšeničny et al., 2000; Gimmon & Levie, 2010; Trop, 2000; Song et al., 2010; Serviere, 2010; Gatewood et al., 1995; Ensley et al., 2002; Ensley et al., 2003; Pena, 2002; Chen, 2009; Rebernik et al., 2010; Glas & Pšeničny, 2000; Bruton & Rubanik, 2002; Chang, 2004; Keuscinnig & Nielsen, 2004; de Bettignies & Brander, 2007; Maxwell et al., 2011), pri čemer sem nekatera vprašanja delno ali v celoti prilagodil namenu lastne analize. Anketni vprašalnik je sestavljen iz 76-ih podvprašanj oziroma trditev, vsebinsko razdeljenih v dvanajst sklopov. Pred vsakim sklopom vprašanj so navedena tudi krajša navodila, s katerimi sem anketirance seznanil z načinom reševanja posameznih vprašanj. Uvod v vprašalnik predstavlja uvodni nagovor s predstavitvijo teme vprašalnika, predvidenega časa, ki ga bodo anketiranci porabili za izpolnjevanje vprašalnika, ter načinom vračila vprašalnika. Vprašalnik sem anketirancem poslal po elektronski pošti v obliki PDF datoteke, ki jo je mogoče elektronsko izpolniti ter shraniti. Anketirance sem prosil naj mi izpolnjen vprašalnik pošljejo na moj elektronski naslov.

## 5.2 Statistične metode obdelave podatkov

Obdelavo podatkov za potrebe raziskave sem opravil s pomočjo statističnega paketa za analizo podatkov SPSS za Windows (verzija 20.0), ki podpira grafično in tabelarično predstavitev podatkov in je v svetu eden izmed najbolj razširjenih programov za analizo podatkov. Statistična obdelava bo potekala v zaporednih fazah, ki jih opisujem v nadaljevanju. V prvem koraku sem za posamezna vprašanja izvedel t.i. univariatno analizo podatkov. Za vsak sklop posebej sem analiziral posamezna vprašanja tako, da sem s pomočjo statističnega orodja SPSS izračunal deskriptivne opisne statistike. Nato sem za sklope vprašanj pod točkama 11 in 12, torej za notranje in zunanje dejavnike, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, s t-testom (za ugotavljanje razlik med spoloma) in z metodo analize variance (za ostale demografske dejavnike – starost, zakonski stan, zaposlitveni status pred ustanovitvijo podjetja ter pretekle izkušnje podjetnikov) preverjal, ali obstajajo značilne razlike med različnimi skupinami podjetnikov. Z metodo analize variance ugotavljamo, če se aritmetične sredine razlikujejo od skupine do skupine; to je metoda, pri kateri testiramo vpliv ene ali več neodvisnih spremenljivk na odvisno spremenljivko. Metoda je uporabna, kadar je odvisna spremenljivka vsaj intervalnega značaja, neodvisne spremenljivke pa so nominalne. F statistiko dobimo tako, da primerjamo varianco med skupinami z varianco znotraj skupin. Čim večji je količnik, večja je verjetnost, s katero lahko zavrnemo ničelno hipotezo. Kadar primerjamo aritmetične sredine dveh skupin med seboj, uporabimo t-test. S pomočjo omenjenih statistik sem preveril zastavljeni hipotezi.

Zaradi velikega števila zastavljenih trditvev, z željo kar najbolj pojasniti vplive dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, sem s pomočjo faktorске analize hotel izluščiti skupne faktorje, ki bi najboljše pojasnili skupne značilnosti opazovanih spremenljivk. Zbrani podatki mi žal tega niso dopustili, saj je vrednost KMO zgolj 0,3, kar je občutno nižje kot dopustna spodnja vrednost 0,5. Kljub temu sem izločil določene spremenljivke in uspel dvigniti vrednost KMO na sprejemljivo raven, vendar pridobljeni faktorji niso dali smiselnih rezultatov. Zaradi omenjenega dejstva sem faktorško analizo izpustil iz analitičnega dela.

## 6 REZULTATI RAZISKAVE IN INTERPRETACIJA REZULTATOV

V predhodnih poglavjih sem predstavil številne predpostavljene dejavnike, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. V lastno raziskavo sem vključil nabor dejavnikov, ki se je na podlagi pregleda literature, predhodnih analiz ter zastavljenega modela izkazal kot najprimernejši. To poglavje je namenjeno analizi in prikazu ter tolmačenju dobljenih rezultatov raziskave. Za vprašanja (trditve) po sklopih od 1 do 10 skupaj, za sklope 11 in 12 pa posebej (Priloga 1, anketni vprašalnik) so v

nadaljevanju prikazane opisne statistike za 83 dobljenih odgovorov. Vprašanja od 1 do 10 se nanašajo na demografske lastnosti podjetnikov, ki jih v empiričnem delu raziskave obravnavam ločeno, predvsem zaradi posebnosti pri njihovi statistični analizi.

## **6.1 Demografske značilnosti podjetnikov**

Med anketiranimi podjetniki, ki so izpolnili vprašalnik, je bilo 72 moških ali 86,7 % in 11 žensk ali 13,3 % (Priloga 3, Slika 1).

Največ podjetnikov je bilo starih od 31 do 40 let, in sicer 39 anketirancev ali 47,0 %. 24,1 % podjetnikov je bilo v starostnem razredu od 21 do 30 let, 18,1 % od 41 do 50 let in 10,8 % v starostnem razredu nad 50 let; noben podjetnik ni bil mlajši od 21 let (Priloga 4, Slika 2).

V raziskavi so bili anketiranci vprašani tudi glede njihovega zakonskega stanu. Največ anketirancev ali 39 % ima izvenzakonskega partnerja, 35,4 % podjetnikov je poročenih, 19,5 % je samskih, 6,1 % ločenih (Priloga 5, Slika 3).

Anketiranci so bili vprašani tudi glede števila otrok. Več kot polovica anketirancev ali 51,2 % še nima otrok. Preostali anketiranci ali 48,8 % pa ima enega otroka ali več. Od teh ima 15,9 % podjetnikov enega otroka, 22 % dva otroka, 11 % podjetnikov pa ima tri otroke (Priloga 6, Slika 4).

Večina podjetnikov ali 50,6 % vseh anketiranih je imelo dokončano višjo ali visoko šolo, 36,1 % jih je imelo dokončan podiplomski študij, zgolj 12 % podjetnikov je imelo dokončano poklicno ali srednjo šolo. Splošno mnenje, da so podjetniki slabše izobraženi od povprečja, se je tudi v številnih drugih raziskavah izkazalo kot napačno. Študije so pokazale, da so na splošno podjetniki precej boljše izobraženi od splošne populacije. Visoka izobrazba podjetnikov je razvidna tudi iz rezultatov lastne raziskave (Priloga 7, Slika 5).

Največ anketirancev, 33,7 % je bilo pred ustanovitvijo podjetja zaposlenih v drugem podjetju, 24,1 % je bilo študentov, 19,3 % je bilo zaposlenih v javnem sektorju, 12 % je bilo samozaposlenih, 7,2 % je bilo ustanoviteljev drugega podjetja, vendar v njem niso bili zaposleni, 2,4 % je bilo nezaposlenih (Priloga 8, Slika 6). Velik delež zaposlenih v podjetjih in javnem sektorju pred ustanovitvijo lastnega podjetja kaže, da se osebe v povprečju niso odločale za podjetništvo iz ekonomske nuje oziroma brezposelnosti. Danes bi bila slika verjetno drugačna. Razlog je v tem, da pred približno tremi leti, ko je večina preučevanih podjetnikov začela svojo podjetniško pot, brezposelnost v Sloveniji še ni bila tako visoka.

Največ anketirancev, 44 še ni ustanovilo podjetja v preteklosti, ostalih 39 anketirancev pa je že ustanovilo eno ali več podjetij v preteklosti. Od teh je 11 podjetnikov ustanovilo eno podjetje, 13 jih je ustanovilo dve podjetji, 7 podjetnikov je ustanovilo tri podjetja v preteklosti, 8 podjetnikov pa je ustanovilo štiri ali več podjetij (Priloga 9, Slika 7). Skoraj polovica anketirancev (47 %) je v preteklosti že ustanovila podjetje, kar jih uvršča v bolj izkušene podjetnike ali eksperte. Za ostalo polovico podjetnikov (53 %) pa je to prvo podjetje, ki so ga ustanovili, zato sodijo med manj izkušene podjetnike ali novince.

## **6.2 Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja**

Na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja vplivajo številni dejavniki. Na podlagi tuje in domače literature ter dosedanjih raziskav na tem področju sem dejavnike uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij razdelil na notranje in zunanje dejavnike.

V vprašalnik sem zajel 9 sklopov trditev, ki so bile tako v domačih kot v tujih raziskavah najpogosteje navedene oziroma ugotovljene kot ključni notranji dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Ti sklopi so: poslovna priložnost, podjetnik, ustanovitveni tim, značilnosti podjetja ob ustanovitvi, proizvod ali storitev, razvoj in tehnologija, odnos podjetja s strankami, trženje in strategija.

V Prilogi 10 so v Tabeli 23 prikazani rezultati opisnih statistik notranjih dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Anketiranci so s petstopenjsko Likertovo lestvico (1: zelo nepomemben; 5: zelo pomemben) ocenjevali vpliv, ki ga ima po njihovi presoji vsak sklop notranjih dejavnikov na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, pri čemer je vsak sklop odražalo med 2 in 12 trditev, skupno torej 51 trditev (Priloga 1, vprašanje 11).

Za vsak sklop trditev sem izračunal povprečno oceno:

- poslovna priložnost (povprečna ocena trditve 4,36),
- podjetnik (povprečna ocena trditve 4,12),
- ustanovitveni tim (povprečna ocena trditve 4,25),
- značilnosti podjetja ob ustanovitvi (povprečna ocena trditve 2,98),
- proizvod ali storitev (povprečna ocena trditve 4,09),
- razvoj in tehnologija (povprečna ocena trditve 3,48),
- odnos podjetja s strankami (povprečna ocena trditve 4,19),
- trženje (povprečna ocena trditve 3,76),
- strategija (povprečna ocena trditve 3,68).

Podjetniki so izmed vseh zgoraj navedenih notranjih dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja pripisali najvišjo povprečno oceno (4,36) dejavniku poslovna priložnost. S povprečno oceno 4,25 sledi ustanovitveni tim in odnos podjetja s strankami s povprečno oceno 4,19. Najnižjo povprečno oceno (2,98) pa so podjetniki pripisali dejavniku značilnosti podjetja ob ustanovitvi. Izmed posameznih trditev sta najvišji povprečni oceni prejeli trditvi podjetnik je predan zastavljenim ciljem (4,61) in podjetnik je motiviran (4,61). Najnižjo povprečno oceno (2,32) je prejela trditev novoustanovljeno podjetje ima večje število ustanoviteljev. Zelo nizki povprečni oceni sta prejeli tudi trditvi novoustanovljeno podjetje je locirano na ugodnem geografskem področju (2,66) in podjetnik ima visoko stopnjo izobrazbe (2,71).

Za vsako nacionalno gospodarstvo je značilno določeno poslovno okolje, ki ga soustvarjajo številni dejavniki, za katere se domneva, da spodbudno ali zaviralno vplivajo na uspeh novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Številni strokovni viri in raziskovalci na tem področju so v svoje modele vključevali različne zunanje dejavnike. Sam sem pri izbiri zunanjih dejavnikov izhajal predvsem iz nekatere domače in tuje strokovne literature. Iz omenjene literature sem se nato opredelil za najpogosteje omenjene zunanje dejavnike, njihovo prisotnost pa preverjal pri podjetnikih, vključenih v lastno raziskavo. Preučevane zunanje dejavnike sem razvrstil v 6 sklopov trditev: financiranje, splošni gospodarski pogoji, kulturne in družbene norme, vladna in ekonomska politika, infrastruktura ter podporne inštitucije.

V Prilogi 11 so v Tabeli 24 prikazani rezultati opisnih statistik zunanjih dejavnikov uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Anketirani podjetniki so s petstopenjsko Likertovo lestvico (1: zelo nepomemben; 5: zelo pomemben) ocenjevali vpliv, ki ga ima po njihovi presoji vsak sklop zunanjih dejavnikov na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, pri čemer je vsak sklop odražalo med 2 in 4 trditev, skupno torej 15 trditev (Priloga 1, vprašanje 12).

Za vsak sklop trditev sem izračunal povprečno oceno:

- financiranje (povprečna ocena trditve 3,67),
- splošni gospodarski pogoji (povprečna ocena trditve 3,35),
- kulturne in družbene norme (povprečna ocena trditve 3,98),
- vladna in ekonomska politika (povprečna ocena trditve 4,01),
- infrastruktura (povprečna ocena trditve 3,71),
- podporne inštitucije (povprečna ocena trditve 3,53),

Podjetniki so izmed vseh zgoraj navedenih zunanjih dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja pripisali povprečno oceno, ki je višja od 4, le vladni in ekonomski politiki (4,01). Visoko povprečno oceno (3,98) so anketiranci

pripisali samo še dejavniku kulturne in družbene norme (3,98). Ostalim zunanjim dejavnikom pa so pripisali nizke povprečne ocene. Najnižjo povprečno oceno (3,35) so anketiranci pripisali dejavniku splošni gospodarski pogoji. Izmed posameznih trditvev sta najvišji povprečni oceni prejeli trditvi država skrbi za poenostavitev postopkov in zmanjševanje ovir pri poslovanju podjetij (4,05) in novoustanovljeno podjetje posluje v okolju, kjer so norme in regulative usmerjene k spodbujanju podjetništva (4,02). Najnižjo povprečno oceno (3,05) pa je prejela trditev novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se država nahaja v fazi visoke gospodarske rasti.

### **6.3 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na različne skupine podjetnikov**

V nadaljevanju sem želel ugotoviti, ali se dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja razlikujejo glede na posamezne skupine podjetnikov, in sicer glede na spol, starostno skupino, zakonski stan, predhodni zaposlitveni status ter glede na število ustanovljenih podjetij v preteklosti. Za potrebe analize sem zaradi preglednosti računalniških izpisov za vse spremenljivke oziroma trditve določil okrajšave (Priloga 2, Tabeli 1 in 2).

#### **6.3.1 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na spol**

S pomočjo t-testa sem ugotavljal, ali obstajajo morebitne razlike med moškimi in ženskami pri ocenjevanju povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. V raziskavi so se med moškimi in ženskami (Priloga 3, Tabeli 3 in 4) pokazale značilne razlike pri šestih trditvah:

*Tabela 2: Vrednost t-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na spol*

<b>Trditev</b>	<b>Vrednost t-testa</b>	<b>Stopnja tveganja</b>
Poslovna ideja je dobro premišljena.	t = -2,944	$\alpha = 0,008$
Podjetnik ima visoko stopnjo izobrazbe.	t = -2,933	$\alpha = 0,004$
V novoustanovljenem podjetju razvijajo visoko inovativne proizvode.	t = -2,244	$\alpha = 0,028$
Novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se globalna ekonomija nahaja v fazi visoke gospodarske rasti.	t = -2,173	$\alpha = 0,033$

se nadaljuje

nadaljevanje

<b>Trditev</b>	<b>Vrednost t-testa</b>	<b>Stopnja tveganja</b>
Novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se država nahaja v fazi visoke gospodarske rasti.	$t = -2,103$	$\alpha = 0,039$
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do podpornih inštitucij.	$t = -2,549$	$\alpha = 0,013$

Vsem trditvam, pri katerih so se pokazale značilne razlike, so ženske v povprečju pripisale večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot moški. Med vsemi trditvami najbolj izstopa razlika med moškimi in ženskami pri ocenjevanju povezanosti podjetnikove stopnje izobrazbe z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Ženske (3,45) v povprečju pripisujejo izobrazbi veliko večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot moški (2,60).

### **6.3.2 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na starost**

Z metodo analize variance glede na starostne skupine (Priloga 4, Tabele 5 – 7) se je ocenjevanje povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja pokazalo značilno različno pri osmih trditvah:

*Tabela 3: Vrednost F-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na starost*

<b>Trditev</b>	<b>Vrednost F-testa</b>	<b>Stopnja tveganja</b>
Podjetnik je motiviran.	$F = 2,726$	$\alpha = 0,049$
Člani ustanovitvenega tima so motivirani.	$F = 2,846$	$\alpha = 0,044$
Proizvod je dobro testiran in kvaliteten.	$F = 4,947$	$\alpha = 0,003$
Proizvod ima visoko dodano vrednost.	$F = 3,649$	$\alpha = 0,016$
V novoustanovljenem podjetju imajo razpoložljiv razvojni kader.	$F = 4,087$	$\alpha = 0,010$
Novo razvita tehnologija se enostavno adaptira na trgu.	$F = 3,569$	$\alpha = 0,018$
V novoustanovljenem podjetju spremljajo obnašanje in navade svojih potencialnih kupcev.	$F = 3,747$	$\alpha = 0,014$
V novoustanovljenem podjetju imajo pripravljeno tržno analizo.	$F = 4,494$	$\alpha = 0,006$



Pri vseh zgoraj naštetih dejavnikih so podjetniki v starostnem razredu od 41 do 50 let pripisali statistično značilno nižjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot podjetniki znotraj ostalih starostnih skupin.

### 6.3.3 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na zakonski stan

Pri ugotavljanju razlik ocenjevanja povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja med podjetniki glede na njihov zakonski stan je metoda analize variance (Priloga 5, Tabele 8 – 10) pokazala značilno razliko pri šestih trditvah:

*Tabela 4: Vrednost F-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na zakonski stan*

Trditev	Vrednost F-testa	Stopnja tveganja
Podjetnik je prepričan, da lahko vpliva na lastno usodo.	F = 4,491	$\alpha = 0,006$
Novo razvita tehnologija se enostavno adaptira na trgu.	F = 2,992	$\alpha = 0,036$
V novoustanovljenem podjetju namenjajo velik delež sredstev za razvoj.	F = 2,976	$\alpha = 0,037$
Novoustanovljeno podjetje izkorišča tržno nišo.	F = 3,921	$\alpha = 0,012$
Novoustanovljeno podjetje vstopa v panogo, ki izkazuje visoko stopnjo rasti.	F = 3,499	$\alpha = 0,019$
Novoustanovljeno podjetje posluje v družbi, ki je pozitivno naravnano do podjetništva.	F = 6,031	$\alpha = 0,001$

Pri skoraj vseh zgoraj naštetih dejavnikih so ločeni podjetniki pripisali statistično značilno nižjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot podjetniki ostalih zakonskih stanov. Zgolj pri trditvi novoustanovljeno podjetje izkorišča tržno nišo so ločeni podjetniki pripisali povezanost, ki je primerljiva s povezanostjo, ki so jo pripisali podjetniki iz ostalih zakonskih stanov.

### 6.3.4 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na predhodni zaposlitveni status

Pri ocenjevanju povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na predhodni zaposlitveni status (Priloga 8, Tabele 17 – 19) je metoda analize variance potrdila značilne razlike pri treh trditvah:

*Tabela 5: Vrednost F-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na predhodni zaposlitveni status*

<b>Trditev</b>	<b>Vrednost F-testa</b>	<b>Stopnja tveganja</b>
Podjetnik ima delovne izkušnje.	F = 3,448	$\alpha = 0,007$
Člani ustanovitvenega tima imajo raznolika znanja in izkušnje.	F = 2,467	$\alpha = 0,041$
Novo razvita tehnologija se enostavno adaptira na trgu.	F = 2,890	$\alpha = 0,019$

Podjetniki, ki so bili pred ustanovitvijo podjetja redno zaposleni (zaposleni v drugem podjetju, zaposleni v javnem sektorju in samozaposleni), so trditvi podjetnik ima delovne izkušnje v povprečju pripisali bistveno večjo povezanost z uspehom v primerjavi s podjetniki, ki pred ustanovitvijo podjetja niso bili redno zaposleni (študenti, nezaposleni in ustanovitelji drugega podjetja). Najnižjo povprečno oceno (2,50) so predhodnim delovnim izkušnjam pripisali podjetniki, ki so bili pred ustanovitvijo podjetja nezaposleni.

Pri trditvi člani ustanovitvenega tima imajo raznolika znanja in izkušnje so vse skupine podjetnikov po predhodnem zaposlitvenem statusu, razen podjetnikov, ki so že ustanovili podjetje v preteklosti, vendar v njem niso bili zaposleni, pripisale visoke povprečne ocene (od 4,00 do 4,50). Podjetniki, ki so že ustanovili podjetje v preteklosti, so temu dejavniku pripisali zgolj povprečno oceno 3,33.

Nezaposlene osebe po predhodnem zaposlitvenem statusu so, v primerjavi z ostalimi statusi, pripisale visoko povprečno oceno (4,50) trditvi novo razvita tehnologija se enostavno adaptira na trgu. Najnižjo oceno pa so temu dejavniku pripisali podjetniki, ki so bili predhodno zaposleni v javnem sektorju (povprečna ocena 3,13).

### **6.3.5 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na število ustanovljenih podjetij v preteklosti**

Z metodo analize variance glede na število ustanovljenih podjetij v preteklosti (Priloga 9, Tabele 20 – 22) se je ocenjevanje povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja pokazalo značilno različno pri treh trditvah:

*Tabela 6: Vrednost F-testa in stopnja tveganja za posamezne trditve pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na število ustanovljenih podjetij v preteklosti*

<b>Trditev</b>	<b>Vrednost F-testa</b>	<b>Stopnja tveganja</b>
Člani ustanovitvenega tima imajo skupno vizijo.	F = 3,109	$\alpha = 0,021$
Novoustanovljeno podjetje ima učinkovito strukturo odločanja.	F = 2,742	$\alpha = 0,035$
Novoustanovljeno podjetje sodeluje s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg.	F = 2,629	$\alpha = 0,041$

Glede števila predhodno ustanovljenih podjetij so podjetniki iz vseh skupin dejavniku člani ustanovitvenega tima imajo skupno vizijo pripisali visoko povprečno oceno. Podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili že tri podjetja, so temu dejavniku pripisali najvišjo povprečno oceno (4,86). Podjetniki, ki še niso ustanovili podjetja v preteklosti, ter podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili že štiri ali več podjetij, so temu dejavniku namenili povprečni oceni 4,65 in 4,57. Nekoliko nižjo oceno so temu dejavniku namenili zgolj podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili eno podjetje (4,10), in podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili dve podjetji (4,17).

Podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili tri ali več podjetij, so trditvi novoustanovljeno podjetje ima učinkovito strukturo odločanja v povprečju pripisali bistveno večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili do dve podjetji. Podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili tri ali več podjetij, so temu dejavniku namenili povprečno oceno 4,14. Po drugi strani pa se povprečna ocena skupine podjetnikov, ki so v preteklosti ustanovili do dve podjetji, giblje med 3,00 in 3,76.

Trditvi novoustanovljeno podjetje sodeluje s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg so podjetniki, ki še niso ustanovili podjetja v preteklosti, pripisali precej nižjo povprečno oceno (2,61) v primerjavi z ostalimi skupinami podjetnikov (povprečne ocene od 3,14 do 3,36).

#### **6.4 Analiza povezanosti notranjih in zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja**

Notranji dejavniki so v literaturi najpogosteje navedeni kot najpomembnejši dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Zato sem želel preveriti, ali obstajajo morebitne razlike med povezanostjo notranjih in zunanjih dejavnikov z uspehom

novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja in kateri dejavniki imajo po mnenju podjetnikov večjo povezanost z uspehom podjetja.

H1: Notranji dejavniki imajo statistično značilno večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanji.

S pomočjo t-testa za primerjavo aritmetičnih sredin dveh spremenljivk za t.i. odvisna vzorca sem ugotavljal, ali obstajajo statistično značilne razlike med notranjimi in zunanjimi dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Pred izvedbo analize sem najprej pripravil podatke tako, da sem izračunal povprečno vrednost vseh notranjih dejavnikov in povprečno vrednost vseh zunanjih dejavnikov za vsakega anketiranca. Te podatke sem nato vnesel v analizo kot novi odvisni spremenljivki ZUNANJI\_DEJAVNIKI in NOTRANJI\_DEJAVNIKI (priloga 12, tabeli 12.1 in 12.2). Analiza je pokazala statistično značilno razliko med povezanostjo notranjih in zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (vrednost t-testa je 3,036, razlika je statistično značilna pri stopnji tveganja  $\alpha=0,003$ ).

Notranji dejavniki imajo v povprečju večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanji dejavniki. Podjetniki so notranjim dejavnikom v povprečju pripisali oceno 3,77, zunanjim dejavnikom pa nekoliko nižjo oceno 3,58.

Skladno z rezultati analize lahko sprejemem hipotezo, da imajo notranji dejavniki večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanji dejavniki, saj je analiza pokazala statistično značilno večjo povezanost notranjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanjih dejavnikov. Po mnenju podjetnikov imajo notranji dejavniki pomembnejšo povezavo z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanji dejavniki.

## **6.5 Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja z vidika izkušenosti podjetnika**

V nadaljevanju sem želel preveriti, ali obstajajo morebitne razlike med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki pri pripisovanju povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

H2: Izkušenosť podjetnika je značilno povezana z ocenjevanjem povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Zaradi specifičnosti podjetniških izkušenj sem se pri preverjanju izkušenosti podjetnikov osredotočil zgolj na izkušnje, ki so si jih podjetniki pridobili z ustanavljanjem podjetij v

preteklosti. V nabor podjetnikovih izkušenj nisem vključil njihove formalne izkušnje, pridobljene s preteklim delom bodisi v podjetju ali javnem sektorju, saj zgolj zaposlenost ni zagotovilo za pridobitev »pravih« podjetniških izkušenj. Podjetnike sem razdelil v dve skupini:

1. **neizkušeni podjetniki – novinci:** podjetniki še niso ustanovili podjetja v preteklosti;
2. **izkušeni podjetniki – eksperti:** podjetniki so že ustanovili eno ali več podjetij v preteklosti.

S pomočjo t-testa sem ugotavljal, ali obstajajo statistično značilne razlike med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki pri ocenjevanju povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. V raziskavi se je med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki (Priloga 13, Tabeli 27 in 28) pokazala značilna razlika le pri trditvi novoustanovljeno podjetje sodeluje s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg (vrednost t-testa je -3,262, razlika je statistično značilna pri stopnji tveganja  $\alpha=0,002$ ). Pri vseh ostalih trditvah analiza ni pokazala statistično značilne razlike pri ocenjevanju povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki.

Izkušeni podjetniki (podjetniki, ki so že ustanovili podjetje v preteklosti) so sodelovanju s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg pripisali večjo povezanost z uspehom podjetja v primerjavi z neizkušenimi podjetniki (podjetniki, ki še niso ustanovili podjetja). Izkušeni podjetniki so slednjemu dejavniku pripisali povprečno oceno 3,31, neizkušeni podjetniki pa zgolj povprečno oceno 2,61.

Rezultati so verjetno posledica dejstva, da so podjetniki, ki prvič ustanavljajo podjetje, običajno bolj previdni pri načinu plasiranja proizvodov na trg kot podjetniki, ki so v preteklosti že bili lastniki podjetja. Zato se jim zdi potencialno tveganje, ki izvira iz sodelovanja s konkurenčnimi podjetji, veliko večje kot morebitni pozitivni sinergični učinki, ki bi lahko nastali zaradi skupnega sodelovanja pri plasiranju proizvodov na trg.

Skladno z rezultati analize lahko zavrnem hipotezo, da je izkušenos podjetnika značilno povezana z ocenjevanjem povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, saj se je statistično značilna razlika med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki pri ocenjevanju povezanosti dejavnikov z uspehom podjetja pokazala zgolj pri enem od 66 dejavnikov.

## 6.6 Interpretacija rezultatov analize

Kvantitativna raziskava povezanosti različnih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja je zasnovana na anketnem vprašalniku, ki sem jo izvedel na

vzorcu 87-ih anketirancev iz populacije novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij v Sloveniji v letu 2011. V raziskavo so zajeta zgolj tista podjetja, ki so vključena v subjekt inovativnega okolja in se ukvarjajo z razvojem visokotehnoloških proizvodov ali storitev.

Izmed vseh sklopov dejavnikov so anketirani podjetniki pripisali najvišji povprečni oceni podjetniški priložnosti (4,36) ter članom ustanovitvenega tima (4,25). Izmed posameznih trditev sta najvišji povprečni oceni prejeli trditvi podjetnik je predan zastavljenim ciljem (4,61) in podjetnik je motiviran (4,61). Ugotovitve lastne raziskave sovpadajo z ugotovitvami ostalih domačih in tujih raziskav, v katerih se je pokazalo, da so prav lastnosti podjetnika ali članov ustanovitvenega tima ter dobra poslovna ideja najvplivnejši dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (Pena, 2002, str. 182; Chorev & Anderson, 2006, str. 165–167; Lee in Tsang, 2001; Collins et al., 2000; Miner et al., 1989; McClelland, 1961).

Podroben vpogled v posamezne elemente ocenjenih zunanjih dejavnikov uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij nam razkriva nekatere značilnosti slovenskih podjetnikov in okolja, v katerem poslujejo. Glede pogojev financiranja podjetniki v povprečju menijo, da ima dostop novoustanovljenega podjetja do sredstev s strani državnih in lokalnih razpisov (3,87) večjo povezanost z uspehom podjetja kot razpoložljivost dolžniškega načina financiranja (3,71). Rezultat je najverjetneje posledica nenaklonjenosti dolžniškega načina financiranja novoustanovljenim podjetjem v Sloveniji, še posebej v zadnjih nekaj letih. Po drugi strani pa imamo v Sloveniji kar nekaj razpisov, namenjenih spodbujanju novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij, še posebej tistih, ki so člani subjekta inovativnega okolja (tehnološki park ali inkubator). Številnim anketiranim podjetnikom so prav razpisna sredstva omogočila uspešno začetno poslovanje, zato menijo, da imajo lokalni in nacionalni razpisi med vsemi načini financiranja največjo povezanost z uspehom novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Še manjšo povezanost z uspehom podjetja, kot ga ima dolžniški način financiranja, pa podjetniki pripisujejo alternativnim načinom financiranja, kot so financiranje preko skladov tveganega kapitala (3,66) in financiranje s pomočjo poslovnih angelov (3,43). Temu gre pripisati predvsem dejstvo, da so tovrstni načini financiranja v Sloveniji manj pogosti in se podjetniki z njimi redkeje srečujejo, zato jim ne pripisujejo večje povezanosti z uspehom njihovega podjetja.

Splošnim gospodarskim pogojem so med vsemi zunanjimi dejavniki podjetniki v povprečju pripisali najmanjšo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Podjetniki so mnenja, da imajo splošni gospodarski pogoji v svetu (3,23) in doma (3,05) najnižjo povezanost z uspehom njihovega podjetja. Nekoliko višjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja so podjetniki v povprečju pripisali zgolj razmeram v panogi (3,75), v katerem podjetje posluje. V tem pogledu je ocena, ki so jo podjetniki namenili povezanosti splošnih gospodarskih pogojev z uspehom podjetja, primerljiva z drugimi raziskavami s tega področja.

Glede kulturnih in družbenih norm pa iz rezultatov lastne raziskave izhaja, da slovenski podjetniki v povprečju menijo, da pozitivna naravnost družbe (3,93) ter spodbudno okolje (4,02) do podjetništva izkazujeta večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot ostali zunanji dejavniki. Temu gre pripisati predvsem dejstvo, da Slovenija v dvajsetih letih ni bila dovolj osredotočena na promoviranje podjetništva v širši družbi. Šele v zadnjih nekaj letih se poskuša podjetništvo v Sloveniji prikazati kot družbeno zaželeno in priznana aktivnost. Pred tem časom je bila slovenska javnost usmerjena predvsem v velike paradne konje slovenskega gospodarstva, ki so jih predstavljala podjetja, pretežno v državni lasti. Tudi v okviru raziskave GEM v povprečju kritično ocenjujejo podjetniško okolje v Sloveniji. Podjetniškim dejavnikom so na lestvici od ena do pet dodelili povprečno oceno nižjo od 3, kar pomeni, da okolje ne spodbuja nastanka in razvoja podjetništva.

Tudi glede vladne in ekonomske politike so podjetniki v povprečju mnenja, da imata poenostavitev postopkov in zmanjšanje ovir pri poslovanju (4,05) ter finančne spodbude v obliki davčnih olajšav in državnih pomoči (3,96) večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja v primerjavi z ostalimi zunanjimi dejavniki, vključenimi v raziskavo. Tudi v tem primeru gre vzroke iskati predvsem v trenutno nesposobnem podjetniškem okolju v Sloveniji.

Podjetniki so v povprečju povezanost infrastrukture z uspehom novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij ocenili z nizko povprečno oceno. Pomenu dostopa do poslovnih, pravnih in strokovnih izobraževanj in svetovanj so pripisali zgolj povprečno oceno 3,69, pomen dostopa do fizične infrastrukture pa povprečno oceno 3,73. Tudi v drugih tovrstnih raziskavah so podjetniki v povprečju pripisali nižjo povezanost podjetniških izobraževanj z uspehom novoustanovljenega podjetja v primerjavi z drugimi dejavniki. Razloge gre iskati predvsem v dejstvu, da so podjetniki mnenja, da se podjetništva ni mogoče naučiti, temveč ga je potrebno živeti. V Sloveniji je podobno kot v drugih razvitih državah fizična infrastruktura relativno dobro razvita, zato ji podjetniki ne namenjajo velikega pomena pri razlagi povezanosti z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Tudi pri vrednotenju povezanosti posameznih dejavnikov podpornih institucij z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja so podjetniki v povprečju pripisali nizko povprečno oceno. Povezanost podpornih institucij z uspehom podjetja so podjetniki ocenili zgolj s povprečno oceno 3,53, povezanost nacionalnih in lokalnih podpornih programov namenjenih spodbujanju podjetništva, pa s povprečno oceno 3,54. Tudi v tem primeru Slovenija ne odstopa bistveno od primerljivih raziskav s tega področja. Podjetniki so mnenja, da imajo ukrepi, ki odpravljajo ovire pri poslovanju in spodbude v obliki davčnih olajšav večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot podpora raznih institucij in podpornih programov. Po njihovem mnenju lahko na uspeh

novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja vpliva predvsem podjetnik sam, država s svojimi inštitucijami pa lahko na uspeh podjetja vpliva tako, da se v njihovo poslovanje čim manj vmešava.

Pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na demografske značilnosti podjetnikov je raziskava pokazala značilne razlike pri ocenjevanju povezanosti posameznih dejavnikov glede na spol, starost in zakonski stan.

Pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na spol so se pokazale značilne razlike med moškimi in ženskami v teži, ki jo pripisujejo posameznim dejavnikom uspeha. Ženske so vsem trditvam, kjer so se pokazale statistično značilne razlike, v povprečju pripisale večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot moški. Rezultati potrjujejo teoretična izhodišča, da obstajajo očitne osebne razlike med podjetniki in podjetnicami. Ženske so običajno v poslu previdnejše, kar se v lastni analizi potrjuje z večjo povezanostjo, ki jo podjetnice pripisujejo trditvama poslovna ideja je dobro premišljena in v novoustanovljenem podjetju razvijajo visoko inovativne proizvode v primerjavi s podjetniki. Poleg tega je iz analize mogoče razbrati tudi večjo težo, ki jo podjetnice v primerjavi s podjetniki pripisujejo formalnim inštitucijam ter gospodarskim trendom v državi in svetu. Razloge za tovrstne razlike gre iskati predvsem v dejstvu, da imajo moški v povprečju močnejše težnje k vplivanju na lastno usodo kot ženske in se zato ne ozirajo v tolikšni meri na dejavnike, na katere nimajo neposrednega vpliva.

Pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom glede na starost so se pokazale značilne razlike med starostnimi skupinami podjetnikov. Podjetniki znotraj starostne skupine od 41 do 50 let so pri vseh trditvah, kjer so se pokazale statistično značilne razlike, v povprečju pripisali manjšo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot podjetniki znotraj ostalih starostnih skupin. Možna razlaga za tovrstne rezultate gre iskati predvsem v življenjskem obdobju, v katerem se podjetniki v teh letih nahajajo. Z začetkom 40. leta človek vstopa v srednja leta, kar prinaša številne psihološke preobrate, ki se lahko odražajo v spremenjenem pogledu na življenje. Človek v tej starosti ima običajno realnejši in nekoliko manj idealističen pogled na življenje, kar se lahko odraža tudi pri načinu presoje povezanosti posameznih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (Lachman, 2004).

Podobne rezultate kot pri analizi glede na starost je pokazala tudi analiza glede na zakonski stan podjetnikov. V tem primeru so ločeni podjetniki in podjetnice pri vseh trditvah, kjer so se pokazale statistično značilne razlike, v povprečju pripisali manjšo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot ostali podjetniki glede na zakonski stan. Tudi tokrat gre razlago iskati predvsem v psihologiji posameznikov, ki so v svojem življenju doživeli tako naporno preizkušnjo. Podobno kot posamezniki, ki vstopajo



v srednja leta, imajo tudi ločeni podjetniki manj idealističen pogled na življenje. Ta lastnost se lahko posledično odraža tudi pri presoji povezanosti posameznih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja (Corcoran, 1997).

Nekoliko manj razvidne zakonitosti je bilo zaznati pri primerjavi povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na podjetnikove pretekle izkušnje (predhodni zaposlitveni status in število ustanovljenih podjetij v preteklosti).

Analiza povezanosti dejavnikov z uspehom glede na predhodni zaposlitveni status je pokazala značilno razliko pri treh trditvah. Trditvi podjetnik ima delovne izkušnje so redno zaposleni podjetniki v povprečju pripisali večjo povezanost z uspehom podjetja v primerjavi s podjetniki, ki pred ustanovitvijo niso bili redno zaposleni. Razloge za tovrstne rezultate gre iskati predvsem v dejstvu, da podjetniki brez predhodnih delovnih izkušenj težko presojajo o tem, ali bi bilo njihovo podjetje uspešnejše v primeru, ko bi imeli delovne izkušnje, ker jim te informacije preprosto niso na voljo. Posledično, zaradi pomanjkanja informacij temu dejavniku raje pripisujejo manjšo povezanost z uspehom podjetja. Po drugi strani pa podjetniki s predhodnimi delovnimi izkušnjami pripisujejo letem veliko povezanost z uspehom podjetja, saj so mnenja, da so jim bile prav delovne izkušnje v veliko pomoč na njihovi podjetniški poti. Presenetljiv rezultat pa se je pokazal pri trditvi člani ustanovitvenega tima imajo raznolika znanja in izkušnje, saj so vse skupine podjetnikov po predhodnem zaposlitvenem statusu, razen podjetnikov, ki so že ustanovili podjetje v preteklosti, vendar v njem niso bili zaposleni, pripisale visoke povprečne ocene. Rezultati so na prvi pogled v nasprotju s splošnim prepričanjem, a vendar dajejo smiselne zaključke. Podjetja, ki razvijajo tehnološko napredne proizvode in storitve, so običajno specializirana na ozkem področju, za kar se zahteva zelo specifično znanje in izkušnje njenih ustanoviteljev. Iz tega lahko sklepamo, da so za uspeh tovrstnih podjetij zaželeno podobna znanja in izkušnje njenih ustanoviteljev, ki predstavljajo nepogrešljiv vložek pri razvoju visokotehnološkega proizvoda ali storitve. Tega dejstva se očitno dobro zavedajo podjetniki, ki so v preteklosti že ustanavljali podjetje, zato so temu dejavniku pripisali nižjo oceno kot ostali.

Tudi pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom podjetja glede na število ustanovljenih podjetij v preteklosti se je pokazala značilna razlika pri treh trditvah. Podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili tri ali več podjetij so trditvi novoustanovljeno podjetje ima učinkovito strukturo odločanja v povprečju pripisali bistveno večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot podjetniki, ki so v preteklosti ustanovili do dve podjetji. Razloge za tovrstne rezultate gre iskati predvsem v dejstvu, da podjetniki, ki so že ustanovili nekaj podjetij v preteklosti, ocenjujejo, da je uspeh podjetja v veliki meri odvisen od učinkovitega vodenja. Po drugi strani pa podjetniki, ki imajo manj izkušenj z vodenjem podjetij, pripisujejo temu dejavniku manjšo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, saj so najverjetneje mnenja, da so drugi

dejavniki, vezani predvsem na kvaliteto in inovativnost proizvoda, pomembnejši. Zanimiv rezultat se je pokazal tudi pri trditvi novoustanovljeno podjetje sodeluje s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg, saj so podjetniki, ki še niso ustanovili podjetja v preteklosti, pripisali precej nižjo povprečno oceno v primerjavi z ostalimi skupinami podjetnikov. Rezultat je najverjetneje posledica dejstva, da so podjetniki, ki prvič ustanovljajo podjetje, običajno bolj previdni pri načinu plasiranja proizvodov na trg kot podjetniki, ki so v preteklosti že bili lastniki podjetja. Zato se jim zdi potencialno tveganje, ki izvira iz sodelovanja s konkurenčnimi podjetji veliko večje kot morebitni pozitivni sinergični učinki, ki bi lahko izvirali iz skupnega sodelovanja pri plasiranju proizvodov na trg.

Analiza je pokazala statistično značilno razliko med povezanostjo notranjih in zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Po mnenju podjetnikov imajo notranji dejavniki večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanji dejavniki. Rezultati raziskave sovpadajo z ugotovitvami ostalih domačih in tujih raziskav, v katerih se je pokazalo, da imajo prav notranji dejavniki največji vpliv na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

V raziskavi se je med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki pokazala značilna razlika le pri eni trditvi novoustanovljeno podjetje sodeluje s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg. Pri vseh ostalih trditvah analiza ni pokazala statistično značilne razlike pri ocenjevanju povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki. Glede na teoretična izhodišča je bilo pričakovati izrazitejše razlike pri presoji dejavnikov uspeha med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki. Ena izmed možnih interpretacij za podobno presojo, ki jo delijo izkušeni in neizkušeni podjetniki o tem, kateri dejavniki so povezani z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, je ta, da je zgolj ustanovitev podjetja v preteklosti preozka definicija izkušenega podjetnika. Glede na paleto veščin in znanj, ki jih mora posameznik osvojiti na svoji podjetniški poti, v kolikor želi postati uspešen in izkušen podjetnik, je zgolj ustanovitev podjetja v preteklosti premalo za kvalificiranje posameznika kot izkušenega podjetnika. Poleg tega je ustanavljanje in vodenje visokotehnoloških podjetij zelo specifično tudi iz vidika podjetništva, kar povzroča dodatne težave pri identificiranju tistih zares izkušenih podjetnikov s tega področja. Iz tega lahko sklepamo, da analiza ne zajema »prave« izkušene podjetnike s področja ustanavljanja visokotehnoloških podjetij in je zato njihova presoja o tem, kateri dejavniki so povezani z uspehom, izrazito podobna tistim, ki so v analizi zajeti kot neizkušeni podjetniki.

## SKLEP

V magistrski nalogi sem vseskozi poudarjal pomembnost podjetništva in razsežnosti, ki jih ima podjetništvo na celotno gospodarstvo. Za zdravo gospodarsko strukturo je nastajanje novih podjetij ključnega pomena, vendar ustvarjanje novih delovnih mest z visoko dodano vrednostjo izvira predvsem iz majhnega števila uspešnih in hitro rastočih visokotehnoloških podjetij. Zaradi omenjenega dejstva sem z magistrsko nalogo želel podati pregled dosedanjih teoretičnih in praktičnih spoznanj na področju dejavnikov, ki vplivajo na uspešnost novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij.

Po uvodni predstavitvi podjetništva in njegovega pomena, razlagi pojma novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja ter predstavitvi procesa ustanovitve visokotehnološkega podjetja sem v teoretičnem delu magistrske naloge največ pozornosti namenil analizi dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Ugotovil sem, da obstajajo v domači in tuji strokovni literaturi številne delitve dejavnikov, ki vplivajo na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, in različni modeli teh vplivnih dejavnikov. Večina novejše literature zagovarja predvsem vpliv notranjih in zunanjih dejavnikov, v praksi pa večina raziskav temelji izključno na notranjih dejavnikih uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. V magistrsko nalogo sem v analizo vključil oba sklopa dejavnikov ter tako prispeval k celovitejši obravnavi problematike.

Rezultati analize notranjih dejavnikov uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij so pokazali, da so slovenski podjetniki mnenja, da imata zaznana poslovna priložnost ter lastnosti članov ustanovitvenega tima največjo povezanost z uspehom njihovega podjetja. Med posameznimi dejavniki pa sta najvišji povprečni oceni prejela dejavnika, povezana z motiviranostjo podjetnika in njegovo predanostjo zastavljenim ciljem. Najmanjšo povezanost z uspehom podjetja pa slovenski podjetniki pripisujejo značilnostim podjetja ob ustanovitvi. Ugotovitve raziskave v glavnem sovpadajo z ugotovitvami ostalih domačih in tujih raziskav. Večina študij je pokazala, da so prav lastnosti podjetnika ali članov ustanovitvenega tima ter dobra poslovna ideja najvplivnejši dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Na podlagi analize zunanjih dejavnikov uspeha novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij sem ugotovil, da slovenski podjetniki pripisujejo vladni in ekonomski politiki ter kulturnim in družbenim normam največjo povezanost z uspehom njihovega podjetja. Najmanjšo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja pa imajo po njihovem mnenju splošni gospodarski pogoji v državi in svetu. Rezultati raziskave se nekoliko razlikujejo glede na ugotovitve raziskav v nekaterih drugih razvitih državah. Temu gre pripisati predvsem dejstvo, da Slovenija v dvajsetih letih ni bila dovolj osredotočena na promoviranje podjetništva v širši družbi ter na spodbujanju podjetniškega

okolja. Šele v zadnjih nekaj letih se poskuša podjetništvo v Sloveniji prikazati kot družbeno zaželena in priznana aktivnost.

Pri analizi povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na demografske značilnosti podjetnikov je raziskava pokazala značilne razlike pri ocenjevanju povezanosti posameznih dejavnikov z uspehom podjetja glede na spol, starost in zakonski stan. V povprečju so moški vsem dejavnikom pripisali manjšo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot ženske. Rezultati potrjujejo teoretična izhodišča, da obstajajo očitne osebne razlike med podjetniki in podjetnicami. Tudi podjetniki v starostni skupini med 40 in 50 let ter ločeni podjetniki so v povprečju pripisali nižje povprečne ocene dejavnikom uspeha kot podjetniki znotraj ostalih skupin. Rezultati so najverjetneje posledica njihovega realnejšega in odgovornejšega pogleda na vsakodnevno življenje, kar pa ima nedvomno vpliv tudi na njihovo presojo o tem kako so posamezni dejavniki povezani z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Nekoliko manj razvidne zakonitosti je bilo zaznati pri primerjavi povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na podjetnikove pretekle izkušnje (predhodni zaposlitveni status in število ustanovljenih podjetij v preteklosti).

V drugi fazi statistične analize sem preverjal dve zastavljeni raziskovalni hipotezi. S prvo hipotezo sem predpostavljajal, da imajo notranji dejavniki večjo povezanost z uspešnostjo novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanji dejavniki, z drugo hipotezo pa sem preverjal, ali je izkušnost podjetnika značilno povezana z ocenjevanjem povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. Na podlagi rezultatov kvantitativne raziskave lahko prvo hipotezo potrdim v celoti, drugo pa ne. Pri testiranju prve hipoteze sem ugotovil, da imajo notranji dejavniki statistično značilno večjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja kot zunanji dejavniki. Skladno z rezultati analize pa sem zavrnil drugo hipotezo, saj se je statistično značilna razlika med izkušenimi in neizkušenimi podjetniki pri ocenjevanju povezanosti dejavnikov z uspehom podjetja pokazala zgolj pri enem od 66 dejavnikov.

V splošnem lahko z raziskavo povzamem ugotovitev, da imajo po mnenju podjetnikov največjo povezanost z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja notranji dejavniki, med katerimi izstopata poslovna priložnost in lastnosti članov ustanovitvenega tima. Zunanji dejavniki so se izkazali kot manj pomembni za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.

Preučevanje povezanosti notranjih in zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja nam ponuja posplošen pogled na problematiko ocenjevanja uspeha podjetij. Analiza potrjuje nekaj že znanih teoretičnih izhodišč, žal pa ne pripomore

veliko k odkrivanju nekaterih specifičnosti s tega področja. Na podlagi navedenega lahko v glavnem sklepamo, da na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja vplivajo tudi nekateri drugi dejavniki, ki pa v analizo niso bili vključeni. Zaradi navedenega bi bilo na podlagi ugotovitev smiselno nadaljnje preučevanje povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, morda z nekoliko razširjenim oziroma spremenjenim modelom, torej z vključitvijo dodatnih neodvisnih spremenljivk iz množice vseh morebitnih dejavnikov uspeha podjetij ter izločitvijo tistih, ki so se na podlagi te analize izkazali kot nepomembni. Dodaten razmislek bi bilo potrebno posvetiti tudi metodi analize in zbiranja podatkov, saj je zaradi specifičnosti vzorca okrnjena količina zbranih podatkov. Vzorec, ki bi zajemal širši spekter podjetij, bi nedvomno pripomogel k večji kredibilnosti analize.

Ne glede na navedeno menim, da nam raziskava nudi nekaj pomembnih ugotovitev. Izsledki raziskave izpostavljajo pomembnost notranjih dejavnikov za uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja, medtem ko se je vpliv zunanjih dejavnikov izkazal kot manj pomemben. Za razvoj kvalitetnega podjetništva bo zato potrebno namenjati več pozornosti posameznikom in njihovim podjetniškim zamislim. Država ima pri tem nedvomno pomembno vlogo pri spodbujanju in nudenju kvalitetnih in dostopnih informacij v povezavi s podjetništvom, zmanjševanju ovir pri poslovanju, poenostavitvi postopkov, oblikovanju državnih programov ter nudenju podpore novim podjetjem oziroma podjetnikom.

## LITERATURA IN VIRI

1. Almor, T., & Hashai, N. (2004). The competitive advantage and strategic configuration of knowledge-intensive, small- and medium-sized multinationals: A modified resource-based view. *Journal of International Management*, 10(4), 479–500.
2. Andrews, K. R. (1971). *The concept of corporate strategy*. Homewood, IL: Dow Jones-Irwin.
3. Antončič, B., Hisrich, R. D., Petrin, T., & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
4. Baker, T., Gedajlovic, E., & Lubatkin, M. (2005). A framework for comparing entrepreneurship processes across nations. *Journal of International Business Studies*, 36(5), 492–504.
5. Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs »connect the dots« to identify new opportunities. *Academy of Management Perspectives February*, 20(1) 104–119.
6. Bell, G., & McNamara, J. (1991). *High-tech ventures: The guide for entrepreneurial success*. Massachusetts: Addison-Wesley.
7. Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–90.
8. Brockhaus, R. H., & Horwitz, P. S. (1986). The psychology of the entrepreneur. V D. L. Sexton, & R. W. Smilor (ur.), *The art and science of entrepreneurship* (str. 25–48). Cambridge, MA: Ballinger.
9. Bruno, A. V., Liedecker, J. K., & Harder, J. W. (1986). Patterns of failure among Silicon Valley high technology firms. V J. W. Rodstadt, J. A. Hornaday, R. Peterson & K. H. Vesper (ur.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (str. 677–693). Wellesley, MA: Babson College.
10. Bruton, G. D., & Rubanik, Y. (2002). Resources of the firm, Russian high-technology startups, and firm growth. *Journal of Business Venturing*, 17(6), 553–576.
11. Busenitz, L. W., & Lau, C. (1996). A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(4), 25–39.
12. Bygrave, W. D. (1994). *The portable MBA in entrepreneurship*. New York: John Wiley & Sons.
13. Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151–166.
14. Cassar, G. (2004). The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 261–283.
15. Chang, S. J. (2004). Venture capital financing, strategic alliances, and the initial public offerings of Internet startups. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 721–741.
16. Chen, C. (2009). Technology commercialization, incubator and venture capital, and new venture performance. *Journal of Business Research*, 62(1), 93–103.

17. Chorev, S., & Anderson, A. R. (2006). Success in Israeli high-tech start-ups; Critical factors and process. *Technovation*, 26(2), 162–174.
18. Chrisman, J. J. (1999). The influence of outsider-generated knowledge resources on venture creation. *Journal of Small Business Management*, 37(4), 42–58.
19. Chrisman, J. J., Bauerschmidt, A., & Hofer, C. W. (1998). The determinants of new venture performance: An extended model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(1), 5–29.
20. Collins, C. J., Locke, E. A., & Hanges, P. J. (2000). *The relationship of need for achievement to entrepreneurial behavior: A meta-analysis*. USA: University of Maryland.
21. Colombo, M. G., & Grilli, L. (2009). A capital partnership: How human and venture capital affect the growth of high-tech start-ups. *Strategic Change* 18(7-8), 231–239.
22. Cooper, R. G. (1994). New products: The factors that drive success. *International Marketing Review*, 11(1), 60–76.
23. Corcoran K. O. (1997). Psychological and Emotional Aspects of Divorce. *Mediate.com*. Najdeno 15. marca 2012 na spletnem naslovu <http://www.mediate.com//articles/psych.cfm>
24. Cunningham, C. (2000). Technology diaspora: Israeli high-tech industry faces a modern day exodus. *Red Herring. Special Report on Israel*, 82, 252–257.
25. Davidson, P., & Klofsten, M. (2003). The business platform: Developing and instrument to gauge and to assist the development of young firms. *Journal of Small Business Management*, 41(1), 1–26.
26. De Bettignies, J., & Brander, J. A. (2007). Financing entrepreneurship: Bank finance versus venture capital. *Journal of Business Venturing*, 22(6), 808–832.
27. Deakins, D. (1999). *Entrepreneurship and small firms*. McGraw-Hill, Maidenhead.
28. Dew, N., Read, S., Sarasvathy, S. D., & Wiltbank, R. (2009). Effectual versus predicitive logics in entrepreneurial decision making: Differences between experts and novices. *Journal of Business Venturing*, 24(4), 287–309.
29. Douglas, E. (2009). Perceptions – Looking at the world through entrepreneurial lenses. V A. L. Carsrud & M. Braanback (ur.), *Understanding the entrepreneurial mind* (str. 3–22). *International Studies in Entrepreneurship*, 24(1).
30. Ensley, M. D., Pearson, A. W., & Amason, A. C. (2002). Understanding the dynamics of new venture top management teams cohesion, conflict, and new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 17(4), 365–386.
31. Ensley, M. D., Pearson, A., & Pearce, C. L. (2003). Top management team process, shared leadership and new venture performance: A theoretical model and research agenda. *Human Resource Management Review*, 13(2), 329–346.
32. Feltovich, P. J., Prietula, M. J., & Ericsson, K. A., (2006). Studies of expertise from psychological perspectives. V K. A. Ericsson, N. Charness, P. J. Feltovich, & R. R.

- Hoffman, (ur.), *The Cambridge handbook of expertise and expert performance*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
33. Gardner, D. M., Johnson, F., Moonkyu, L., & Wilkinson, I. (2000). A contingency approach to marketing high-technology products. *European Journal of Marketing*, 34(9/10), 1053–1077.
  34. Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.
  35. Gatewood, E. J., Shaver, K. G., & Gartner, W. B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5), 371–391.
  36. Gilmore, T. N., & Kazanjian, R. K. (1989). Clarifying decision making in high-growth ventures: The use of responsibility charting. *Journal of Business Venturing*, 4(1), 69–83.
  37. Gimmon, E., & Levie, J. (2010). Founder's human capital, external investment, and the survival of new high-technology ventures. *Research Policy*, 39(9), 1214–1226.
  38. Glas, M., & Pšeničny, V. (2000). *Podjetništvo – izziv za 21. Stoletje*. Ljubljana: GEA College.
  39. Glaser, R. (1984). Education and thinking. *American Psychologist*, 39(2), 93–104.
  40. Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2002). *Strategic Entrepreneurship: Creating a new mindset*. Oxford: Blackwell.
  41. Jo, H., & Lee, J. (1996). The relationship between an entrepreneur's background and performance in a new venture. *Technovation*, 16(4), 161–171.
  42. Kakati, M. (2003). Success criteria in high-tech new ventures. *Technovation*, 23(5), 447–457.
  43. Katz, J., & Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*, 13(3), 429–442.
  44. Keating, A., & McLoughlin, D. (2010). The entrepreneurial imagination and the impact of context on the development of a new venture. *Industrial Marketing Management*, 39(6), 996–1009.
  45. Keuschnigg, C., & Nielsen, S. B. (2004). Start-ups, venture capitalists, and the capital gains tax. *Journal of Public Economics*, 88(5), 1011–1042.
  46. Klofsten, M. (2005). New venture ideas: An analysis of their origin and early development. *Technology Analysis & Strategic Management*, 17(1), 105–119.
  47. Kušče, I. (2010). *Analiza ključnih dejavnikov ustanavljanja podjetja* (magistrsko delo). Koper: Fakulteta za management.
  48. Lachman, M. E. (2004). Development in midlife. *Annual Review of Psychology*, 55, 305–331.
  49. Lee, D., & Tsang, E. (2001). The effects of entrepreneurial personality background and network activities on venture growth. *Journal of Management Studies*, 38(4), 583–602.



50. MacMillan, I. C., Zemann, L., & Subbanarasimha, P. N. (1987). Criteria distinguishing successful from unsuccessful ventures in the venture screening process. *Journal of Business Venturing*, 2(2), 123–137.
51. Martin, R. E., & Justis, R. T. (1993). Franchising, liquidity constraints and entry. *Applied Economics*, 25(9), 1269–1277.
52. Maxwell, A. L., Jeffrey, S. A., & Levesque, M. (2011). Business angel early stage decision making. *Journal of Business Venturing*, 26(2), 212–225.
53. McCaskey, M. B. (1982). *The executive challenge: Managing change and ambiguity*. Boston: Pitman.
54. McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton N.J.: Van Norstrand Publishing Co.
55. Miner, J. B., Smith, N. R., & Bracker, J. S. (1989). Role of entrepreneurial task motivation in the growth of technologically innovative firms: Interpretations from follow-up data. *Journal of Applied Psychology*, 79(4), 627–630.
56. Mishra, M., Kim, D., & Lee, D. H. (1996). Factors affecting new product success: Cross-country comparisons. *Journal of Product Innovation Management*, 13(6), 530–550.
57. Mitchell, R. K., Mitchell, B. T., & Mitchell J. R. (2009) Entrepreneurial scripts and entrepreneurial expertise: The information processing perspective. V A. L. Carsrud & M. Braanback (ur.), *Understanding the entrepreneurial mind* (str. 97–137). *International Studies in Entrepreneurship*, 24(1).
58. Morris, M. H., & Zahra, S. (2000). Adaption of the business concept over time: The case of historically disadvantaged South African owner/managers. *Journal of Small Business Management*, 38(1), 92–101.
59. Nofsinger, J. R., & Wang, W. (2011). Determinants of start-up firm external financing worldwide. *Journal of Banking and Finance*, 35(9), 2282–2294.
60. Oakey, R.P. (2003). Technical entrepreneurship in high-technology small firms: Some observations on the implications for management. *Technovation*, 23(8), 679–688.
61. Park, J. S. (2005). Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech start-ups: A new perspective and supporting case study. *Technovation*, 25(7), 739–752.
62. Pena, I. (2002). Intellectual capital and business start-up success. *Journal of Intellectual Capital*, 3(2), 180–198.
63. Pšeničny, V., Berginc, J., Letonja, M., Pavlin, I., Vadnjal, J., & Žižek, J. (2000). *Podjetništvo, podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces in podjem*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
64. Rebernik, M., Tominc, P., & Crnogaj, K. (2010). *GEM Slovenija 2010: Podjetniška aktivnost, aspiracija in odnos do podjetništva*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
65. Rebernik, M., Tominc, P., & Pušnik, K. (2007). *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti: GEM Slovenija 2006*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.

66. Roberts, E. B. (1991a). Strategic transformation and the success of high technology companies. *International Journal of Technology Management, Special Publication on the Role of Technology in Corporate Policy*, 59–80.
67. Roberts, E. B. (1991b). *Entrepreneurs in high-technology: Lessons from MIT and beyond*. New York: Oxford University Press.
68. Roininen, S., & Ylinenpää, H. (2009). Schumpeterian versus Kirznerian entrepreneurship: A comparison of academic and non-academic new venturing. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(3), 504–520.
69. Sambasivan, M., Abdul, M., & Yusop, Y. (2009). Impact of personal qualities and management skills of entrepreneurs on venture performance in Malaysia: Opportunity recognition skills as a mediating factor. *Technovation*, 29(11), 798–805.
70. Sandberg, W. R., & Hofer, C. W. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 5–28.
71. Serviere, L. (2010). Forced to entrepreneurship: Modeling the factors behind necessity entrepreneurship. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22(1), 37–53.
72. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
73. Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279.
74. Shapira, Z. (1995). *Risk taking: A managerial perspective*. New York: Russell Sage Foundation.
75. Shulman, J. M. (1997). Debt and other forms of financing. In Bygrave, W. D. (Eds.), *The portable MBA of entrepreneurship*. New York: Wiley.
76. Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 113–134.
77. Song, M., Wang, T., & Parry, M. E. (2010). Do market information processes improve new venture performance? *Journal of Business Venturing*, 25(6), 556–568.
78. Stuart, R., & Abetti, P. A. (1990). Impact of entrepreneurial and management experience on early performance. *Journal of Business Venturing*, 5(3), 151–162.
79. Stuart, R., & Abetti, P. A. (1987). Start-up venture: Towards the prediction of initial success. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 215–230.
80. Širec, K. (2007). *Vpliv poslovnih priložnosti, sposobnosti podjetja in osebnih lastnosti podjetnika na rast malih in srednje velikih podjetij* (doktorska disertacija). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
81. Tajnikar, M. (2000). *Tvegano poslovanje*. Portorož: Visoka šola za podjetništvo.
82. Timmons, J. A. (1999). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Boston, MA: Irwin/McGraw-Hill.

83. Townsend, D. M., Busenitz, L. W., & Arthurs, J. D. (2010). To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 192–202.
84. Trop. V. K. (2000). *Podjetništvo v Sloveniji – regionalne razlike v ustanavljanju in razvoju novih podjetij* (doktorska disertacija). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
85. Tsai, W. M., Macmillan, I. C., & Low, M. B., (1991). Effects of strategy and environment on corporate venture success in industrial markets. *Journal of Business Venturing*, 6(1), 9–28.
86. Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Flores, M. (2010). The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541–555.
87. Vahčič, A. (2000). Stanje podjetništva v Sloveniji: Slovensko podjetje v devetdesetih. *Economic and Business Review*, 2(2), 49–59.
88. Van de Ven, A. H., Angle, H. L., & Poole, M. S. (1989). *Research and Management of Innovation*. New York: Harper and Row.
89. Vesper, K. H. (1990). *New venture strategies* (2nd ed). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
90. Westhead, P., & Wright, M. (1998). Novice, portfolio, and serial founders: Are they different? *Journal of Business Venturing*, 13(3), 173–204.

## **PRILOGE**

## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik .....	1
Priloga 2: Oznake trditev za dejavnike uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja.....	6
Priloga 3: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na spol .....	8
Priloga 4: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na starost .....	12
Priloga 5: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na zakonski stan .....	20
Priloga 6: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število otrok.....	28
Priloga 7: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na doseženo stopnjo izobrazbe .....	36
Priloga 8: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na predhodni zaposlitveni status .....	43
Priloga 9: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število podjetij ustanovljenih v preteklosti .....	52
Priloga 10: Povezanost notranjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja .....	60
Priloga 11: Povezanost zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja .....	62
Priloga 12: Primerjava povezanosti notranjih in zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja .....	63
Priloga 13: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja z vidika izkušenosti podjetnika .....	64



## Priloga 1: Anketni vprašalnik

Sem Aljoša Pavšič, študent magistrskega programa Ekonomske Fakultete v Ljubljani, Univerze v Ljubljani. Pripravljam magistrsko nalogo, v kateri raziskujem dejavnike, ki vplivajo na delovanje novoustanovljenih visokotehnoloških podjetij. Podatki, pridobljeni s tem vprašalnikom, bodo uporabljeni izključno za pripravo navedene magistrske naloge in v agregatni obliki. Prosim, da priloženi vprašalnik izpolnite ter shranite in ga nato pošljete na e-mail: [aljosa@neptun-digital.com](mailto:aljosa@neptun-digital.com). Za izpolnitev vprašalnika potrebujete 10 minut.

### 1. Spol:

moški       ženski

### 2. Starost:

20 ali manj       od 21 – 30       od 31 – 40       od 41 – 50       več kot 50

### 3. Zakonski stan:

samski       poročen       ločen       imam izvenzakonskega partnerja(ico)       vdov

### 4. Število otrok:

nimam otrok       1       2       3       4 ali več

### 5. Dosežena stopnja izobrazbe:

osnovna šola       poklicna ali srednja šola       višja ali visoka šola       podiplomski študij

drugo: \_\_\_\_\_

### 6. Pred ustanovitvijo podjetja ste bili:

zaposleni v drugem podjetju       zaposleni v javnem sektorju       samozaposleni       študent       nezaposleni

ustanovitelj drugega podjetja, vendar v njem nisem bil zaposlen       drugo: \_\_\_\_\_

### 7. Koliko podjetij ste že ustanovili v preteklosti?

to je moje prvo podjetje       1       2       3       4 ali več

### 8. Katerega leta ste ustanovili vaše prvo podjetje?

\_\_\_\_\_

### 9. Katerega leta ste ustanovili vaše zadnje podjetje?

\_\_\_\_\_

### 10. Pretekla podjetja sem ustanovil:

individualno       v partnerstvu       v timu       to je moje prvo podjetje

11. Z lestvico od 1 do 5 prosim ocenite, kako pomemben vpliv ima za vas vsak od spodaj navedenih notranjih dejavnikov na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. V primeru, da se trditev **na vaš primer ne nanaša** obkrožite kategorijo **n/u**.

Ocena **1** pomeni, da je dejavnik **zelo nepomemben**, **2** - **nepomemben**, **3** - **srednje pomemben**, **4** - **pomemben**, ocena **5**, da je dejavnik **zelo pomemben**.

		Zelo nepomemben	Nepomemben	Srednje pomemben	Pomemben	Zelo pomemben	N/U
<b>Poslovna priložnost</b>							
1	Poslovna ideja je dobro premišljena in formulirana	1	2	3	4	5	n/u
2	Poslovna ideja naslavlja zaznano tržno potrebo	1	2	3	4	5	n/u
<b>Podjetnik</b>							
3	Podjetnik je predan zastavljenim ciljem	1	2	3	4	5	n/u
4	Podjetnik ima strast za posel	1	2	3	4	5	n/u
5	Podjetnik je motiviran	1	2	3	4	5	n/u
6	Podjetnik ima potrebo po dosežkih (ambiciozen)	1	2	3	4	5	n/u
7	Podjetnik je prepričan v lastne sposobnosti	1	2	3	4	5	n/u
8	Podjetnik ima sposobnost zaznati več poslovnih priložnosti	1	2	3	4	5	n/u
9	Podjetnik ima sposobnost izkoristiti več poslovnih priložnosti	1	2	3	4	5	n/u
10	Podjetnik ima sposobnost pridobivanja informacij na trgu	1	2	3	4	5	n/u
11	Podjetnik je prepričan, da lahko vpliva na lastno usodo	1	2	3	4	5	n/u
12	Podjetnik poseduje visoko stopnjo neformalnega znanja (ni vezano na izobrazbo)	1	2	3	4	5	n/u
13	Podjetnik ima visoko stopnjo izobrazbe	1	2	3	4	5	n/u
14	Podjetnik ima delovne izkušnje	1	2	3	4	5	n/u
<b>Ustanovitveni tim</b>							
15	Člani ustanovitvenega tima imajo predhodna znanja in izkušnje	1	2	3	4	5	n/u
16	Člani ustanovitvenega tima imajo raznolika znanja in izkušnje	1	2	3	4	5	n/u
17	Člani ustanovitvenega tima imajo dobro definirane vloge in odgovornosti	1	2	3	4	5	n/u
18	Člani ustanovitvenega tima so motivirani	1	2	3	4	5	n/u
19	Člani ustanovitvenega tima imajo skupno vizijo	1	2	3	4	5	n/u



<b>Značilnosti podjetja ob ustanovitvi</b>							
20	Novoustanovljeno podjetje ima učinkovito strukturo odločanja	1	2	3	4	5	n/u
21	Novoustanovljeno podjetje ima večje število ustanoviteljev	1	2	3	4	5	n/u
22	Novoustanovljeno podjetje je locirano na ugodnem geografskem področju	1	2	3	4	5	n/u
23	Novoustanovljeno podjetje posluje v hitro rastoči panogi	1	2	3	4	5	n/u
<b>Proizvod ali storitev</b>							
24	Proizvod zadovoljuje kupčeve zahteve	1	2	3	4	5	n/u
25	Proizvod je dobro sprejet med kupci	1	2	3	4	5	n/u
26	Proizvod je inovativen	1	2	3	4	5	n/u
27	Proizvod je cenovno konkurenčen	1	2	3	4	5	n/u
28	Proizvod je dobro testiran in kvaliteten	1	2	3	4	5	n/u
29	Proizvod ima visoko dodano vrednost	1	2	3	4	5	n/u
<b>Razvoj in tehnologija</b>							
30	V novoustanovljenem podjetju imajo razpoložljiv razvojni kader	1	2	3	4	5	n/u
31	Novo razvita tehnologija se enostavno adaptira na trgu	1	2	3	4	5	n/u
32	V novoustanovljenem podjetju razvijajo večje število novih proizvodov	1	2	3	4	5	n/u
33	V novoustanovljenem podjetju namenjajo velik delež sredstev za razvoj	1	2	3	4	5	n/u
34	V novoustanovljenem podjetju hitro razvijajo nove proizvode	1	2	3	4	5	n/u
35	Inovacije so zaščitene s pomočjo intelektualne lastnine	1	2	3	4	5	n/u
<b>Odnos podjetja s strankami</b>							
36	V novoustanovljenem podjetju zasledujejo strankine potrebe	1	2	3	4	5	n/u
37	V novoustanovljenem podjetju spremljajo obnašanje in navade svojih potencialnih kupcev	1	2	3	4	5	n/u
38	V novoustanovljenem podjetju zbirajo povratne informacije s strani svojih kupcev	1	2	3	4	5	n/u
<b>Trženje</b>							
39	V novoustanovljenem podjetju imajo pripravljeno tržno analizo	1	2	3	4	5	n/u

40	V novoustanovljenem podjetju imajo sposobnost komercializacije tehnologije	1	2	3	4	5	n/u
41	Novoustanovljeno podjetje hitro vstopa na trg	1	2	3	4	5	n/u
42	V novoustanovljenem podjetju uporabljajo inovativne tržne prijeme in aktivnosti pri trženju svojih proizvodov	1	2	3	4	5	n/u
43	Novoustanovljeno podjetje vstopa na velik trg	1	2	3	4	5	n/u
44	Novoustanovljeno podjetje plasira nov proizvod na tuje trge (internacionalizacija)	1	2	3	4	5	n/u
45	Novoustanovljeno podjetje vstopa na hitro rastoči trg	1	2	3	4	5	n/u
46	Novoustanovljeno podjetje ponuja proizvod z visoko stopnjo diferenciacije	1	2	3	4	5	n/u
<b>Strategija</b>							
47	V novoustanovljenem podjetju imajo jasno definirano strategijo	1	2	3	4	5	n/u
48	Novoustanovljeno podjetje izkorišča tržno nišo	1	2	3	4	5	n/u
49	V novoustanovljenem podjetju razvijajo visoko inovativne proizvode	1	2	3	4	5	n/u
50	Novoustanovljeno podjetje ponuja proizvod, ki je namenjen velikemu številu potencialnih strank	1	2	3	4	5	n/u
51	Novoustanovljeno podjetje sodeluje s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg	1	2	3	4	5	n/u

12. Z lestvico od 1 do 5 prosim ocenite, kako pomemben vpliv ima za vas vsak od spodaj navedenih zunanjih dejavnikov na uspeh novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja. V primeru, da se trditev **na vaš primer ne nanaša** obkrožite kategorijo **n/u**.

Ocena **1** pomeni, da je dejavnik **zelo nepomemben**, **2** - **nepomemben**, **3** - **srednje pomemben**, **4** - **pomemben**, ocena **5**, da je dejavnik **zelo pomemben**.

		Zelo Nepomemben	Nepomemben	Srednje pomemben	Pomemben	Zelo pomemben	N/U
<b>Financiranje</b>							
1	Novoustanovljeno podjetje ima dostop do dolžniškega načina financiranja (bančna posojila)	1	2	3	4	5	n/u
2	Novoustanovljeno podjetje ima dostop do financiranja preko rizičnih skladov	1	2	3	4	5	n/u
3	Novoustanovljeno podjetje ima dostop do financiranja preko poslovnih angelov	1	2	3	4	5	n/u
4	Novoustanovljeno podjetje ima dostop do sredstev s strani državnih in lokalnih razpisov za spodbujanje podjetništva	1	2	3	4	5	n/u

**Splošni gospodarski pogoji**

5	Novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se globalna ekonomija nahaja v fazi visoke gospodarske rasti (konjunktura)	1	2	3	4	5	n/u
6	Novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se država nahaja v fazi visoke gospodarske rasti (konjunktura)	1	2	3	4	5	n/u
7	Novoustanovljeno podjetje vstopa v panogo, ki izkazuje visoko stopnjo rasti	1	2	3	4	5	n/u

**Kulturne in družbene norme**

8	Novoustanovljeno podjetje posluje v družbi, ki je pozitivno naravnana do podjetništva	1	2	3	4	5	n/u
9	Novoustanovljeno podjetje posluje v okolju, kjer so norme in regulative usmerjene k spodbujanju podjetništva	1	2	3	4	5	n/u

**Vladna in ekonomska politika**

10	Država skrbi za poenostavitev postopkov in zmanjševanje ovir pri poslovanju podjetij	1	2	3	4	5	n/u
11	Država zagotavlja finančne spodbude v obliki davčnih olajšav, državnih pomoči idr. za spodbujanje podjetništva	1	2	3	4	5	n/u

**Infrastruktura**

12	Novoustanovljeno podjetje ima dostop do poslovnih, pravnih in strokovnih izobraževanj in svetovanj	1	2	3	4	5	n/u
13	Novoustanovljeno podjetje ima dostop do fizične infrastrukture (poslovni prostori)	1	2	3	4	5	n/u

**Podporne inštitucije**

14	Novoustanovljeno podjetje ima dostop do podpornih inštitucij (inkubatorjev, tehnoloških parkov,...)	1	2	3	4	5	n/u
15	Novoustanovljeno podjetje ima dostop do nacionalnih in lokalnih podpornih programov namenjenih spodbujanju podjetništva	1	2	3	4	5	n/u

Najlepša hvala za sodelovanje 😊

Prosim, da izpolnjen vprašalnik shranite in pošljete na e-mail: [aljosa@neptun-digital.com](mailto:aljosa@neptun-digital.com).

## Priloga 2: Oznake trditev za dejavnike uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja

Tabela 1: Oznake trditev za notranje dejavnike uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja

TRDITVE VEZANE NA POSLOVNO PRILOŽNOST	OZNAKA ZA ANALIZO
Poslovna ideja je dobro premišljena in formulirana	POSL_PRIL_prem_ideja
Poslovna ideja naslavlja zaznano tržno potrebo	POSL_PRIL_trzna_ideja
TRDITVE VEZANE NA LASTNOSTI PODJETNIKA	OZNAKA ZA ANALIZO
Podjetnik je predan zastavljenim ciljem	PODJET_predan
Podjetnik ima strast za posel	PODJET_strast
Podjetnik je motiviran	PODJET_motiviran
Podjetnik ima potrebo po dosežkih (ambiciozen)	PODJET_potreben_dose
Podjetnik je prepričan v lastne sposobnosti	PODJET_prepričan_sposo
Podjetnik ima sposobnost zaznati več poslovnih priložnosti	PODJET_zazna_prilo
Podjetnik ima sposobnost izkoristiti več poslovnih priložnosti	PODJET_izkoristi_prilo
Podjetnik ima sposobnost pridobivanja informacij na trgu	PODJET_pridobiva_infor
Podjetnik je prepričan, da lahko vpliva na lastno usodo	PODJET_vpliva_usodo
Podjetnik poseduje visoko stopnjo neformalnega znanja (ni vezano na izobrazbo)	PODJET_neform_znanje
Podjetnik ima visoko stopnjo izobrazbe	PODJET_stopnja_izobr
Podjetnik ima delovne izkušnje	PODJET_del_izkušnje
TRDITVE VEZANE NA ČLANE USTANOVITVENEGA TIMA	OZNAKA ZA ANALIZO
Člani ustanovitvenega tima imajo predhodna znanja in izkušnje	UST_TIM_pred_znanje
Člani ustanovitvenega tima imajo raznolika znanja in izkušnje	UST_TIM_razn_znanje
Člani ustanovitvenega tima imajo dobro definirane vloge in odgovornosti	UST_TIM_def_vloge
Člani ustanovitvenega tima so motivirani	UST_TIM_motiviran
Člani ustanovitvenega tima imajo skupno vizijo	UST_TIM_vizija
TRDITVE VEZANE NA ZNAČILNOSTI PODJETJA OB USTANOVITVI	OZNAKA ZA ANALIZO
Novoustanovljeno podjetje ima učinkovito strukturo odločanja	ZNAČ_POD_odločanje
Novoustanovljeno podjetje ima večje število ustanoviteljev	ZNAČ_POD_št_ustanov
Novoustanovljeno podjetje je locirano na ugodnem geografskem področju	ZNAČ_POD_geo_področ
Novoustanovljeno podjetje posluje v hitro rastoči panogi	ZNAČ_POD_rast_panoga
TRDITVE VEZANE NA PROIZVOD ALI STORITEV	OZNAKA ZA ANALIZO
Proizvod zadovoljuje kupčeve zahteve	PROIZVOD_zad_zhteve
Proizvod je dobro sprejet med kupci	PROIZVOD_sprejet
Proizvod je inovativen	PROIZVOD_inovativen
Proizvod je cenovno konkurenčen	PROIZVOD_konkure
Proizvod je dobro testiran in kvaliteten	PROIZVOD_kvaliteten
Proizvod ima visoko dodano vrednost	PROIZVOD_dod_vredn
TRDITVE VEZANE NA Razvoj in tehnologija	OZNAKA ZA ANALIZO
V novoustanovljenem podjetju imajo razpoložljiv razvojni kader	RAZVOJ_raz_kader
Novo razvita tehnologija se enostavno adaptira na trgu	RAZVOJ_teh_adaptira
V novoustanovljenem podjetju razvijajo večje število novih proizvodov	RAZVOJ_št_voiz
V novoustanovljenem podjetju namenljajo velik delež sredstev za razvoj	RAZVOJ_delež_sred
V novoustanovljenem podjetju hitro razvijajo nove proizvode	RAZVOJ_hiter_razvoj
Inovacije so zaščitene s pomočjo intelektualne lastnine	RAZVOJ_intelekt_last
TRDITVE VEZANE NA ODNOS PODJETJA S STRANKAMI	OZNAKA ZA ANALIZO
V novoustanovljenem podjetju zasledujejo strankine potrebe	ODNOS_S_zasled_potrebe
V novoustanovljenem podjetju spremljajo obnašanje in navade svojih potencialnih kupcev	ODNOS_S_sprem_navade
V novoustanovljenem podjetju zbirajo povratne informacije s strani svojih kupcev	ODNOS_S_pov_inform
TRDITVE VEZANE NA TRŽENJE	OZNAKA ZA ANALIZO
V novoustanovljenem podjetju imajo pripravljeno tržno analizo	TRŽENJE_trž_analiza
V novoustanovljenem podjetju imajo sposobnost komercializacije tehnologije	TRŽENJE_kom_tehno
Novoustanovljeno podjetje hitro vstopa na trg	TRŽENJE_hiter_vstop
V novoustanovljenem podjetju uporabljajo inovativne tržne prijeme in aktivnosti pri trženju svojih proizvodov	TRŽENJE_inov_trženje
Novoustanovljeno podjetje vstopa na velik trg	TRŽENJE_velik_trg
Novoustanovljeno podjetje plasira nov proizvod na tuje trge (internacionalizacija)	TRŽENJE_tuj_trg
Novoustanovljeno podjetje vstopa na hitro rastoči trg	TRŽENJE_rastoči_trg
Novoustanovljeno podjetje ponuja proizvod z visoko stopnjo diferenciacije	TRŽENJE_diferenc_proiz
TRDITVE VEZANE NA STRATEGIJO PODJETJA	OZNAKA ZA ANALIZO
V novoustanovljenem podjetju imajo jasno definirano strategijo	STRATEGIJA_jasna
Novoustanovljeno podjetje izkorišča tržno nišo	STRATEGIJA_trzna_niša
V novoustanovljenem podjetju razvijajo visoko inovativne proizvode	STRATEGIJA_inov_proiz
Novoustanovljeno podjetje ponuja proizvod, ki je namenjen velikemu številu potencialnih strank	STRATEGIJA_št_voiz
Novoustanovljeno podjetje sodeluje s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg	STRATEGIJA_konk_pod

*Tabela 2: Oznake trditev za zunanje dejavnike uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja*

<b>TRDITVE VEZANE NA FINANCIRANJE</b>	<b>OZNAKA ZA ANALIZO</b>
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do dolžniškega načina financiranja (bančna posojila)	FINANC_ban_posojila
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do financiranja preko rizičnih skladov	FINANC_riz_sklad
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do financiranja preko poslovnih angelov	FINANC_posl_angel
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do sredstev s strani državnih in lokalnih razpisov za spodbujanje podjetništva	FINANC_razpisi
<b>TRDITVE VEZANE NA SPLOŠNE GOSPODARSKE POGOJE</b>	<b>OZNAKA ZA ANALIZO</b>
Novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se globalna ekonomija nahaja v fazi visoke gospodarske rasti (konjunktura)	GOSP_POG_svet_rast
Novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se država nahaja v fazi visoke gospodarske rasti (konjunktura)	GOSP_POG_drzav_rast
Novoustanovljeno podjetje vstopa v panogo, ki izkazuje visoko stopnjo rasti	GOSP_POG_pano_rast
<b>TRDITVE VEZANE NA KULTURNE IN DRUŽBENE NORME</b>	<b>OZNAKA ZA ANALIZO</b>
Novoustanovljeno podjetje posluje v družbi, ki je pozitivno naravnana do podjetništva	NORME_druz_b_narav
Novoustanovljeno podjetje posluje v okolju, kjer so norme in regulative usmerjene k spodbujanju podjetništva	NORME_regulativa
<b>TRDITVE VEZANE NA VLADNO IN EKONOMSKO POLITIKO</b>	<b>OZNAKA ZA ANALIZO</b>
Država skrbi za poenostavitev postopkov in zmanjševanje ovir pri poslovanju podjetij	VLAD_POL_poen_post
Država zagotavlja finančne spodbude v obliki davčnih olajšav, državnih pomoči idr. za spodbujanje podjetništva	VLAD_POL_fin_spodb
<b>TRDITVE VEZANE NA INFRASTRUKTURO</b>	<b>OZNAKA ZA ANALIZO</b>
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do poslovnih, pravnih in strokovnih izobraževanj in svetovanj	INFRASTR_izobraz
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do fizične infrastrukture (poslovni prostori)	INFRASTR_posl_prost
<b>TRDITVE VEZANE NA PODPORNE INŠTITUCIJE</b>	<b>OZNAKA ZA ANALIZO</b>
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do podpornih inštitucij (inkubatorjev, tehnoloških parkov,...)	POD_INST_dostop
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do nacionalnih in lokalnih podpornih programov namenjenih spodbujanju podjetništva	POD_INST_pod_prog

### Priloga 3: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na spol

Slika 1: Frekvenčna porazdelitev podjetnikov glede na spol

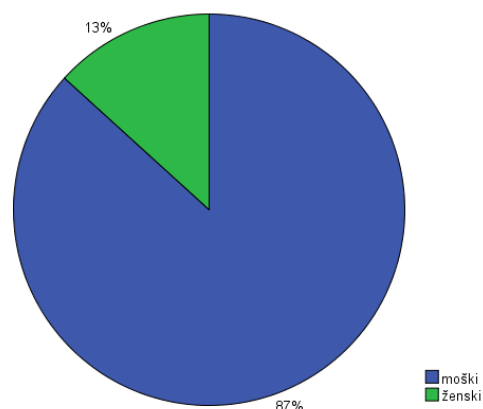


Tabela 3: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na spol

SPOL		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
POSL_PRIL_prem_ideja	moški	72	4,31	,866	,102
	ženski	10	4,80	,422	,133
POSL_PRIL_tržna_ideja	moški	71	4,32	,841	,100
	ženski	10	4,50	,707	,224
PODJET_predan	moški	72	4,61	,662	,078
	ženski	11	4,82	,405	,122
PODJET_strast	moški	72	4,33	,805	,095
	ženski	11	4,36	,674	,203
PODJET_motiviran	moški	72	4,58	,707	,083
	ženski	11	4,82	,405	,122
PODJET_potreben_dose	moški	72	4,29	,721	,085
	ženski	11	4,45	,688	,207
PODJET_prepričan_sposo	moški	72	4,29	,830	,098
	ženski	11	4,27	,786	,237
PODJET_zazna_prilo	moški	72	4,08	,835	,098
	ženski	11	4,27	,786	,237
PODJET_izkoristi_prilo	moški	72	4,06	,870	,103
	ženski	11	4,27	,647	,195
PODJET_pridobiva_infor	moški	72	4,31	,816	,096
	ženski	11	4,45	,522	,157
PODJET_vpliva_usodo	moški	70	4,17	,947	,113
	ženski	11	3,91	1,044	,315
PODJET_neform_znanje	moški	72	4,04	,813	,096
	ženski	11	4,09	,944	,285
PODJET_stopnja_izobr	moški	72	2,60	,883	,104
	ženski	11	3,45	1,036	,312
PODJET_del_izkušnje	moški	71	3,83	,971	,115
	ženski	11	3,73	1,191	,359
UST_TIM_pred_znanje	moški	63	3,97	,761	,096
	ženski	11	4,27	1,272	,384
UST_TIM_razn_znanje	moški	62	4,11	,727	,092
	ženski	11	4,55	,688	,207
UST_TIM_def_vloge	moški	62	4,06	,939	,119
	ženski	11	4,18	1,079	,325
UST_TIM_motiviran	moški	62	4,47	,762	,097
	ženski	11	4,55	,688	,207
UST_TIM_vizija	moški	62	4,48	,671	,085
	ženski	11	4,64	,505	,152
ZNAČ_POD_odločanje	moški	68	3,62	1,023	,124
	ženski	11	3,91	,831	,251
ZNAČ_POD_št_ustanov	moški	68	2,26	1,154	,140
	ženski	10	2,70	1,567	,496
ZNAČ_POD_geo_področ	moški	70	2,63	,966	,115

	ženski	9	2,89	1,167	,389
ZNAČ_POD_rast_panoga	moški	69	3,35	,952	,115
	ženski	11	3,00	1,095	,330
PROIZVOD_zad_zachteve	moški	71	4,51	,754	,089
	ženski	10	4,60	,516	,163
PROIZVOD_sprejet	moški	71	4,25	,731	,087
	ženski	10	4,70	,675	,213
PROIZVOD_inovativen	moški	72	3,78	,859	,101
	ženski	11	4,00	,894	,270
PROIZVOD_konkure	moški	71	3,82	,915	,109
	ženski	10	4,00	,667	,211
PROIZVOD_kvaliteten	moški	71	3,94	,893	,106
	ženski	10	4,50	,527	,167
PROIZVOD_dod_vredn	moški	72	4,04	,895	,105
	ženski	10	4,00	,943	,298
RAZVOJ_raz_kader	moški	70	3,94	,866	,104
	ženski	10	4,10	,568	,180
RAZVOJ_teh_adaptira	moški	70	3,77	,904	,108
	ženski	11	3,55	1,128	,340
RAZVOJ_stev_proiz	moški	71	2,92	,952	,113
	ženski	11	3,27	1,191	,359
RAZVOJ_delež_sred	moški	71	3,83	,845	,100
	ženski	10	3,60	,843	,267
RAZVOJ_hiter_razvoj	moški	71	3,54	1,026	,122
	ženski	11	3,27	,786	,237
RAZVOJ_intelekt_last	moški	70	2,84	1,085	,130
	ženski	11	3,45	1,128	,340
ODNOS_S_zasled_potrebe	moški	71	4,24	,801	,095
	ženski	11	4,18	1,250	,377
ODNOS_S_sprem_navade	moški	71	4,14	,833	,099
	ženski	11	3,91	1,300	,392
ODNOS_S_pov_inform	moški	71	4,23	,898	,107
	ženski	10	4,20	,919	,291
TRŽENJE_trž_analiza	moški	72	3,74	,919	,108
	ženski	11	4,09	1,044	,315
TRŽENJE_kom_tehno	moški	70	4,17	,816	,098
	ženski	11	3,73	1,104	,333
TRŽENJE_hiter_vstop	moški	72	3,94	,785	,093
	ženski	10	3,50	,972	,307
TRŽENJE_inov_trženje	moški	70	3,83	,868	,104
	ženski	10	3,50	1,080	,342
TRŽENJE_velik_trg	moški	70	3,54	,943	,113
	ženski	11	3,27	,905	,273
TRŽENJE_tuj_trg	moški	70	3,81	,937	,112
	ženski	10	3,50	1,269	,401
TRŽENJE_rastoči_trg	moški	69	3,64	,707	,085
	ženski	11	3,18	,874	,263
TRŽENJE_diferenc_proiz	moški	67	3,69	,802	,098
	ženski	11	3,55	1,036	,312
STRATEGIJA_jasna	moški	71	3,94	,876	,104
	ženski	11	4,27	,786	,237
STRATEGIJA_tržna_niša	moški	72	4,15	,816	,096
	ženski	11	4,18	,982	,296
STRATEGIJA_inov_proiz	moški	72	3,68	,784	,092
	ženski	11	4,27	1,009	,304
STRATEGIJA_stev_strank	moški	71	3,51	,984	,117
	ženski	10	3,90	,994	,314
STRATEGIJA_konk_pod	moški	69	2,91	,981	,118
	ženski	8	3,13	1,126	,398
FINANC_ban_posojila	moški	69	3,67	1,133	,136
	ženski	10	4,00	1,054	,333
FINANC_riz_sklad	moški	68	3,66	1,016	,123
	ženski	9	3,67	1,225	,408
FINANC_posl_angel	moški	67	3,43	1,048	,128
	ženski	9	3,44	1,509	,503
FINANC_razpisi	moški	71	3,79	1,107	,131
	ženski	11	4,36	,924	,279
GOSP_POG_svet_rast	moški	68	3,13	1,050	,127
	ženski	10	3,90	,994	,314
GOSP_POG_držav_rast	moški	68	2,96	1,057	,128
	ženski	10	3,70	,949	,300
GOSP_POG_pano_rast	moški	70	3,77	,783	,094
	ženski	11	3,64	1,120	,338
NORME_družb_narav	moški	71	3,90	1,030	,122
	ženski	11	4,09	1,044	,315
NORME_regulativa	moški	71	4,03	,985	,117
	ženski	11	4,00	1,095	,330
VLAD_POL_poen_post	moški	71	4,07	1,163	,138
	ženski	11	3,91	1,514	,456
VLAD_POL_fin_spodb	moški	72	4,00	1,101	,130
	ženski	11	3,73	1,679	,506
INFRASTR_izobraž	moški	72	3,61	1,145	,135
	ženski	11	4,18	,982	,296
INFRASTR_posl_prost	moški	71	3,68	1,118	,133
	ženski	11	4,09	1,300	,392
POD_INST_dostop	moški	72	3,40	1,206	,142
	ženski	11	4,36	,809	,244
POD_INST_pod_prog	moški	72	3,46	1,113	,131
	ženski	10	4,10	,876	,277

Tabela 4: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na spol  
– t-preskus

		Independent Samples Test					
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
POSL_PRIL_prem_ideja	Equal variances assumed	6,340	,014	-1,769	80	,081	-,494
	Equal variances not assumed			-2,944	21,700	,008	-,494
POSL_PRIL_tržna_ideja	Equal variances assumed	,297	,587	-,630	79	,530	-,176
	Equal variances not assumed			-,719	12,881	,485	-,176
PODJET_predan	Equal variances assumed	3,040	,085	-1,006	81	,317	-,207
	Equal variances not assumed			-1,430	19,399	,169	-,207
PODJET_strast	Equal variances assumed	,226	,636	-,118	81	,906	-,030
	Equal variances not assumed			-,135	14,731	,894	-,030
PODJET_motiviran	Equal variances assumed	3,692	,058	-1,071	81	,287	-,235
	Equal variances not assumed			-1,590	20,875	,127	-,235
PODJET_potreben_dose	Equal variances assumed	,032	,858	-,702	81	,485	-,163
	Equal variances not assumed			-,727	13,585	,480	-,163
PODJET_prepričan_sposob	Equal variances assumed	,003	,959	,071	81	,944	,019
	Equal variances not assumed			,074	13,636	,942	,019
PODJET_zazna_prilo	Equal variances assumed	,081	,777	-,706	81	,482	-,189
	Equal variances not assumed			-,738	13,686	,473	-,189
PODJET_izkoristi_prilo	Equal variances assumed	,848	,360	-,793	81	,430	-,217
	Equal variances not assumed			-,986	16,126	,339	-,217
PODJET_pridobiva_infor	Equal variances assumed	2,423	,123	-,586	81	,560	-,149
	Equal variances not assumed			-,808	18,489	,430	-,149
PODJET_vpliva_usodo	Equal variances assumed	,128	,721	,842	79	,402	,262
	Equal variances not assumed			,784	12,723	,447	,262
PODJET_neform_znanje	Equal variances assumed	,077	,782	-,183	81	,855	-,049
	Equal variances not assumed			-,164	12,370	,872	-,049
PODJET_stopnja_izobr	Equal variances assumed	,547	,462	-2,933	81	,004	-,857
	Equal variances not assumed			-2,605	12,321	,023	-,857
PODJET_del_izkušnje	Equal variances assumed	,544	,463	,320	80	,750	,104
	Equal variances not assumed			,275	12,147	,788	,104
UST_TIM_pred_znanje	Equal variances assumed	4,589	,036	-1,095	72	,277	-,304
	Equal variances not assumed			-,770	11,283	,457	-,304
UST_TIM_razn_znanje	Equal variances assumed	,054	,817	-1,833	71	,071	-,433
	Equal variances not assumed			-1,906	14,264	,077	-,433
UST_TIM_def_vloge	Equal variances assumed	,780	,380	-,374	71	,710	-,117
	Equal variances not assumed			-,339	12,829	,740	-,117
UST_TIM_motiviran	Equal variances assumed	,081	,776	-,316	71	,753	-,078
	Equal variances not assumed			-,340	14,721	,739	-,078
UST_TIM_vizija	Equal variances assumed	2,291	,135	-,717	71	,476	-,152
	Equal variances not assumed			-,874	16,992	,394	-,152
ZNAČ_POD_odločanje	Equal variances assumed	1,214	,274	-,897	77	,373	-,291
	Equal variances not assumed			-1,042	15,358	,313	-,291
ZNAČ_POD_št_ustanov	Equal variances assumed	2,444	,122	-1,062	76	,292	-,435
	Equal variances not assumed			-,845	10,484	,417	-,435
ZNAČ_POD_geo_področ	Equal variances assumed	,002	,966	-,744	77	,459	-,260
	Equal variances not assumed			-,642	9,463	,536	-,260
ZNAČ_POD_rast_panoga	Equal variances assumed	,341	,561	1,103	78	,274	,348
	Equal variances not assumed			,995	12,527	,339	,348
PROIZVOD_zad_zhteve	Equal variances assumed	,891	,348	-,377	79	,707	-,093
	Equal variances not assumed			-,499	15,034	,625	-,093
PROIZVOD_sprejet	Equal variances assumed	,326	,570	-1,823	79	,072	-,446
	Equal variances not assumed			-1,938	12,180	,076	-,446
PROIZVOD_inovativen	Equal variances assumed	,262	,610	-,795	81	,429	-,222
	Equal variances not assumed			-,771	12,984	,454	-,222
PROIZVOD_konkure	Equal variances assumed	3,583	,062	-,609	79	,544	-,183
	Equal variances not assumed			-,772	14,281	,453	-,183
PROIZVOD_kvaliteten	Equal variances assumed	,548	,461	-1,918	79	,059	-,556
	Equal variances not assumed			-2,817	17,376	,012	-,556
PROIZVOD_dod_vredn	Equal variances assumed	,004	,950	,137	80	,891	,042
	Equal variances not assumed			,132	11,371	,897	,042
RAZVOJ_raz_kader	Equal variances assumed	1,408	,239	-,555	78	,580	-,157
	Equal variances not assumed			-,758	15,756	,459	-,157
RAZVOJ_teh_adaptira	Equal variances assumed	,673	,414	,745	79	,458	,226
	Equal variances not assumed			,633	12,100	,538	,226
RAZVOJ_štev_proiz	Equal variances assumed	1,582	,212	-1,119	80	,267	-,357
	Equal variances not assumed			-,949	12,063	,361	-,357
RAZVOJ_delež_sred	Equal variances assumed	,019	,890	,810	79	,421	,231
	Equal variances not assumed			,811	11,695	,434	,231
RAZVOJ_hiter_razvoj	Equal variances assumed	1,121	,293	,811	80	,420	,262
	Equal variances not assumed			,985	15,813	,339	,262
RAZVOJ_intelekt_last	Equal variances assumed	,346	,558	-1,729	79	,088	-,612
	Equal variances not assumed			-1,680	13,080	,117	-,612
ODNOS_S_zasled_potrebe	Equal variances assumed	2,298	,133	,204	80	,839	,058
	Equal variances not assumed			,148	11,306	,885	,058
ODNOS_S_sprem_navade	Equal variances assumed	1,603	,209	,790	80	,432	,232
	Equal variances not assumed			,573	11,306	,578	,232
ODNOS_S_pov_inform	Equal variances assumed	,126	,723	,083	79	,934	,025
	Equal variances not assumed			,082	11,554	,936	,025
TRŽENJE_trž_analiza	Equal variances assumed	,181	,671	-1,171	81	,245	-,355
	Equal variances not assumed			-1,065	12,482	,307	-,355
TRŽENJE_kom_tehno	Equal variances assumed	1,948	,167	1,597	79	,114	,444
	Equal variances not assumed			1,281	11,779	,225	,444
TRŽENJE_hiter_vstop	Equal variances assumed	1,568	,214	1,629	80	,107	,444



	Equal variances not assumed			1,385	10,695	,194	,444
TRŽENJE_inov_trženje	Equal variances assumed	1,760	,188	1,086	78	,281	,329
	Equal variances not assumed			,920	10,724	,378	,329
TRŽENJE_velik_trg	Equal variances assumed	,211	,647	,888	79	,377	,270
	Equal variances not assumed			,915	13,651	,376	,270
TRŽENJE_tuj_trg	Equal variances assumed	3,737	,057	,948	78	,346	,314
	Equal variances not assumed			,754	10,448	,467	,314
TRŽENJE_rastoči_trg	Equal variances assumed	,016	,900	1,923	78	,058	,456
	Equal variances not assumed			1,647	12,173	,125	,456
TRŽENJE_diferenc_proiz	Equal variances assumed	1,868	,176	,519	76	,605	,141
	Equal variances not assumed			,431	12,046	,674	,141
STRATEGIJA_jasna	Equal variances assumed	,044	,834	-1,173	80	,244	-,329
	Equal variances not assumed			-1,271	14,146	,224	-,329
STRATEGIJA_tržna_niša	Equal variances assumed	,562	,455	-,107	81	,915	-,029
	Equal variances not assumed			-,093	12,206	,927	-,029
STRATEGIJA_inov_proiz	Equal variances assumed	1,122	,293	-2,244	81	,028	-,592
	Equal variances not assumed			-1,862	11,916	,087	-,592
STRATEGIJA_stev_strank	Equal variances assumed	,211	,648	-1,181	79	,241	-,393
	Equal variances not assumed			-1,171	11,624	,265	-,393
STRATEGIJA_konk_pod	Equal variances assumed	,185	,669	-,570	75	,570	-,212
	Equal variances not assumed			-,510	8,280	,623	-,212
FINANC_ban_posojila	Equal variances assumed	,700	,405	-,876	77	,384	-,333
	Equal variances not assumed			-,925	12,223	,373	-,333
FINANC_riz_sklad	Equal variances assumed	,887	,349	-,013	75	,989	-,005
	Equal variances not assumed			-,011	9,516	,991	-,005
FINANC_posl_angel	Equal variances assumed	4,001	,049	-,030	74	,977	-,012
	Equal variances not assumed			-,022	9,065	,983	-,012
FINANC_razpisi	Equal variances assumed	,741	,392	-1,634	80	,106	-,575
	Equal variances not assumed			-1,866	14,836	,082	-,575
GOSP_POG_svet_rast	Equal variances assumed	,101	,751	-2,173	76	,033	-,768
	Equal variances not assumed			-2,263	12,147	,043	-,768
GOSP_POG_držav_rast	Equal variances assumed	,002	,964	-2,103	76	,039	-,744
	Equal variances not assumed			-2,281	12,530	,041	-,744
GOSP_POG_pano_rast	Equal variances assumed	1,881	,174	,500	79	,619	,135
	Equal variances not assumed			,385	11,587	,707	,135
NORME_družb_narav	Equal variances assumed	,234	,630	-,567	80	,573	-,190
	Equal variances not assumed			-,561	13,200	,584	-,190
NORME_regulativa	Equal variances assumed	1,204	,276	,087	80	,931	,028
	Equal variances not assumed			,080	12,635	,937	,028
VLAD_POL_poen_post	Equal variances assumed	2,206	,141	,411	80	,682	,161
	Equal variances not assumed			,338	11,898	,741	,161
VLAD_POL_fin_spodb	Equal variances assumed	7,037	,010	,710	81	,480	,273
	Equal variances not assumed			,522	11,350	,612	,273
INFRASTR_izobraž	Equal variances assumed	1,002	,320	-1,565	81	,121	-,571
	Equal variances not assumed			-1,754	14,502	,100	-,571
INFRASTR_posl_prost	Equal variances assumed	,123	,726	-1,120	80	,266	-,415
	Equal variances not assumed			-1,002	12,400	,335	-,415
POD_INST_dostop	Equal variances assumed	3,304	,073	-2,549	81	,013	-,961
	Equal variances not assumed			-3,403	17,660	,003	-,961
POD_INST_pod_prog	Equal variances assumed	1,263	,264	-1,747	80	,084	-,642
	Equal variances not assumed			-2,094	13,403	,056	-,642

## Priloga 4: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na starost

Slika 2: Frekvenčna porazdelitev podjetnikov po starosti

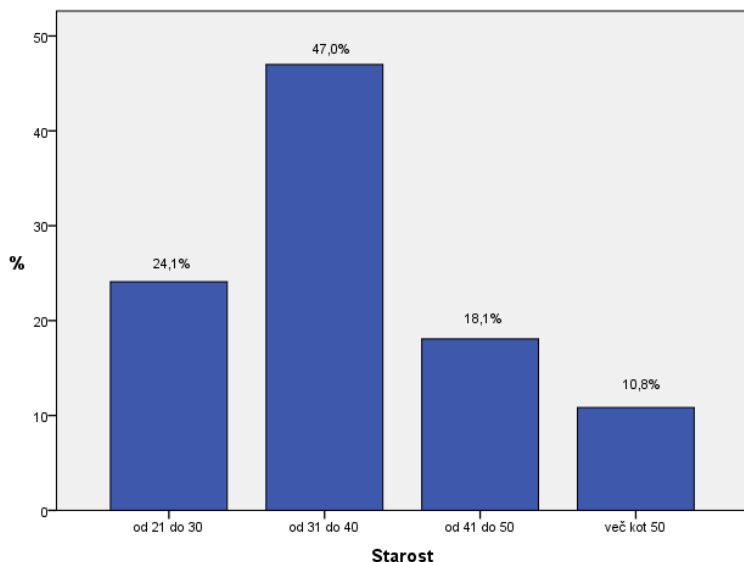


Tabela 5: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na starost – analiza variance

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
POSL_PRIL_prem_ideja	od 21-30	20	4,15	1,089	,244	2	5
	od 31-40	38	4,34	,781	,127	2	5
	od 41-50	15	4,53	,743	,192	3	5
	več kot 50	9	4,67	,500	,167	4	5
	Total	82	4,37	,839	,093	2	5
POSL_PRIL_tržna_ideja	od 21-30	20	4,20	,894	,200	2	5
	od 31-40	37	4,41	,599	,098	3	5
	od 41-50	15	4,53	1,125	,291	1	5
	več kot 50	9	4,11	,928	,309	3	5
	Total	81	4,35	,824	,092	1	5
PODJET_predan	od 21-30	20	4,65	,587	,131	3	5
	od 31-40	39	4,72	,456	,073	4	5
	od 41-50	15	4,27	1,033	,267	1	5
	več kot 50	9	4,89	,333	,111	4	5
	Total	83	4,64	,636	,070	1	5
PODJET_strast	od 21-30	20	4,50	,688	,154	3	5
	od 31-40	39	4,41	,637	,102	3	5
	od 41-50	15	3,87	1,125	,291	1	5
	več kot 50	9	4,44	,726	,242	3	5
	Total	83	4,34	,785	,086	1	5
PODJET_motiviran	od 21-30	20	4,80	,410	,092	4	5
	od 31-40	39	4,64	,537	,086	3	5
	od 41-50	15	4,20	1,146	,296	1	5
	več kot 50	9	4,78	,441	,147	4	5
	Total	83	4,61	,678	,074	1	5
PODJET_potreben_dose	od 21-30	20	4,45	,605	,135	3	5
	od 31-40	39	4,36	,668	,107	3	5
	od 41-50	15	4,00	1,000	,258	1	5
	več kot 50	9	4,33	,500	,167	4	5
	Total	83	4,31	,714	,078	1	5
PODJET_prepričan_sposo	od 21-30	20	4,50	,513	,115	4	5
	od 31-40	39	4,31	,766	,123	2	5
	od 41-50	15	3,93	1,163	,300	1	5
	več kot 50	9	4,33	,866	,289	3	5
	Total	83	4,29	,819	,090	1	5
PODJET_zazna_prilo	od 21-30	20	3,85	,988	,221	2	5
	od 31-40	39	4,21	,767	,123	2	5
	od 41-50	15	4,13	,834	,215	3	5

	več kot 50	9	4,22	,667	,222	3	5
	Total	83	4,11	,827	,091	2	5
PODJET_izkoristi_prilo	od 21-30	20	4,05	,887	,198	2	5
	od 31-40	39	4,18	,914	,146	2	5
	od 41-50	15	4,00	,756	,195	3	5
	več kot 50	9	3,89	,601	,200	3	5
	Total	83	4,08	,844	,093	2	5
PODJET_pridobiva_infor	od 21-30	20	4,35	,875	,196	2	5
	od 31-40	39	4,44	,680	,109	3	5
	od 41-50	15	4,20	,941	,243	2	5
	več kot 50	9	4,00	,707	,236	3	5
	Total	83	4,33	,783	,086	2	5
PODJET_vpliva_usodo	od 21-30	19	4,26	,872	,200	2	5
	od 31-40	38	4,24	,943	,153	1	5
	od 41-50	15	3,87	1,125	,291	2	5
	več kot 50	9	3,89	,928	,309	3	5
	Total	81	4,14	,959	,107	1	5
PODJET_neform_znanje	od 21-30	20	3,95	,945	,211	2	5
	od 31-40	39	4,08	,807	,129	2	5
	od 41-50	15	3,93	,884	,228	2	5
	več kot 50	9	4,33	,500	,167	4	5
	Total	83	4,05	,825	,091	2	5
PODJET_stopnja_izobr	od 21-30	20	2,30	,865	,193	1	4
	od 31-40	39	2,77	,902	,144	1	5
	od 41-50	15	2,80	,941	,243	1	4
	več kot 50	9	3,22	1,093	,364	1	5
	Total	83	2,71	,944	,104	1	5
PODJET_del_izkušnje	od 21-30	20	3,50	1,277	,286	1	5
	od 31-40	38	4,11	,798	,129	2	5
	od 41-50	15	3,47	,990	,256	1	5
	več kot 50	9	3,89	,782	,261	3	5
	Total	82	3,82	,995	,110	1	5
UST_TIM_pred_znanje	od 21-30	19	4,05	1,079	,247	1	5
	od 31-40	34	4,03	,674	,116	3	5
	od 41-50	13	3,77	1,013	,281	2	5
	več kot 50	8	4,25	,707	,250	3	5
	Total	74	4,01	,852	,099	1	5
UST_TIM_razn_znanje	od 21-30	18	4,50	,618	,146	3	5
	od 31-40	34	4,09	,668	,115	3	5
	od 41-50	13	3,92	,954	,265	2	5
	več kot 50	8	4,25	,707	,250	3	5
	Total	73	4,18	,733	,086	2	5
UST_TIM_def_vloge	od 21-30	18	4,11	,963	,227	2	5
	od 31-40	34	4,15	,821	,141	2	5
	od 41-50	13	4,00	1,225	,340	1	5
	več kot 50	8	3,88	1,126	,398	2	5
	Total	73	4,08	,954	,112	1	5
UST_TIM_motiviran	od 21-30	18	4,56	,705	,166	3	5
	od 31-40	34	4,53	,563	,097	3	5
	od 41-50	13	4,00	1,155	,320	1	5
	več kot 50	8	4,88	,354	,125	4	5
	Total	73	4,48	,747	,087	1	5
UST_TIM_vizija	od 21-30	18	4,56	,705	,166	3	5
	od 31-40	34	4,56	,504	,086	4	5
	od 41-50	13	4,31	,855	,237	3	5
	več kot 50	8	4,50	,756	,267	3	5
	Total	73	4,51	,648	,076	3	5
ZNAČ_POD_odločanje	od 21-30	19	3,58	,902	,207	2	5
	od 31-40	37	3,81	,877	,144	2	5
	od 41-50	14	3,21	1,251	,334	1	5
	več kot 50	9	3,89	1,167	,389	2	5
	Total	79	3,66	,999	,112	1	5
ZNAČ_POD_št_ustanov	od 21-30	19	2,53	1,349	,309	1	5
	od 31-40	36	2,22	1,124	,187	1	5
	od 41-50	14	2,21	1,188	,318	1	5
	več kot 50	9	2,44	1,424	,475	1	5
	Total	78	2,32	1,211	,137	1	5
ZNAČ_POD_geo_področ	od 21-30	20	2,65	1,040	,233	1	4
	od 31-40	36	2,64	,961	,160	1	5
	od 41-50	14	2,36	,745	,199	1	3
	več kot 50	9	3,22	1,202	,401	1	5
	Total	79	2,66	,986	,111	1	5
ZNAČ_POD_rast_panoga	od 21-30	20	3,30	1,081	,242	1	5
	od 31-40	37	3,38	,893	,147	2	5
	od 41-50	14	3,36	,929	,248	2	5
	več kot 50	9	2,89	1,167	,389	1	5
	Total	80	3,30	,973	,109	1	5
PROIZVOD_zad_zachteve	od 21-30	20	4,40	,754	,169	3	5
	od 31-40	39	4,67	,478	,076	4	5
	od 41-50	14	4,29	1,139	,304	1	5
	več kot 50	8	4,50	,756	,267	3	5
	Total	81	4,52	,726	,081	1	5
PROIZVOD_sprejet	od 21-30	20	4,40	,598	,134	3	5
	od 31-40	39	4,38	,633	,101	3	5
	od 41-50	14	4,00	1,109	,296	1	5
	več kot 50	8	4,25	,707	,250	3	5
	Total	81	4,31	,736	,082	1	5
PROIZVOD_inovativen	od 21-30	20	3,80	,768	,172	2	5
	od 31-40	39	3,95	,759	,122	3	5
	od 41-50	15	3,40	,986	,254	1	5
	več kot 50	9	3,89	1,167	,389	1	5
	Total	83	3,81	,862	,095	1	5
PROIZVOD_konkure	od 21-30	19	4,16	,898	,206	2	5
	od 31-40	39	3,79	,833	,133	2	5

	od 41-50	14	3,50	1,019	,272	1	5
	več kot 50	9	3,89	,782	,261	3	5
	Total	81	3,84	,887	,099	1	5
PROIZVOD_kvaliteten	od 21-30	20	3,85	,745	,167	3	5
	od 31-40	38	4,26	,724	,117	3	5
	od 41-50	14	3,36	1,151	,308	1	5
	več kot 50	9	4,33	,707	,236	3	5
	Total	81	4,01	,873	,097	1	5
PROIZVOD_dod_vredn	od 21-30	20	4,10	,718	,161	2	5
	od 31-40	38	4,29	,694	,113	3	5
	od 41-50	15	3,47	1,125	,291	1	5
	več kot 50	9	3,78	1,202	,401	1	5
	Total	82	4,04	,895	,099	1	5
RAZVOJ_raz_kader	od 21-30	20	4,30	,571	,128	3	5
	od 31-40	38	3,97	,788	,128	2	5
	od 41-50	14	3,36	1,082	,289	1	5
	več kot 50	8	4,13	,641	,227	3	5
	Total	80	3,96	,834	,093	1	5
RAZVOJ_teh_adaptira	od 21-30	20	3,95	,759	,170	3	5
	od 31-40	37	3,95	,743	,122	3	5
	od 41-50	15	3,33	1,113	,287	2	5
	več kot 50	9	3,11	1,269	,423	1	4
	Total	81	3,74	,932	,104	1	5
RAZVOJ_štev_proiz	od 21-30	20	3,00	1,124	,251	1	5
	od 31-40	38	2,97	,944	,153	1	5
	od 41-50	15	2,67	,900	,232	1	4
	več kot 50	9	3,33	1,000	,333	2	5
	Total	82	2,96	,987	,109	1	5
RAZVOJ_delež_sred	od 21-30	20	3,95	,759	,170	2	5
	od 31-40	38	3,89	,798	,129	2	5
	od 41-50	15	3,33	,976	,252	2	5
	več kot 50	8	3,88	,835	,295	3	5
	Total	81	3,80	,843	,094	2	5
RAZVOJ_hiter_razvoj	od 21-30	20	3,45	1,099	,246	1	5
	od 31-40	38	3,68	,904	,147	2	5
	od 41-50	15	3,27	1,033	,267	1	5
	več kot 50	9	3,22	1,093	,364	1	4
	Total	82	3,50	,997	,110	1	5
RAZVOJ_intelekt_last	od 21-30	20	2,80	1,005	,225	1	5
	od 31-40	38	2,87	1,166	,189	1	5
	od 41-50	14	2,79	,893	,239	1	4
	več kot 50	9	3,67	1,225	,408	1	5
	Total	81	2,93	1,104	,123	1	5
ODNOS_S_zasled_potrebe	od 21-30	20	4,50	,607	,136	3	5
	od 31-40	39	4,18	,756	,121	2	5
	od 41-50	14	4,14	1,099	,294	1	5
	več kot 50	9	4,00	1,323	,441	1	5
	Total	82	4,23	,865	,096	1	5
ODNOS_S_sprem_navade	od 21-30	20	4,45	,510	,114	4	5
	od 31-40	39	4,21	,801	,128	2	5
	od 41-50	14	3,50	1,092	,292	1	5
	več kot 50	9	3,89	1,269	,423	1	5
	Total	82	4,11	,903	,100	1	5
ODNOS_S_pov_inform	od 21-30	20	4,35	,933	,209	2	5
	od 31-40	39	4,33	,772	,124	3	5
	od 41-50	14	3,64	1,082	,289	1	5
	več kot 50	8	4,38	,744	,263	3	5
	Total	81	4,22	,894	,099	1	5
TRŽENJE_trž_analiza	od 21-30	20	3,80	,951	,213	2	5
	od 31-40	39	4,05	,916	,147	2	5
	od 41-50	15	3,07	,799	,206	2	4
	več kot 50	9	3,78	,667	,222	3	5
	Total	83	3,78	,938	,103	2	5
TRŽENJE_kom_tehno	od 21-30	20	4,25	,851	,190	2	5
	od 31-40	38	4,16	,855	,139	2	5
	od 41-50	14	3,93	,997	,267	2	5
	več kot 50	9	3,89	,782	,261	3	5
	Total	81	4,11	,866	,096	2	5
TRŽENJE_hiter_vstop	od 21-30	20	4,20	,894	,200	2	5
	od 31-40	38	3,84	,789	,128	2	5
	od 41-50	15	3,73	,884	,228	2	5
	več kot 50	9	3,67	,500	,167	3	4
	Total	82	3,89	,817	,090	2	5
TRŽENJE_inov_trženje	od 21-30	19	3,58	,838	,192	2	5
	od 31-40	37	3,86	,918	,151	2	5
	od 41-50	15	4,00	1,069	,276	1	5
	več kot 50	9	3,56	,527	,176	3	4
	Total	80	3,79	,896	,100	1	5
TRŽENJE_velik_trg	od 21-30	19	3,47	,772	,177	2	5
	od 31-40	38	3,61	,974	,158	1	5
	od 41-50	15	3,40	1,183	,306	1	5
	več kot 50	9	3,33	,707	,236	3	5
	Total	81	3,51	,937	,104	1	5
TRŽENJE_tuj_trg	od 21-30	19	3,79	,918	,211	2	5
	od 31-40	38	3,87	1,018	,165	1	5
	od 41-50	15	3,47	1,060	,274	1	5
	več kot 50	8	3,88	,835	,295	3	5
	Total	80	3,78	,981	,110	1	5
TRŽENJE_rastoči_trg	od 21-30	19	3,53	,772	,177	2	5
	od 31-40	38	3,58	,722	,117	2	5
	od 41-50	14	3,64	,842	,225	2	5
	več kot 50	9	3,56	,726	,242	3	5
	Total	80	3,58	,742	,083	2	5
TRŽENJE_diferenc_proiz	od 21-30	20	3,65	,813	,182	2	5

	od 31-40	36	3,67	,793	,132	2	5
	od 41-50	13	3,62	1,121	,311	1	5
	več kot 50	9	3,78	,667	,222	3	5
	Total	78	3,67	,832	,094	1	5
STRATEGIJA_jasna	od 21-30	20	3,75	,851	,190	2	5
	od 31-40	38	4,18	,834	,135	2	5
	od 41-50	15	3,80	,941	,243	2	5
	več kot 50	9	4,00	,866	,289	3	5
	Total	82	3,99	,868	,096	2	5
STRATEGIJA_tržna_niša	od 21-30	20	4,05	,826	,185	2	5
	od 31-40	39	4,31	,731	,117	3	5
	od 41-50	15	3,93	1,163	,300	1	5
	več kot 50	9	4,11	,601	,200	3	5
	Total	83	4,16	,833	,091	1	5
STRATEGIJA_inov_proiz	od 21-30	20	3,65	,813	,182	2	5
	od 31-40	39	3,69	,766	,123	2	5
	od 41-50	15	3,73	1,100	,284	1	5
	več kot 50	9	4,33	,500	,167	4	5
	Total	83	3,76	,835	,092	1	5
STRATEGIJA_stev_strank	od 21-30	19	3,68	,820	,188	2	5
	od 31-40	38	3,58	,948	,154	2	5
	od 41-50	15	3,40	1,242	,321	1	5
	več kot 50	9	3,44	1,130	,377	1	5
	Total	81	3,56	,987	,110	1	5
STRATEGIJA_konk_pod	od 21-30	18	3,17	1,043	,246	1	5
	od 31-40	38	2,68	,933	,151	1	4
	od 41-50	13	3,15	,987	,274	2	5
	več kot 50	8	3,25	1,035	,366	1	4
	Total	77	2,94	,991	,113	1	5
FINANC_ban_posojila	od 21-30	18	3,89	,758	,179	3	5
	od 31-40	38	3,66	1,192	,193	1	5
	od 41-50	15	3,33	1,345	,347	1	5
	več kot 50	8	4,25	,886	,313	3	5
	Total	79	3,71	1,123	,126	1	5
FINANC_riz_sklad	od 21-30	18	3,50	,985	,232	2	5
	od 31-40	38	3,71	1,037	,168	2	5
	od 41-50	13	3,54	1,198	,332	1	5
	več kot 50	8	4,00	,926	,327	3	5
	Total	77	3,66	1,034	,118	1	5
FINANC_posl_angel	od 21-30	17	3,29	1,105	,268	1	5
	od 31-40	38	3,55	1,058	,172	1	5
	od 41-50	13	3,31	1,251	,347	1	5
	več kot 50	8	3,38	1,188	,420	2	5
	Total	76	3,43	1,100	,126	1	5
FINANC_razpisi	od 21-30	20	3,95	1,099	,246	1	5
	od 31-40	39	3,92	1,109	,178	1	5
	od 41-50	15	3,60	1,242	,321	1	5
	več kot 50	8	3,88	,835	,295	3	5
	Total	82	3,87	1,097	,121	1	5
GOSP_POG_svet_rast	od 21-30	18	3,22	,878	,207	2	5
	od 31-40	37	3,19	1,101	,181	1	5
	od 41-50	14	3,43	1,222	,327	1	5
	več kot 50	9	3,11	1,167	,389	1	5
	Total	78	3,23	1,068	,121	1	5
GOSP_POG_držav_rast	od 21-30	18	3,17	,857	,202	2	5
	od 31-40	37	3,08	1,140	,187	1	5
	od 41-50	14	2,79	1,122	,300	1	4
	več kot 50	9	3,11	1,167	,389	1	5
	Total	78	3,05	1,068	,121	1	5
GOSP_POG_pano_rast	od 21-30	19	3,74	,806	,185	1	5
	od 31-40	38	4,00	,697	,113	2	5
	od 41-50	15	3,53	,915	,236	2	5
	več kot 50	9	3,11	,928	,309	1	4
	Total	81	3,75	,830	,092	1	5
NORME_družb_narav	od 21-30	20	4,00	,795	,178	2	5
	od 31-40	39	4,08	,807	,129	2	5
	od 41-50	14	3,43	1,604	,429	1	5
	več kot 50	9	3,89	1,167	,389	1	5
	Total	82	3,93	1,028	,113	1	5
NORME_regulativa	od 21-30	20	4,05	,759	,170	2	5
	od 31-40	39	4,23	,810	,130	2	5
	od 41-50	14	3,57	1,453	,388	1	5
	več kot 50	9	3,78	1,202	,401	1	5
	Total	82	4,02	,994	,110	1	5
VLAD_POL_poen_post	od 21-30	20	4,20	,951	,213	2	5
	od 31-40	38	4,24	,998	,162	1	5
	od 41-50	15	3,73	1,438	,371	1	5
	več kot 50	9	3,44	1,878	,626	1	5
	Total	82	4,05	1,206	,133	1	5
VLAD_POL_fin_spodb	od 21-30	20	4,20	1,152	,258	1	5
	od 31-40	39	4,08	1,036	,166	1	5
	od 41-50	15	3,67	1,234	,319	1	5
	več kot 50	9	3,44	1,667	,556	1	5
	Total	83	3,96	1,184	,130	1	5
INFRASTR_izobraž	od 21-30	20	3,50	1,192	,267	1	5
	od 31-40	39	3,87	1,080	,173	1	5
	od 41-50	15	3,53	1,356	,350	1	5
	več kot 50	9	3,56	,882	,294	2	5
	Total	83	3,69	1,136	,125	1	5
INFRASTR_posl_prost	od 21-30	20	3,75	1,164	,260	1	5
	od 31-40	39	3,82	1,167	,187	1	5
	od 41-50	14	3,50	1,286	,344	1	5
	več kot 50	9	3,67	,866	,289	2	5
	Total	82	3,73	1,144	,126	1	5

POD_INST_dostop	od 21-30	20	3,50	1,192	,267	2	5
	od 31-40	39	3,64	1,158	,185	1	5
	od 41-50	15	3,07	1,534	,396	1	5
	več kot 50	9	3,89	,601	,200	3	5
	Total	83	3,53	1,203	,132	1	5
POD_INST_pod_prog	od 21-30	20	3,50	1,051	,235	2	5
	od 31-40	38	3,66	1,097	,178	1	5
	od 41-50	15	3,13	1,302	,336	1	5
	več kot 50	9	3,78	,833	,278	2	5
	Total	82	3,54	1,102	,122	1	5

*Tabela 6: Preskus enakosti varianc dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na starost*

#### Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	1,819	3	78	,151
POSL_PRIL_trzna_ideja	1,200	3	77	,315
PODJET_predan	3,396	3	79	,022
PODJET_strast	,595	3	79	,620
PODJET_motiviran	6,494	3	79	,001
PODJET_potreben_dose	,316	3	79	,814
PODJET_preprican_sposob	2,490	3	79	,066
PODJET_zazna_prilo	1,155	3	79	,332
PODJET_izkoristi_prilo	1,579	3	79	,201
PODJET_pridobiva_infor	1,277	3	79	,288
PODJET_vpliva_usodo	,783	3	77	,507
PODJET_neform_znanje	,877	3	79	,457
PODJET_stopnja_izobr	,116	3	79	,950
PODJET_del_izkušnje	2,887	3	78	,041
UST_TIM_pred_znanje	1,223	3	70	,308
UST_TIM_razn_znanje	,964	3	69	,415
UST_TIM_def_vloge	,989	3	69	,403
UST_TIM_motiviran	2,983	3	69	,037
UST_TIM_vizija	3,119	3	69	,032
ZNAČ_POD_odločanje	2,419	3	75	,073
ZNAČ_POD_št_ustanov	,750	3	74	,526
ZNAČ_POD_geo_področ	,616	3	75	,607
ZNAČ_POD_rast_panoga	,260	3	76	,854
PROIZVOD_zad_zahteve	3,681	3	77	,016
PROIZVOD_sprejet	,553	3	77	,647
PROIZVOD_inovativen	,601	3	79	,616
PROIZVOD_konkure	,283	3	77	,838
PROIZVOD_kvaliteten	1,402	3	77	,249
PROIZVOD_dod_vredn	2,511	3	78	,065
RAZVOJ_raz_kader	2,204	3	76	,095
RAZVOJ_teh_adaptira	3,809	3	77	,013
RAZVOJ_štev_proiz	,108	3	78	,955
RAZVOJ_delež_sred	1,516	3	77	,217
RAZVOJ_hiter_razvoj	,303	3	78	,823
RAZVOJ_intelekt_last	,371	3	77	,774
ODNOS_S_zasled_potrebe	1,016	3	78	,390
ODNOS_S_sprem_navade	1,824	3	78	,150
ODNOS_S_pov_inform	,653	3	77	,584
TRZENJE_trz_analiza	4,52	3	79	,716
TRZENJE_kom_tehno	,390	3	77	,761
TRZENJE_hiter_vstop	,938	3	78	,427
TRZENJE_inov_trzenje	,292	3	76	,831
TRZENJE_velik_trg	1,773	3	77	,159
TRZENJE_tuj_trg	,196	3	76	,898
TRZENJE_rastoči_trg	,153	3	76	,927
TRZENJE_diferenc_proiz	1,166	3	74	,329
STRATEGIJA_jasna	,032	3	78	,992
STRATEGIJA_trzna_niša	1,031	3	79	,384
STRATEGIJA_inov_proiz	1,029	3	79	,385
STRATEGIJA_štev_strank	1,351	3	77	,264
STRATEGIJA_konk_pod	,090	3	73	,965
FINANC_ban_posojila	3,869	3	75	,012
FINANC_riz_sklad	,276	3	73	,843
FINANC_posl_angel	,344	3	72	,793
FINANC_razpisi	,546	3	78	,652
GOSP_POG_svet_rast	,533	3	74	,661
GOSP_POG_držav_rast	,369	3	74	,775
GOSP_POG_pano_rast	1,375	3	77	,257
NORME_družb_narav	6,052	3	78	,001
NORME_regulativa	4,464	3	78	,006
VLAD_POL_poen_post	5,305	3	78	,002
VLAD_POL_fin_spodb	2,139	3	79	,102
INFRASTR_izobraž	,820	3	79	,486
INFRASTR_posl_prost	,695	3	78	,558
POD_INST_dostop	4,168	3	79	,009
POD_INST_pod_prog	1,278	3	78	,288

Tabela 7: Preskus enakosti povprečnih ocen dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na starost – F preskus

		ANOVA					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
POSL_PRIL_prem_ideja	Between Groups	2,188	3	,729	1,038	,381	
	Within Groups	54,836	78	,703			
	Total	57,024	81				
POSL_PRIL_tržna_ideja	Between Groups	1,580	3	,527	,769	,515	
	Within Groups	52,741	77	,685			
	Total	54,321	80				
PODJET_predan	Between Groups	2,887	3	,962	2,512	,065	
	Within Groups	30,270	79	,383			
	Total	33,157	82				
PODJET_strast	Between Groups	4,163	3	1,388	2,363	,077	
	Within Groups	46,391	79	,587			
	Total	50,554	82				
PODJET_motiviran	Between Groups	3,533	3	1,178	2,726	,050	
	Within Groups	34,130	79	,432			
	Total	37,663	82				
PODJET_potreben_dose	Between Groups	1,931	3	,644	1,274	,289	
	Within Groups	39,924	79	,505			
	Total	41,855	82				
PODJET_prepričan_sposo	Between Groups	2,819	3	,940	1,421	,243	
	Within Groups	52,241	79	,661			
	Total	55,060	82				
PODJET_zazna_prilo	Between Groups	1,826	3	,609	,887	,451	
	Within Groups	54,198	79	,686			
	Total	56,024	82				
PODJET_izkoristi_prilo	Between Groups	,827	3	,276	,378	,769	
	Within Groups	57,582	79	,729			
	Total	58,410	82				
PODJET_pridobiva_infor	Between Groups	1,677	3	,559	,910	,440	
	Within Groups	48,540	79	,614			
	Total	50,217	82				
PODJET_vpliva_usodo	Between Groups	2,331	3	,777	,841	,476	
	Within Groups	71,175	77	,924			
	Total	73,506	80				
PODJET_neform_znanje	Between Groups	1,155	3	,385	,556	,645	
	Within Groups	54,653	79	,692			
	Total	55,807	82				
PODJET_stopnja_izobr	Between Groups	5,982	3	1,994	2,348	,079	
	Within Groups	67,079	79	,849			
	Total	73,060	82				
PODJET_del_izkušnje	Between Groups	7,055	3	2,352	2,506	,065	
	Within Groups	73,201	78	,938			
	Total	80,256	81				
UST_TIM_pred_znanje	Between Groups	1,261	3	,420	,569	,637	
	Within Groups	51,726	70	,739			
	Total	52,986	73				
UST_TIM_razn_znanje	Between Groups	3,027	3	1,009	1,952	,129	
	Within Groups	35,658	69	,517			
	Total	38,685	72				
UST_TIM_def_vloge	Between Groups	,589	3	,196	,209	,890	
	Within Groups	64,917	69	,941			
	Total	65,507	72				
UST_TIM_motiviran	Between Groups	4,429	3	1,476	2,846	,044	
	Within Groups	35,790	69	,519			
	Total	40,219	72				
UST_TIM_vizija	Between Groups	,651	3	,217	,506	,680	
	Within Groups	29,596	69	,429			
	Total	30,247	72				
ZNAČ_POD_odločanje	Between Groups	4,219	3	1,406	1,434	,240	
	Within Groups	73,553	75	,981			
	Total	77,772	78				
ZNAČ_POD_št_ustanov	Between Groups	1,449	3	,483	,320	,811	
	Within Groups	111,538	74	1,507			
	Total	112,987	77				
ZNAČ_POD_geo_področ	Between Groups	4,147	3	1,382	1,447	,236	
	Within Groups	71,625	75	,955			
	Total	75,772	78				
ZNAČ_POD_rast_panoga	Between Groups	1,794	3	,598	,623	,603	
	Within Groups	73,006	76	,961			
	Total	74,800	79				
PROIZVOD_zad_zhteve	Between Groups	1,898	3	,633	1,208	,312	
	Within Groups	40,324	77	,524			
	Total	42,222	80				
PROIZVOD_sprejet	Between Groups	1,753	3	,584	1,083	,361	
	Within Groups	41,531	77	,539			
	Total	43,284	80				
PROIZVOD_inovativen	Between Groups	3,329	3	1,110	1,522	,215	
	Within Groups	57,586	79	,729			
	Total	60,916	82				
PROIZVOD_konkure	Between Groups	3,639	3	1,213	1,576	,202	
	Within Groups	59,274	77	,770			
	Total	62,914	80				
PROIZVOD_kvaliteten	Between Groups	9,855	3	3,285	4,947	,003	
	Within Groups	51,133	77	,664			
	Total	60,988	80				
PROIZVOD_dod_vredn	Between Groups	7,986	3	2,662	3,649	,016	

	Within Groups	56,905	78	,730		
	Total	64,890	81			
RAZVOJ_raz_kader	Between Groups	7,625	3	2,542	4,087	,010
	Within Groups	47,263	76	,622		
	Total	54,888	79			
RAZVOJ_teh_adaptira	Between Groups	8,491	3	2,830	3,569	,018
	Within Groups	61,064	77	,793		
	Total	69,556	80			
RAZVOJ_štev_proiz	Between Groups	2,583	3	,861	,880	,455
	Within Groups	76,307	78	,978		
	Total	78,890	81			
RAZVOJ_delež_sred	Between Groups	4,102	3	1,367	1,997	,121
	Within Groups	52,737	77	,685		
	Total	56,840	80			
RAZVOJ_hiter_razvoj	Between Groups	2,851	3	,950	,954	,419
	Within Groups	77,649	78	,996		
	Total	80,500	81			
RAZVOJ_intelekt_last	Between Groups	5,656	3	1,885	1,580	,201
	Within Groups	91,899	77	1,193		
	Total	97,556	80			
ODNOS_S_zasled_potrebe	Between Groups	2,140	3	,713	,952	,420
	Within Groups	58,458	78	,749		
	Total	60,598	81			
ODNOS_S_sprem_navade	Between Groups	8,314	3	2,771	3,747	,014
	Within Groups	57,698	78	,740		
	Total	66,012	81			
ODNOS_S_pov_inform	Between Groups	5,694	3	1,898	2,507	,065
	Within Groups	58,306	77	,757		
	Total	64,000	80			
TRŽENJE_trž_analiza	Between Groups	10,510	3	3,503	4,494	,006
	Within Groups	61,586	79	,780		
	Total	72,096	82			
TRŽENJE_kom_tehno	Between Groups	1,380	3	,460	,604	,614
	Within Groups	58,620	77	,761		
	Total	60,000	80			
TRŽENJE_hiter_vstop	Between Groups	2,826	3	,942	1,436	,239
	Within Groups	51,186	78	,656		
	Total	54,012	81			
TRŽENJE_inov_trženje	Between Groups	2,209	3	,736	,915	,438
	Within Groups	61,178	76	,805		
	Total	63,388	79			
TRŽENJE_velik_trg	Between Groups	,831	3	,277	,307	,820
	Within Groups	69,416	77	,902		
	Total	70,247	80			
TRŽENJE_tuj_trg	Between Groups	1,842	3	,614	,630	,598
	Within Groups	74,108	76	,975		
	Total	75,950	79			
TRŽENJE_rastoči_trg	Between Groups	,113	3	,038	,066	,978
	Within Groups	43,437	76	,572		
	Total	43,550	79			
TRŽENJE_diferenc_proiz	Between Groups	,151	3	,050	,070	,976
	Within Groups	53,182	74	,719		
	Total	53,333	77			
STRATEGIJA_jasna	Between Groups	3,127	3	1,042	1,405	,248
	Within Groups	57,861	78	,742		
	Total	60,988	81			
STRATEGIJA_tržna_niša	Between Groups	1,884	3	,628	,901	,445
	Within Groups	55,080	79	,697		
	Total	56,964	82			
STRATEGIJA_inov_proiz	Between Groups	3,390	3	1,130	1,659	,182
	Within Groups	53,791	79	,681		
	Total	57,181	82			
STRATEGIJA_štev_strank	Between Groups	,809	3	,270	,269	,847
	Within Groups	77,191	77	1,002		
	Total	78,000	80			
STRATEGIJA_konk_pod	Between Groups	4,772	3	1,591	1,661	,183
	Within Groups	69,903	73	,958		
	Total	74,675	76			
FINANC_ban_posojila	Between Groups	5,140	3	1,713	1,379	,256
	Within Groups	93,164	75	1,242		
	Total	98,304	78			
FINANC_riz_sklad	Between Groups	1,674	3	,558	,512	,675
	Within Groups	79,547	73	1,090		
	Total	81,221	76			
FINANC_posl_angel	Between Groups	1,103	3	,368	,295	,829
	Within Groups	89,568	72	1,244		
	Total	90,671	75			
FINANC_razpisi	Between Groups	1,330	3	,443	,360	,782
	Within Groups	96,194	78	1,233		
	Total	97,524	81			
GOSP_POG_svet_rast	Between Groups	,742	3	,247	,210	,889
	Within Groups	87,104	74	1,177		
	Total	87,846	77			
GOSP_POG_držav_rast	Between Groups	1,292	3	,431	,368	,776
	Within Groups	86,503	74	1,169		
	Total	87,795	77			
GOSP_POG_pano_rast	Between Groups	6,755	3	2,252	3,589	,017
	Within Groups	48,306	77	,627		
	Total	55,062	80			
NORME_družb_narav	Between Groups	4,474	3	1,491	1,435	,239
	Within Groups	81,087	78	1,040		
	Total	85,561	81			
NORME_regulativa	Between Groups	5,094	3	1,698	1,769	,160
	Within Groups	74,857	78	,960		



	Total	79,951	81			
VLAD_POL_poen_post	Between Groups	6,581	3	2,194	1,538	,211
	Within Groups	111,224	78	1,426		
	Total	117,805	81			
VLAD_POL_fin_spodb	Between Groups	5,367	3	1,789	1,290	,284
	Within Groups	109,525	79	1,386		
	Total	114,892	82			
INFRASTR_izobraž	Between Groups	2,541	3	,847	,648	,587
	Within Groups	103,315	79	1,308		
	Total	105,855	82			
INFRASTR_posl_prost	Between Groups	1,104	3	,368	,273	,844
	Within Groups	104,994	78	1,346		
	Total	106,098	81			
POD_INST_dostop	Between Groups	4,878	3	1,626	1,129	,343
	Within Groups	113,797	79	1,440		
	Total	118,675	82			
POD_INST_pod_prog	Between Groups	3,549	3	1,183	,973	,410
	Within Groups	94,842	78	1,216		
	Total	98,390	81			

## Priloga 5: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na zakonski stan

Slika 3: Frekvenčna porazdelitev podjetnikov glede na zakonski stan

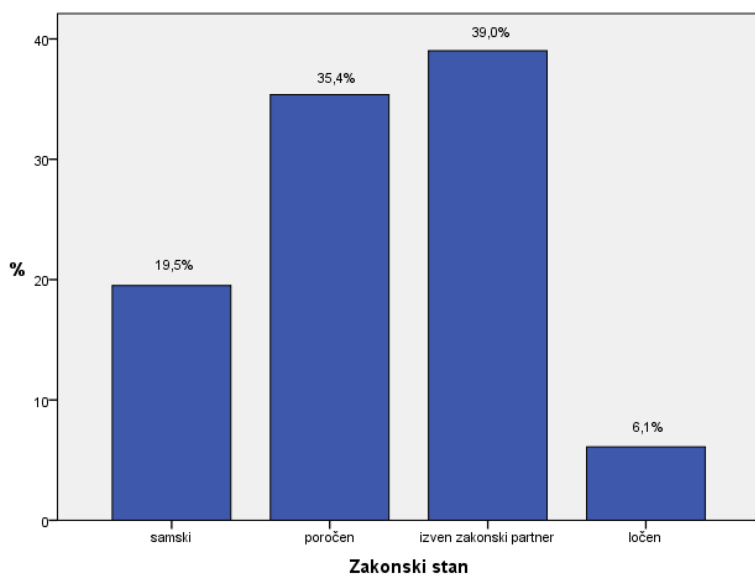


Tabela 8: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na zakonski stan – analiza variance

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
POSL_PRIL_prem_ideja	samski	16	4,25	1,183	,296	2	5
	poročen	29	4,34	,897	,167	2	5
	ločen	5	4,20	,837	,374	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	4,48	,570	,102	3	5
	Total	81	4,37	,843	,094	2	5
POSL_PRIL_trzna_ideja	samski	16	4,44	,814	,203	3	5
	poročen	29	4,21	1,048	,195	1	5
	ločen	5	4,60	,894	,400	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	30	4,40	,563	,103	3	5
	Total	80	4,35	,828	,093	1	5
PODJET_predan	samski	16	4,81	,403	,101	4	5
	poročen	29	4,59	,825	,153	1	5
	ločen	5	4,40	,548	,245	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,66	,545	,096	3	5
	Total	82	4,65	,636	,070	1	5
PODJET_strast	samski	16	4,31	,704	,176	3	5
	poročen	29	4,24	,988	,183	1	5
	ločen	5	4,00	,707	,316	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,50	,622	,110	3	5
	Total	82	4,34	,789	,087	1	5
PODJET_motiviran	samski	16	4,75	,577	,144	3	5
	poročen	29	4,38	,862	,160	1	5
	ločen	5	4,80	,447	,200	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,75	,508	,090	3	5
	Total	82	4,62	,678	,075	1	5
PODJET_potreben_dose	samski	16	4,50	,632	,158	3	5
	poročen	29	4,10	,860	,160	1	5
	ločen	5	4,20	,447	,200	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,44	,619	,109	3	5
	Total	82	4,32	,718	,079	1	5
PODJET_preprican_sposo	samski	16	4,31	,704	,176	3	5
	poročen	29	4,31	,967	,180	1	5
	ločen	5	4,00	1,000	,447	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,31	,738	,130	2	5
	Total	82	4,29	,824	,091	1	5
PODJET_zazna_prilo	samski	16	4,00	,966	,242	2	5
	poročen	29	4,21	,774	,144	2	5
	ločen	5	4,00	1,000	,447	3	5

	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,09	,818	,145	2	5
	Total	82	4,11	,832	,092	2	5
PODJET_izkoristi_prilo	samski	16	4,31	,873	,218	2	5
	poročen	29	4,21	,726	,135	3	5
	ločen	5	4,00	,707	,316	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,88	,942	,166	2	5
	Total	82	4,09	,849	,094	2	5
PODJET_pridobiva_infor	samski	16	4,69	,602	,151	3	5
	poročen	29	4,21	,774	,144	2	5
	ločen	5	4,20	,837	,374	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,25	,842	,149	2	5
	Total	82	4,32	,784	,087	2	5
PODJET_vpliva_usodo	samski	16	4,50	,816	,204	3	5
	poročen	28	4,14	,970	,183	2	5
	ločen	5	2,80	,447	,200	2	3
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	4,16	,934	,168	1	5
	Total	80	4,14	,964	,108	1	5
PODJET_neform_znanje	samski	16	3,75	1,000	,250	2	5
	poročen	29	4,03	,865	,161	2	5
	ločen	5	4,20	,837	,374	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,19	,693	,122	3	5
	Total	82	4,05	,830	,092	2	5
PODJET_stopnja_izobr	samski	16	2,69	1,014	,254	1	5
	poročen	29	2,62	1,083	,201	1	5
	ločen	5	2,60	,548	,245	2	3
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	2,81	,859	,152	1	4
	Total	82	2,71	,949	,105	1	5
PODJET_del_izkušnje	samski	16	4,06	,854	,213	3	5
	poročen	29	3,55	1,152	,214	1	5
	ločen	5	4,00	1,000	,447	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,90	,908	,163	2	5
	Total	81	3,81	1,001	,111	1	5
UST_TIM_pred_znanje	samski	15	3,87	,640	,165	3	5
	poročen	24	3,75	1,113	,227	1	5
	ločen	5	4,60	,548	,245	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	29	4,21	,675	,125	3	5
	Total	73	4,01	,858	,100	1	5
UST_TIM_razn_znanje	samski	14	4,07	,730	,195	3	5
	poročen	24	4,13	,850	,174	2	5
	ločen	5	4,40	,548	,245	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	29	4,24	,689	,128	3	5
	Total	72	4,18	,738	,087	2	5
UST_TIM_def_vloge	samski	14	4,21	,802	,214	3	5
	poročen	24	4,17	1,007	,206	1	5
	ločen	5	3,60	1,140	,510	2	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	29	4,03	,981	,182	2	5
	Total	72	4,08	,960	,113	1	5
UST_TIM_motiviran	samski	14	4,71	,469	,125	4	5
	poročen	24	4,50	,978	,200	1	5
	ločen	5	4,40	,548	,245	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	29	4,38	,677	,126	3	5
	Total	72	4,49	,750	,088	1	5
UST_TIM_vizija	samski	14	4,36	,842	,225	3	5
	poročen	24	4,50	,659	,135	3	5
	ločen	5	4,80	,447	,200	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	29	4,55	,572	,106	3	5
	Total	72	4,51	,650	,077	3	5
ZNAČ_POD_odločanje	samski	15	3,87	1,125	,291	2	5
	poročen	27	3,67	1,038	,200	1	5
	ločen	5	4,20	1,304	,583	2	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,45	,850	,153	2	5
	Total	78	3,65	1,004	,114	1	5
ZNAČ_POD_št_ustanov	samski	15	2,40	1,242	,321	1	5
	poročen	27	2,26	1,318	,254	1	5
	ločen	5	1,80	,837	,374	1	3
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	30	2,40	1,192	,218	1	5
	Total	77	2,31	1,217	,139	1	5
ZNAČ_POD_geo_področ	samski	16	2,50	1,155	,289	1	4
	poročen	27	2,63	,967	,186	1	5
	ločen	5	2,20	1,095	,490	1	3
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	30	2,83	,913	,167	1	5
	Total	78	2,65	,991	,112	1	5
ZNAČ_POD_rast_panoga	samski	16	3,13	1,025	,256	2	5
	poročen	27	3,26	,859	,165	2	5
	ločen	5	3,00	1,581	,707	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,48	,962	,173	1	5
	Total	79	3,30	,979	,110	1	5
PROIZVOD_zad_zahteve	samski	16	4,50	,816	,204	3	5
	poročen	27	4,44	,892	,172	1	5
	ločen	5	4,60	,548	,245	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,59	,560	,099	3	5
	Total	80	4,53	,729	,081	1	5
PROIZVOD_sprejet	samski	16	4,50	,632	,158	3	5
	poročen	27	4,33	,920	,177	1	5
	ločen	5	3,80	,837	,374	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,28	,581	,103	3	5
	Total	80	4,31	,739	,083	1	5
PROIZVOD_inovativen	samski	16	4,06	,854	,213	3	5
	poročen	29	3,76	,786	,146	1	5
	ločen	5	3,20	1,304	,583	1	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,84	,847	,150	2	5
	Total	82	3,82	,862	,095	1	5
PROIZVOD_konkure	samski	16	4,31	,873	,218	3	5
	poročen	28	3,71	,810	,153	2	5
	ločen	5	3,20	1,483	,663	1	5

	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,81	,792	,142	2	5
	Total	80	3,84	,892	,100	1	5
PROIZVOD_kvaliteten	samski	16	4,13	,885	,221	3	5
	poročen	28	3,93	,940	,178	1	5
	ločen	5	3,60	1,517	,678	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	4,10	,700	,126	3	5
	Total	80	4,01	,879	,098	1	5
PROIZVOD_dod_vredn	samski	16	4,31	,793	,198	2	5
	poročen	29	3,97	,906	,168	1	5
	ločen	5	3,60	1,673	,748	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	4,03	,795	,143	2	5
	Total	81	4,04	,901	,100	1	5
RAZVOJ_raz_kader	samski	16	3,94	,854	,213	2	5
	poročen	26	4,15	,967	,190	1	5
	ločen	5	3,60	,548	,245	3	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,91	,734	,130	2	5
	Total	79	3,97	,832	,094	1	5
RAZVOJ_teh_adaptira	samski	15	3,87	,743	,192	3	5
	poročen	28	3,71	1,013	,191	1	5
	ločen	5	2,60	1,342	,600	1	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,88	,793	,140	2	5
	Total	80	3,74	,938	,105	1	5
RAZVOJ_števil_proiz	samski	16	3,13	,957	,239	2	5
	poročen	28	2,68	,945	,179	1	5
	ločen	5	3,00	1,000	,447	2	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,09	1,027	,182	1	5
	Total	81	2,95	,986	,110	1	5
RAZVOJ_delež_sred	samski	16	3,81	,911	,228	2	5
	poročen	27	3,81	,786	,151	2	5
	ločen	5	2,80	,447	,200	2	3
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,97	,822	,145	2	5
	Total	80	3,81	,843	,094	2	5
RAZVOJ_hiter_razvoj	samski	16	3,44	1,153	,288	2	5
	poročen	28	3,50	1,000	,189	1	5
	ločen	5	3,00	1,414	,632	1	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,59	,875	,155	1	5
	Total	81	3,49	1,002	,111	1	5
RAZVOJ_intelekt_last	samski	16	2,88	1,147	,287	1	5
	poročen	27	2,89	1,188	,229	1	5
	ločen	5	2,60	1,342	,600	1	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,03	1,031	,182	1	5
	Total	80	2,93	1,111	,124	1	5
ODNOS_S_zasled_potrebe	samski	16	4,31	,946	,237	2	5
	poročen	28	4,11	1,100	,208	1	5
	ločen	5	4,80	,447	,200	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,22	,608	,108	3	5
	Total	81	4,23	,870	,097	1	5
ODNOS_S_sprem_navade	samski	16	4,38	,885	,221	2	5
	poročen	28	4,00	1,122	,212	1	5
	ločen	5	4,00	,707	,316	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,09	,734	,130	2	5
	Total	81	4,11	,908	,101	1	5
ODNOS_S_pov_inform	samski	16	4,19	,834	,209	3	5
	poročen	27	4,19	1,001	,193	1	5
	ločen	5	4,00	1,000	,447	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,31	,859	,152	2	5
	Total	80	4,23	,900	,101	1	5
TRŽENJE_trž_analiza	samski	16	4,00	1,033	,258	2	5
	poročen	29	3,48	,871	,162	2	5
	ločen	5	3,60	,894	,400	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,03	,861	,152	2	5
	Total	82	3,80	,922	,102	2	5
TRŽENJE_kom_tehno	samski	16	4,44	,892	,223	2	5
	poročen	27	4,11	,892	,172	2	5
	ločen	5	3,80	,837	,374	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,00	,842	,149	2	5
	Total	80	4,11	,871	,097	2	5
TRŽENJE_hiter_vstop	samski	16	3,94	,772	,193	2	5
	poročen	29	3,97	,731	,136	2	5
	ločen	5	3,60	,894	,400	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,84	,934	,168	2	5
	Total	81	3,89	,822	,091	2	5
TRŽENJE_inov_trženje	samski	15	3,93	1,033	,267	2	5
	poročen	28	3,82	,819	,155	1	5
	ločen	5	4,20	,837	,374	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,61	,919	,165	2	5
	Total	79	3,78	,901	,101	1	5
TRŽENJE_velik_trg	samski	15	3,47	1,187	,307	1	5
	poročen	28	3,32	,819	,155	1	5
	ločen	5	4,00	1,000	,447	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,59	,911	,161	2	5
	Total	80	3,50	,941	,105	1	5
TRŽENJE_tuj_trg	samski	16	3,88	1,088	,272	1	5
	poročen	26	3,62	,941	,185	1	5
	ločen	5	4,00	,707	,316	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,81	1,030	,182	2	5
	Total	79	3,77	,986	,111	1	5
TRŽENJE_rastoči_trg	samski	15	3,67	,816	,211	2	5
	poročen	27	3,52	,643	,124	3	5
	ločen	5	4,00	1,000	,447	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,50	,762	,135	2	5
	Total	79	3,57	,746	,084	2	5
TRŽENJE_diferenc_proiz	samski	16	3,69	,873	,218	2	5
	poročen	25	3,68	,900	,180	1	5

	ločen	5	4,00	1,000	,447	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,58	,765	,137	2	5
	Total	77	3,66	,837	,095	1	5
STRATEGIJA_jasna	samski	16	4,06	,998	,249	2	5
	poročen	29	3,97	,906	,168	2	5
	ločen	5	4,00	1,000	,447	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	4,00	,775	,139	2	5
	Total	81	4,00	,866	,096	2	5
STRATEGIJA_tržna_niša	samski	16	4,69	,479	,120	4	5
	poročen	29	4,03	,906	,168	1	5
	ločen	5	4,60	,548	,245	4	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,94	,840	,148	2	5
	Total	82	4,16	,838	,093	1	5
STRATEGIJA_inov_proiz	samski	16	3,88	,806	,202	2	5
	poročen	29	3,79	,902	,167	1	5
	ločen	5	4,00	,707	,316	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,66	,827	,146	2	5
	Total	82	3,77	,836	,092	1	5
STRATEGIJA_štev_strank	samski	16	3,69	,873	,218	2	5
	poročen	28	3,54	,962	,182	2	5
	ločen	5	3,00	1,871	,837	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,58	,923	,166	2	5
	Total	80	3,55	,992	,111	1	5
STRATEGIJA_konk_pod	samski	16	3,19	1,047	,262	1	5
	poročen	27	2,78	1,121	,216	1	4
	ločen	3	2,67	1,155	,667	2	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	30	2,93	,828	,151	2	5
	Total	76	2,92	,990	,114	1	5
FINANC_ban_posojila	samski	15	3,93	1,100	,284	1	5
	poročen	27	3,48	1,156	,222	2	5
	ločen	5	3,80	1,789	,800	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,81	1,014	,182	2	5
	Total	78	3,72	1,127	,128	1	5
FINANC_riz_sklad	samski	16	3,88	,957	,239	2	5
	poročen	24	3,58	,974	,199	2	5
	ločen	5	3,60	1,673	,748	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,68	1,013	,182	2	5
	Total	76	3,68	1,023	,117	1	5
FINANC_posl_angel	samski	15	3,80	1,014	,262	2	5
	poročen	24	3,25	1,073	,219	1	5
	ločen	5	3,20	1,483	,663	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,48	1,092	,196	1	5
	Total	75	3,45	1,094	,126	1	5
FINANC_razpisi	samski	16	4,13	,885	,221	2	5
	poročen	28	3,57	1,317	,249	1	5
	ločen	5	3,80	,837	,374	3	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,06	,948	,168	2	5
	Total	81	3,89	1,084	,120	1	5
GOSP_POG_svet_rast	samski	15	3,33	1,234	,319	1	5
	poročen	28	3,07	,979	,185	1	5
	ločen	5	3,20	1,643	,735	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	29	3,31	1,004	,186	1	5
	Total	77	3,22	1,071	,122	1	5
GOSP_POG_držav_rast	samski	15	3,13	1,125	,291	1	5
	poročen	28	2,96	,999	,189	1	5
	ločen	5	2,20	1,643	,735	1	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	29	3,21	,978	,182	1	5
	Total	77	3,04	1,069	,122	1	5
GOSP_POG_pano_rast	samski	15	4,27	,594	,153	3	5
	poročen	29	3,55	,686	,127	2	5
	ločen	5	3,20	1,304	,583	1	4
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	3,77	,884	,159	1	5
	Total	80	3,75	,834	,093	1	5
NORME_družb_narav	samski	16	4,06	,929	,232	2	5
	poročen	28	4,04	,962	,182	1	5
	ločen	5	2,20	1,789	,800	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,06	,759	,134	2	5
	Total	81	3,94	1,029	,114	1	5
NORME_regulativa	samski	16	4,25	,931	,233	2	5
	poročen	28	4,04	,999	,189	1	5
	ločen	5	3,00	1,871	,837	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	4,06	,801	,142	2	5
	Total	81	4,02	1,000	,111	1	5
VLAD_POL_poen_post	samski	16	4,25	1,183	,296	1	5
	poročen	29	3,97	1,267	,235	1	5
	ločen	5	3,20	2,049	,917	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	31	4,16	1,003	,180	2	5
	Total	81	4,05	1,213	,135	1	5
VLAD_POL_fin_spodb	samski	16	4,13	1,310	,328	1	5
	poročen	29	3,86	1,217	,226	1	5
	ločen	5	3,80	1,643	,735	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,97	1,062	,188	1	5
	Total	82	3,95	1,185	,131	1	5
INFRASTR_izobraž	samski	16	3,88	,957	,239	2	5
	poročen	29	3,69	1,039	,193	1	5
	ločen	5	2,60	1,817	,812	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,78	1,157	,204	1	5
	Total	82	3,70	1,141	,126	1	5
INFRASTR_posl_prost	samski	15	3,73	1,280	,330	2	5
	poročen	29	3,69	1,039	,193	1	5
	ločen	5	3,40	1,817	,812	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,84	1,110	,196	1	5
	Total	81	3,74	1,149	,128	1	5
POD_INST_dostop	samski	16	3,56	1,263	,316	2	5

	poročen	29	3,55	1,183	,220	1	5
	ločen	5	2,80	1,789	,800	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,66	1,096	,194	1	5
	Total	82	3,55	1,198	,132	1	5
POD_INST_pod_prog	samski	16	3,56	1,263	,316	2	5
	poročen	28	3,54	1,105	,209	1	5
	ločen	5	3,20	1,643	,735	1	5
	imam izvenzakonskega partnerja(ico)	32	3,63	,942	,166	1	5
	Total	81	3,56	1,095	,122	1	5

*Tabela 9: Preskus enakosti varianc dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na zakonski stan*

Test of Homogeneity of Variances					
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.	
POSL_PRIL_prem_ideja	3,503	3	77	,019	
POSL_PRIL_tržna_ideja	2,210	3	76	,094	
PODJET_predan	1,500	3	78	,221	
PODJET_strast	1,136	3	78	,340	
PODJET_motiviran	2,189	3	78	,096	
PODJET_potreben_dose	,481	3	78	,696	
PODJET_prepričan_sposob	,833	3	78	,480	
PODJET_zazna_prilo	,609	3	78	,611	
PODJET_izkoristi_prilo	1,349	3	78	,265	
PODJET_pridobiva_infor	1,029	3	78	,384	
PODJET_vpliva_usodo	1,163	3	76	,329	
PODJET_neform_znanje	1,570	3	78	,203	
PODJET_stopnja_izobr	1,013	3	78	,392	
PODJET_del_izkušnje	,850	3	77	,471	
UST_TIM_pred_znanje	2,528	3	69	,064	
UST_TIM_razn_znanje	,384	3	68	,765	
UST_TIM_def_vloge	,232	3	68	,874	
UST_TIM_motiviran	1,509	3	68	,220	
UST_TIM_vizija	3,457	3	68	,021	
ZNAČ_POD_odločanje	,742	3	74	,530	
ZNAČ_POD_st_ustanov	,646	3	73	,588	
ZNAČ_POD_geo_področ	1,291	3	74	,284	
ZNAČ_POD_rast_panoga	1,370	3	75	,258	
PROIZVOD_zad_zachteve	1,088	3	76	,359	
PROIZVOD_sprejet	1,117	3	76	,348	
PROIZVOD_inovativen	,871	3	78	,460	
PROIZVOD_konkure	1,242	3	76	,301	
PROIZVOD_kvaliteten	1,589	3	76	,199	
PROIZVOD_dod_vredn	2,224	3	77	,092	
RAZVOJ_raz_kader	,302	3	75	,824	
RAZVOJ_teh_adaptira	1,939	3	76	,130	
RAZVOJ_štev_proiz	,163	3	77	,921	
RAZVOJ_delež_sred	,840	3	76	,476	
RAZVOJ_hiter_razvoj	1,961	3	77	,127	
RAZVOJ_intelekt_last	,717	3	76	,545	
ODNOS_S_zasled_potrebe	2,078	3	77	,110	
ODNOS_S_sprem_navade	1,266	3	77	,292	
ODNOS_S_pov_inform	,112	3	76	,953	
TRŽENJE_trž_analiza	1,025	3	78	,386	
TRŽENJE_kom_tehno	,200	3	76	,896	
TRŽENJE_hiter_vstop	2,110	3	77	,106	
TRŽENJE_inov_trženje	,883	3	75	,454	
TRŽENJE_velik_trg	1,499	3	76	,222	
TRŽENJE_tuj_trg	,916	3	75	,437	
TRŽENJE_rastoči_trg	,680	3	75	,567	
TRŽENJE_diferenc_proiz	,191	3	73	,902	
STRATEGIJA_jasna	,506	3	77	,679	
STRATEGIJA_tržna_niša	,629	3	78	,598	
STRATEGIJA_inov_proiz	,596	3	78	,619	
STRATEGIJA_štev_strank	4,824	3	76	,004	
STRATEGIJA_konk_pod	1,689	3	72	,177	
FINANC_ban_posojila	2,043	3	74	,115	
FINANC_riz_sklad	1,163	3	72	,330	
FINANC_posl_angel	,128	3	71	,943	
FINANC_razpisi	2,551	3	77	,062	
GOSP_POG_svet_rast	1,950	3	73	,129	
GOSP_POG_držav_rast	1,861	3	73	,144	
GOSP_POG_pano_rast	1,292	3	76	,283	
NORME_družb_narav	3,076	3	77	,032	
NORME_regulativa	4,148	3	77	,009	
VLAD_POL_poen_post	2,383	3	77	,076	
VLAD_POL_fin_spodb	,382	3	78	,766	
INFRASTR_izobraž	2,014	3	78	,119	
INFRASTR_posl_prost	2,310	3	77	,083	
POD_INST_dostop	1,324	3	78	,272	
POD_INST_pod_prog	2,449	3	77	,070	

Tabela 10: Preskus enakosti povprečnih ocen dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na zakonski stan – F preskus

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	Between Groups	,795	3	,265		,779
	Within Groups	56,094	77	,728		
	Total	56,889	80			
POSL_PRIL_tržna_ideja	Between Groups	1,104	3	,368	,527	,665
	Within Groups	53,096	76	,699		
	Total	54,200	79			
PODJET_predan	Between Groups	,853	3	,284	,696	,558
	Within Groups	31,891	78	,409		
	Total	32,744	81			
PODJET_strast	Between Groups	1,691	3	,564	,902	,444
	Within Groups	48,748	78	,625		
	Total	50,439	81			
PODJET_motiviran	Between Groups	2,653	3	,884	1,992	,122
	Within Groups	34,628	78	,444		
	Total	37,280	81			
PODJET_potreben_dose	Between Groups	2,391	3	,797	1,580	,201
	Within Groups	39,365	78	,505		
	Total	41,756	81			
PODJET_prepričan_sposo	Between Groups	,456	3	,152	,218	,884
	Within Groups	54,519	78	,699		
	Total	54,976	81			
PODJET_zazna_prilo	Between Groups	,535	3	,178	,251	,861
	Within Groups	55,477	78	,711		
	Total	56,012	81			
PODJET_izkoristi_prilo	Between Groups	2,706	3	,902	1,263	,293
	Within Groups	55,696	78	,714		
	Total	58,402	81			
PODJET_pridobiva_infor	Between Groups	2,760	3	,920	1,527	,214
	Within Groups	46,996	78	,603		
	Total	49,756	81			
PODJET_vpliva_usodo	Between Groups	11,065	3	3,688	4,491	,006
	Within Groups	62,422	76	,821		
	Total	73,488	79			
PODJET_neform_znanje	Between Groups	2,164	3	,721	1,049	,376
	Within Groups	53,641	78	,688		
	Total	55,805	81			
PODJET_stopnja_izobr	Between Groups	,636	3	,212	,228	,876
	Within Groups	72,340	78	,927		
	Total	72,976	81			
PODJET_del_izkušnje	Between Groups	3,403	3	1,134	1,137	,340
	Within Groups	76,820	77	,998		
	Total	80,222	80			
UST_TIM_pred_znanje	Between Groups	4,794	3	1,598	2,288	,086
	Within Groups	48,192	69	,698		
	Total	52,986	72			
UST_TIM_razn_znanje	Between Groups	,589	3	,196	,351	,789
	Within Groups	38,064	68	,560		
	Total	38,653	71			
UST_TIM_def_vloge	Between Groups	1,644	3	,548	,584	,628
	Within Groups	63,856	68	,939		
	Total	65,500	71			
UST_TIM_motiviran	Between Groups	1,101	3	,367	,642	,591
	Within Groups	38,885	68	,572		
	Total	39,986	71			
UST_TIM_vizija	Between Groups	,799	3	,266	,621	,604
	Within Groups	29,187	68	,429		
	Total	29,986	71			
ZNAČ_POD_odločanje	Between Groups	3,443	3	1,148	1,144	,337
	Within Groups	74,211	74	1,003		
	Total	77,654	77			
ZNAČ_POD_št_ustanov	Between Groups	1,734	3	,578	,381	,767
	Within Groups	110,785	73	1,518		
	Total	112,519	76			
ZNAČ_POD_geo_področ	Between Groups	2,391	3	,797	,805	,495
	Within Groups	73,263	74	,990		
	Total	75,654	77			
ZNAČ_POD_rast_panoga	Between Groups	2,032	3	,677	,699	,556
	Within Groups	72,677	75	,969		
	Total	74,709	78			
PROIZVOD_zad_zhteve	Between Groups	,365	3	,122	,222	,881
	Within Groups	41,585	76	,547		
	Total	41,950	79			
PROIZVOD_sprejet	Between Groups	1,919	3	,640	1,178	,324
	Within Groups	41,269	76	,543		
	Total	43,188	79			
PROIZVOD_inovativen	Between Groups	2,990	3	,997	1,357	,262
	Within Groups	57,267	78	,734		
	Total	60,256	81			
PROIZVOD_konkure	Between Groups	6,097	3	2,032	2,720	,050
	Within Groups	56,790	76	,747		
	Total	62,888	79			
PROIZVOD_kvaliteten	Between Groups	1,471	3	,490	,626	,600
	Within Groups	59,517	76	,783		
	Total	60,988	79			
PROIZVOD_dod_vredn	Between Groups	2,318	3	,773	,951	,420

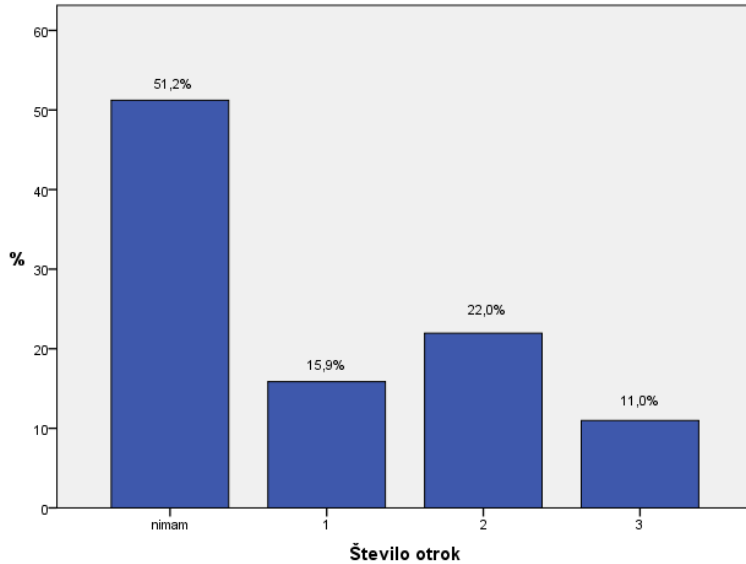
	Within Groups	62,571	77	,813		
	Total	64,889	80			
RAZVOJ_raz_kader	Between Groups	1,709	3	,570	,818	,488
	Within Groups	52,241	75	,697		
	Total	53,949	78			
RAZVOJ_teh_adaptira	Between Groups	7,340	3	2,447	2,992	,036
	Within Groups	62,148	76	,818		
	Total	69,488	79			
RAZVOJ_števil_proiz	Between Groups	3,227	3	1,076	1,110	,350
	Within Groups	74,576	77	,969		
	Total	77,802	80			
RAZVOJ_delež_sred	Between Groups	5,907	3	1,969	2,976	,037
	Within Groups	50,280	76	,662		
	Total	56,188	79			
RAZVOJ_hiter_razvoj	Between Groups	1,591	3	,530	,519	,670
	Within Groups	78,656	77	1,022		
	Total	80,247	80			
RAZVOJ_intelekt_last	Between Groups	,965	3	,322	,253	,859
	Within Groups	96,585	76	1,271		
	Total	97,550	79			
ODNOS_S_zasled_potrebe	Between Groups	2,158	3	,719	,949	,421
	Within Groups	58,385	77	,758		
	Total	60,543	80			
ODNOS_S_sprem_navade	Between Groups	1,531	3	,510	,610	,611
	Within Groups	64,469	77	,837		
	Total	66,000	80			
ODNOS_S_pov_inform	Between Groups	,563	3	,188	,225	,879
	Within Groups	63,387	76	,834		
	Total	63,950	79			
TRŽENJE_trž_analiza	Between Groups	5,468	3	1,823	2,242	,090
	Within Groups	63,410	78	,813		
	Total	68,878	81			
TRŽENJE_kom_tehno	Between Groups	2,583	3	,861	1,140	,338
	Within Groups	57,404	76	,755		
	Total	59,988	79			
TRŽENJE_hiter_vstop	Between Groups	,703	3	,234	,339	,797
	Within Groups	53,297	77	,692		
	Total	54,000	80			
TRŽENJE_inov_trženje	Between Groups	2,146	3	,715	,877	,457
	Within Groups	61,195	75	,816		
	Total	63,342	78			
TRŽENJE_velik_trg	Between Groups	2,441	3	,814	,915	,438
	Within Groups	67,559	76	,889		
	Total	70,000	79			
TRŽENJE_tuj_trg	Between Groups	1,120	3	,373	,374	,772
	Within Groups	74,779	75	,997		
	Total	75,899	78			
TRŽENJE_rastoči_trg	Between Groups	1,293	3	,431	,768	,515
	Within Groups	42,074	75	,561		
	Total	43,367	78			
TRŽENJE_diferenc_proiz	Between Groups	,795	3	,265	,369	,776
	Within Groups	52,426	73	,718		
	Total	53,221	76			
STRATEGIJA_jasna	Between Groups	,097	3	,032	,042	,989
	Within Groups	59,903	77	,778		
	Total	60,000	80			
STRATEGIJA_tržna_niša	Between Groups	7,461	3	2,487	3,921	,012
	Within Groups	49,478	78	,634		
	Total	56,939	81			
STRATEGIJA_inov_proiz	Between Groups	,870	3	,290	,406	,749
	Within Groups	55,727	78	,714		
	Total	56,598	81			
STRATEGIJA_števil_strank	Between Groups	1,850	3	,617	,617	,606
	Within Groups	75,950	76	,999		
	Total	77,800	79			
STRATEGIJA_konk_pod	Between Groups	1,889	3	,630	,633	,596
	Within Groups	71,638	72	,995		
	Total	73,526	75			
FINANC_ban_posojila	Between Groups	2,482	3	,827	,642	,590
	Within Groups	95,313	74	1,288		
	Total	97,795	77			
FINANC_riz_sklad	Between Groups	,864	3	,288	,267	,849
	Within Groups	77,558	72	1,077		
	Total	78,421	75			
FINANC_posl_angel	Between Groups	3,145	3	1,048	,871	,460
	Within Groups	85,442	71	1,203		
	Total	88,587	74			
FINANC_razpisi	Between Groups	4,718	3	1,573	1,356	,262
	Within Groups	89,282	77	1,160		
	Total	94,000	80			
GOSP_POG_svet_rast	Between Groups	1,049	3	,350	,296	,828
	Within Groups	86,197	73	1,181		
	Total	87,247	76			
GOSP_POG_držav_rast	Between Groups	4,627	3	1,542	1,369	,259
	Within Groups	82,256	73	1,127		
	Total	86,883	76			
GOSP_POG_pano_rast	Between Groups	6,675	3	2,225	3,499	,019
	Within Groups	48,325	76	,636		
	Total	55,000	79			
NORME_družb_narav	Between Groups	16,115	3	5,372	6,031	,001
	Within Groups	68,577	77	,891		
	Total	84,691	80			
NORME_regulativa	Between Groups	6,111	3	2,037	2,124	,104
	Within Groups	73,839	77	,959		



	Total	79,951	80			
VLAD_POL_poen_post	Between Groups	4,843	3	1,614	1,101	,354
	Within Groups	112,959	77	1,467		
	Total	117,802	80			
VLAD_POL_fin_spodb	Between Groups	,838	3	,279	,193	,901
	Within Groups	112,967	78	1,448		
	Total	113,805	81			
INFRASTR_izobraž	Between Groups	6,752	3	2,251	1,780	,158
	Within Groups	98,626	78	1,264		
	Total	105,378	81			
INFRASTR_posl_prost	Between Groups	,997	3	,332	,245	,865
	Within Groups	104,559	77	1,358		
	Total	105,556	80			
POD_INST_dostop	Between Groups	3,176	3	1,059	,730	,537
	Within Groups	113,129	78	1,450		
	Total	116,305	81			
POD_INST_pod_prog	Between Groups	,798	3	,266	,215	,886
	Within Groups	95,202	77	1,236		
	Total	96,000	80			

**Priloga 6: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število otrok**

*Slika 4: Frekvenčna porazdelitev podjetnikov glede na število otrok*



*Tabela 11: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število otrok – analiza variance*

Descriptives							
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
POSL_PRIL_prem_ideja	0	42	4,24	,958	,148	2	5
	1	13	4,69	,480	,133	4	5
	2	17	4,41	,795	,193	3	5
	3	9	4,44	,726	,242	3	5
	Total	81	4,37	,843	,094	2	5
POSL_PRIL_trzna_ideja	0	42	4,36	,791	,122	2	5
	1	13	4,23	,725	,201	3	5
	2	16	4,56	,629	,157	3	5
	3	9	4,11	1,364	,455	1	5
	Total	80	4,35	,828	,093	1	5
PODJET_predan	0	42	4,64	,533	,082	3	5
	1	13	4,85	,376	,104	4	5
	2	18	4,72	,461	,109	4	5
	3	9	4,22	1,302	,434	1	5
	Total	82	4,65	,636	,070	1	5
PODJET_strast	0	42	4,31	,715	,110	3	5
	1	13	4,85	,376	,104	4	5
	2	18	4,33	,840	,198	2	5
	3	9	3,78	1,093	,364	1	5
	Total	82	4,34	,789	,087	1	5
PODJET_motiviran	0	42	4,76	,484	,075	3	5
	1	13	4,69	,480	,133	4	5
	2	18	4,50	,707	,167	3	5
	3	9	4,11	1,269	,423	1	5
	Total	82	4,62	,678	,075	1	5
PODJET_potreben_dose	0	42	4,36	,656	,101	3	5
	1	13	4,62	,506	,140	4	5
	2	18	4,22	,647	,152	3	5
	3	9	3,89	1,167	,389	1	5
	Total	82	4,32	,718	,079	1	5
PODJET_preprican_sposo	0	42	4,29	,742	,114	2	5
	1	13	4,85	,376	,104	4	5
	2	18	4,22	,808	,191	3	5
	3	9	3,67	1,225	,408	1	5
	Total	82	4,29	,824	,091	1	5
PODJET_zazna_prilo	0	42	3,98	,924	,143	2	5
	1	13	4,23	,927	,257	2	5
	2	18	4,33	,594	,140	3	5
	3	9	4,11	,601	,200	3	5
	Total	82	4,11	,832	,092	2	5
PODJET_izkoristi_prilo	0	42	4,05	,962	,148	2	5

	1	13	4,08	,760	,211	3	5
	2	18	4,39	,698	,164	3	5
	3	9	3,67	,500	,167	3	4
	Total	82	4,09	,849	,094	2	5
PODJET_pridobiva_infor	0	42	4,38	,795	,123	2	5
	1	13	4,38	,768	,213	3	5
	2	18	4,33	,686	,162	3	5
	3	9	3,89	,928	,309	2	5
	Total	82	4,32	,784	,087	2	5
PODJET_vpliva_usodo	0	41	4,34	,825	,129	2	5
	1	13	4,38	,961	,266	2	5
	2	17	3,76	,903	,219	3	5
	3	9	3,56	1,333	,444	1	5
	Total	80	4,14	,964	,108	1	5
PODJET_neform_znanje	0	42	4,02	,897	,138	2	5
	1	13	4,15	,899	,249	3	5
	2	18	4,00	,594	,140	3	5
	3	9	4,11	,928	,309	2	5
	Total	82	4,05	,830	,092	2	5
PODJET_stopnja_izobr	0	42	2,48	,890	,137	1	4
	1	13	2,62	1,261	,350	1	5
	2	18	3,00	,594	,140	2	4
	3	9	3,33	1,000	,333	2	5
	Total	82	2,71	,949	,105	1	5
PODJET_del_izkušnje	0	41	3,88	1,122	,175	1	5
	1	13	3,62	1,044	,290	1	5
	2	18	3,94	,725	,171	3	5
	3	9	3,56	,882	,294	2	5
	Total	81	3,81	1,001	,111	1	5
UST_TIM_pred_znanje	0	38	4,03	,915	,148	1	5
	1	13	3,92	,760	,211	3	5
	2	15	4,27	,594	,153	3	5
	3	7	3,57	1,134	,429	2	5
	Total	73	4,01	,858	,100	1	5
UST_TIM_razn_znanje	0	37	4,30	,661	,109	3	5
	1	13	3,92	,760	,211	3	5
	2	15	4,33	,724	,187	3	5
	3	7	3,71	,951	,360	2	5
	Total	72	4,18	,738	,087	2	5
UST_TIM_def_vloge	0	37	4,03	,897	,147	2	5
	1	13	3,92	1,038	,288	2	5
	2	15	4,33	,816	,211	3	5
	3	7	4,14	1,464	,553	1	5
	Total	72	4,08	,960	,113	1	5
UST_TIM_motiviran	0	37	4,46	,650	,107	3	5
	1	13	4,85	,376	,104	4	5
	2	15	4,53	,640	,165	3	5
	3	7	3,86	1,464	,553	1	5
	Total	72	4,49	,750	,088	1	5
UST_TIM_vizija	0	37	4,57	,603	,099	3	5
	1	13	4,62	,506	,140	4	5
	2	15	4,40	,737	,190	3	5
	3	7	4,29	,951	,360	3	5
	Total	72	4,51	,650	,077	3	5
ZNAČ_POD_odločanje	0	41	3,71	1,006	,157	2	5
	1	13	3,85	,689	,191	3	5
	2	15	3,53	,990	,256	2	5
	3	9	3,33	1,414	,471	1	5
	Total	78	3,65	1,004	,114	1	5
ZNAČ_POD_št_ustanov	0	40	2,35	1,231	,195	1	5
	1	13	2,08	1,038	,288	1	4
	2	15	2,47	,291	1,125	1	4
	3	9	2,22	1,641	,547	1	5
	Total	77	2,31	1,217	,139	1	5
ZNAČ_POD_geo_področ	0	42	2,64	1,032	,159	1	5
	1	13	2,46	1,050	,291	1	4
	2	14	2,79	,699	,187	2	4
	3	9	2,78	1,202	,401	1	5
	Total	78	2,65	,991	,112	1	5
ZNAČ_POD_rast_panoga	0	42	3,45	,968	,149	1	5
	1	13	3,00	1,155	,320	1	5
	2	15	3,13	,990	,256	2	5
	3	9	3,33	,707	,236	2	4
	Total	79	3,30	,979	,110	1	5
PROIZVOD_zad_zachteve	0	42	4,60	,627	,097	3	5
	1	13	4,46	,660	,183	3	5
	2	17	4,65	,606	,147	3	5
	3	8	4,00	1,309	,463	1	5
	Total	80	4,53	,729	,081	1	5
PROIZVOD_sprejet	0	42	4,29	,636	,098	3	5
	1	13	4,38	,768	,213	3	5
	2	17	4,59	,618	,150	3	5
	3	8	3,75	1,165	,412	1	5
	Total	80	4,31	,739	,083	1	5
PROIZVOD_inovativen	0	42	3,83	,908	,140	1	5
	1	13	4,00	,707	,196	3	5
	2	18	3,78	,548	,129	3	5
	3	9	3,56	1,333	,444	1	5
	Total	82	3,82	,862	,095	1	5
PROIZVOD_konkure	0	41	3,93	1,034	,162	1	5
	1	13	3,54	,776	,215	3	5
	2	17	4,06	,556	,135	3	5
	3	9	3,44	,726	,242	2	4
	Total	80	3,84	,892	,100	1	5

	0	41	4,00	,894	,140	1	5
	1	13	4,08	,641	,178	3	5
	2	17	4,18	,809	,196	3	5
	3	9	3,67	1,225	,408	1	5
	Total	80	4,01	,879	,098	1	5
PROIZVOD_kvaliteten	0	41	4,22	,759	,118	1	5
	1	13	4,15	,899	,249	2	5
	2	18	3,83	,924	,218	2	5
	3	9	3,44	1,236	,412	1	5
	Total	81	4,04	,901	,100	1	5
PROIZVOD_dod_vredn	0	42	4,07	,712	,110	2	5
	1	13	4,23	,725	,201	3	5
	2	16	3,94	,854	,213	2	5
	3	8	3,13	1,126	,398	1	4
	Total	79	3,97	,832	,094	1	5
RAZVOJ_raz_kader	0	41	3,90	,917	,143	1	5
	1	13	3,77	,832	,231	2	5
	2	17	3,76	,752	,182	3	5
	3	9	2,89	1,167	,389	1	4
	Total	80	3,74	,938	,105	1	5
RAZVOJ_teh_adaptira	0	42	3,05	1,035	,160	1	5
	1	13	2,62	,961	,266	1	4
	2	17	3,06	,899	,218	1	4
	3	9	2,78	,972	,324	2	5
	Total	81	2,95	,986	,110	1	5
RAZVOJ_štev_proiz	0	42	3,98	,811	,125	2	5
	1	13	3,69	,947	,263	2	5
	2	17	3,76	,664	,161	3	5
	3	8	3,25	1,035	,366	2	4
	Total	80	3,81	,843	,094	2	5
RAZVOJ_delež_sred	0	42	3,64	1,100	,170	1	5
	1	13	3,54	,877	,243	2	5
	2	17	3,41	,712	,173	2	5
	3	9	2,89	1,054	,351	1	4
	Total	81	3,49	1,002	,111	1	5
RAZVOJ_hiter_razvoj	0	41	2,88	1,187	,185	1	5
	1	13	2,92	1,038	,288	2	5
	2	17	3,12	1,054	,256	1	5
	3	9	2,78	1,093	,364	1	5
	Total	80	2,93	1,111	,124	1	5
RAZVOJ_intelekt_last	0	42	4,31	,749	,116	2	5
	1	13	4,31	,751	,208	3	5
	2	17	4,47	,717	,174	3	5
	3	9	3,33	1,323	,441	1	4
	Total	81	4,23	,870	,097	1	5
ODNOS_S_zasled_potrebe	0	42	4,38	,661	,102	3	5
	1	13	4,00	,707	,196	3	5
	2	17	4,12	,993	,241	2	5
	3	9	3,00	1,225	,408	1	4
	Total	81	4,11	,908	,101	1	5
ODNOS_S_sprem_navade	0	42	4,31	,869	,134	2	5
	1	13	4,00	,816	,226	3	5
	2	17	4,53	,717	,174	3	5
	3	8	3,50	1,195	,423	1	5
	Total	80	4,23	,900	,101	1	5
ODNOS_S_pov_inform	0	42	3,95	,936	,144	2	5
	1	13	3,69	,947	,263	2	5
	2	18	3,83	,707	,167	2	5
	3	9	3,22	1,093	,364	2	5
	Total	82	3,80	,922	,102	2	5
TRŽENJE_trž_analiza	0	42	4,19	,773	,119	3	5
	1	13	3,92	1,115	,309	2	5
	2	16	4,25	,775	,194	3	5
	3	9	3,78	1,093	,364	2	5
	Total	80	4,11	,871	,097	2	5
TRŽENJE_kom_tehno	0	41	4,00	,806	,126	2	5
	1	13	3,77	1,092	,303	2	5
	2	18	3,89	,583	,137	3	5
	3	9	3,56	,882	,294	2	5
	Total	81	3,89	,822	,091	2	5
TRŽENJE_hiter_vstop	0	40	3,78	,891	,141	2	5
	1	13	3,92	,954	,265	2	5
	2	17	3,88	,781	,189	2	5
	3	9	3,44	1,130	,377	1	5
	Total	79	3,78	,901	,101	1	5
TRŽENJE_inov_trženje	0	41	3,63	,859	,134	1	5
	1	13	3,54	1,050	,291	2	5
	2	17	3,29	,772	,187	2	5
	3	9	3,22	1,394	,465	1	5
	Total	80	3,50	,941	,105	1	5
TRŽENJE_velik_trg	0	41	3,95	,921	,144	1	5
	1	13	3,85	,987	,274	2	5
	2	17	3,47	,874	,212	2	5
	3	8	3,38	1,408	,498	1	5
	Total	79	3,77	,986	,111	1	5
TRŽENJE_tuj_trg	0	41	3,63	,623	,097	3	5
	1	13	3,69	,947	,263	2	5
	2	16	3,25	,683	,171	2	5
	3	9	3,67	1,000	,333	2	5
	Total	79	3,57	,746	,084	2	5
TRŽENJE_rastoči_trg	0	41	3,76	,699	,109	3	5
	1	13	3,54	1,050	,291	2	5
	2	15	3,67	,816	,211	2	5
	3	8	3,38	1,188	,420	1	5
	Total	77	3,66	,837	,095	1	5
TRŽENJE_diferece_proiz	0	41	3,76	,699	,109	3	5
	1	13	3,54	1,050	,291	2	5
	2	15	3,67	,816	,211	2	5
	3	8	3,38	1,188	,420	1	5
	Total	77	3,66	,837	,095	1	5

	0	41	3,88	,900	,141	2	5
	1	13	4,38	,506	,140	4	5
	2	18	4,28	,752	,177	3	5
	3	9	3,44	1,014	,338	2	5
	Total	81	4,00	,866	,096	2	5
STRATEGIJA_jasna							
	0	42	4,26	,798	,123	2	5
	1	13	4,31	,630	,175	3	5
	2	18	4,06	,639	,151	3	5
	3	9	3,67	1,414	,471	1	5
	Total	82	4,16	,838	,093	1	5
STRATEGIJA_trzna_niša							
	0	42	3,69	,780	,120	2	5
	1	13	4,23	,725	,201	3	5
	2	18	3,78	,732	,173	3	5
	3	9	3,44	1,236	,412	1	5
	Total	82	3,77	,836	,092	1	5
STRATEGIJA_inov_proiz							
	0	41	3,66	1,109	,173	1	5
	1	13	3,54	,877	,243	2	5
	2	17	3,35	,786	,191	2	4
	3	9	3,44	1,014	,338	2	5
	Total	80	3,55	,992	,111	1	5
STRATEGIJA_stev_strank							
	0	37	2,86	,976	,161	1	5
	1	13	3,08	,760	,211	2	4
	2	17	2,88	1,166	,283	1	5
	3	9	3,00	1,118	,373	1	4
	Total	76	2,92	,990	,114	1	5
STRATEGIJA_konk_pod							
	0	41	3,73	1,073	,168	1	5
	1	12	3,83	1,267	,366	1	5
	2	17	3,71	1,263	,306	2	5
	3	8	3,50	1,069	,378	2	5
	Total	78	3,72	1,127	,128	1	5
FINANC_ban_posojila							
	0	41	3,78	,936	,146	2	5
	1	12	3,67	1,303	,376	1	5
	2	16	3,50	1,033	,258	2	5
	3	7	3,57	1,134	,429	2	5
	Total	76	3,68	1,023	,117	1	5
FINANC_riz_sklad							
	0	40	3,58	1,059	,168	1	5
	1	12	3,67	1,231	,355	1	5
	2	16	3,00	1,033	,258	1	5
	3	7	3,43	1,134	,429	2	5
	Total	75	3,45	1,094	,126	1	5
FINANC_posl_angel							
	0	42	4,05	,987	,152	1	5
	1	13	4,00	,707	,196	3	5
	2	18	3,56	1,294	,305	1	5
	3	8	3,63	1,506	,532	1	5
	Total	81	3,89	1,084	,120	1	5
FINANC_razpisi							
	0	38	3,13	1,095	,178	1	5
	1	13	3,08	1,441	,400	1	5
	2	17	3,47	,800	,194	2	5
	3	9	3,33	,866	,289	2	5
	Total	77	3,22	1,071	,122	1	5
GOSP_POG_svet_rast							
	0	38	3,03	1,102	,179	1	5
	1	13	2,77	1,423	,395	1	5
	2	17	3,12	,781	,189	1	4
	3	9	3,33	,866	,289	2	5
	Total	77	3,04	1,069	,122	1	5
GOSP_POG_drzav_rast							
	0	41	4,02	,724	,113	1	5
	1	13	3,62	1,044	,290	1	5
	2	17	3,47	,717	,174	2	5
	3	9	3,22	,833	,278	2	4
	Total	80	3,75	,834	,093	1	5
GOSP_POG_pano_rast							
	0	41	3,93	1,010	,158	1	5
	1	13	3,77	1,166	,323	1	5
	2	18	4,22	,943	,222	2	5
	3	9	3,67	1,118	,373	1	5
	Total	81	3,94	1,029	,114	1	5
NORME_druz_b_narav							
	0	41	4,10	,917	,143	1	5
	1	13	3,85	1,144	,317	1	5
	2	18	4,28	,958	,226	2	5
	3	9	3,44	1,130	,377	1	5
	Total	81	4,02	,111	1,000	1	5
NORME_regulativa							
	0	42	4,02	1,115	,172	1	5
	1	12	4,08	1,311	,379	1	5
	2	18	4,28	1,179	,278	1	5
	3	9	3,67	1,658	,553	1	5
	Total	81	4,05	1,213	,135	1	5
VLAD_POL_poen_post							
	0	42	4,02	1,220	,188	1	5
	1	13	4,08	,954	,265	2	5
	2	18	4,00	,970	,229	2	5
	3	9	3,33	1,658	,553	1	5
	Total	82	3,95	1,185	,131	1	5
VLAD_POL_fin_spodb							
	0	42	3,57	1,192	,184	1	5
	1	13	4,15	1,068	,296	1	5
	2	18	3,72	1,127	,266	1	5
	3	9	3,56	1,014	,338	2	5
	Total	82	3,70	1,141	,126	1	5
INFRASTR_izobraz							
	0	42	3,74	1,231	,190	1	5
	1	13	3,92	1,038	,288	1	5
	2	17	3,88	1,111	,270	2	5
	3	9	3,22	,972	,324	1	4
	Total	81	3,74	1,149	,128	1	5
INFRASTR_posl_prost							
	0	42	3,52	1,194	,184	1	5
	1	13	3,69	1,316	,365	1	5
	2	18	3,56	1,042	,246	1	5
	3	9	3,44	1,509	,503	1	5
POD_INST_dostop							

	Total	82	3,55	1,198	,132	1	5
	0	42	3,52	1,042	,161	2	5
	1	13	3,69	1,109	,308	1	5
POD_INST_pod_prog	2	17	3,53	1,068	,259	1	5
	3	9	3,56	1,509	,503	1	5
	Total	81	3,56	1,095	,122	1	5

*Tabela 12: Preskus enakosti varianc dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število otrok*

Test of Homogeneity of Variances					
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.	
POSL_PRIL_prem_ideja	1,810	3	77	,152	
POSL_PRIL_trzna_ideja	1,997	3	76	,121	
PODJET_predan	5,103	3	78	,003	
PODJET_strast	2,610	3	78	,057	
PODJET_motiviran	3,317	3	78	,024	
PODJET_potreben_dose	,414	3	78	,743	
PODJET_preprican_sposob	4,160	3	78	,009	
PODJET_zazna_prilo	1,270	3	78	,291	
PODJET_izkoristi_prilo	1,614	3	78	,193	
PODJET_pridobiva_infor	,206	3	78	,892	
PODJET_vpliva_usodo	1,256	3	76	,296	
PODJET_neform_znanje	2,446	3	78	,070	
PODJET_stopnja_izobr	5,478	3	78	,002	
PODJET_del_izkusnje	1,147	3	77	,336	
UST_TIM_pred_znanje	,833	3	69	,480	
UST_TIM_razn_znanje	,253	3	68	,859	
UST_TIM_def_vloge	,719	3	68	,544	
UST_TIM_motiviran	7,123	3	68	,000	
UST_TIM_vizija	3,122	3	68	,032	
ZNAC_POD_odlocanje	2,730	3	74	,050	
ZNAC_POD_st_ustanov	1,066	3	73	,369	
ZNAC_POD_geo_podroc	1,256	3	74	,296	
ZNAC_POD_rast_panoga	,760	3	75	,520	
PROIZVOD_zad_zahteve	,685	3	76	,564	
PROIZVOD_sprejet	,549	3	76	,650	
PROIZVOD_inovativen	2,757	3	78	,048	
PROIZVOD_konkure	3,779	3	76	,014	
PROIZVOD_kvaliteten	1,166	3	76	,328	
PROIZVOD_dod_vredn	1,806	3	77	,153	
RAZVOJ_raz_kader	1,272	3	75	,290	
RAZVOJ_teh_adaptira	1,208	3	76	,312	
RAZVOJ_shev_proiz	,225	3	77	,879	
RAZVOJ_delez_sred	1,929	3	76	,132	
RAZVOJ_hiter_razvoj	1,324	3	77	,273	
RAZVOJ_intelekt_last	,119	3	76	,949	
ODNOS_S_zasled_potrebe	2,471	3	77	,068	
ODNOS_S_sprem_navade	1,690	3	77	,176	
ODNOS_S_pov_inform	,954	3	76	,419	
TRZENJE_trz_analiza	1,656	3	78	,183	
TRZENJE_kom_tehno	1,456	3	76	,233	
TRZENJE_hiter_vstop	2,585	3	77	,059	
TRZENJE_inov_trzenje	,663	3	75	,577	
TRZENJE_velik_trg	2,807	3	76	,045	
TRZENJE_tuj_trg	1,303	3	75	,280	
TRZENJE_rastoči_trg	1,904	3	75	,136	
TRZENJE_diferenc_proiz	1,847	3	73	,146	
STRATEGIJA_jasna	1,032	3	77	,383	
STRATEGIJA_trzna_nisa	4,633	3	78	,005	
STRATEGIJA_inov_proiz	1,554	3	78	,207	
STRATEGIJA_shev_strank	,996	3	76	,400	
STRATEGIJA_konk_pod	1,243	3	72	,300	
FINANC_ban_posojila	,902	3	74	,444	
FINANC_riz_sklad	,958	3	72	,417	
FINANC_posl_angel	,339	3	71	,797	
FINANC_razpisi	3,813	3	77	,013	
GOSP_POG_svet_rast	1,981	3	73	,124	
GOSP_POG_drzav_rast	2,822	3	73	,045	
GOSP_POG_pano_rast	2,283	3	76	,086	
NORME_druzib_narav	,123	3	77	,946	
NORME_regulativa	,313	3	77	,816	
VLAD_POL_poen_post	1,147	3	77	,336	
VLAD_POL_fin_spodb	2,139	3	78	,102	
INFRASTR_izobraž	1,118	3	78	,347	
INFRASTR_posl_prost	1,682	3	77	,178	
POD_INST_dostop	,792	3	78	,502	
POD_INST_pod_prog	,628	3	77	,599	

*Tabela 13: Preskus enakosti povprečnih ocen dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število otrok – F preskus*

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	Between Groups	2,161	3	,720	1,013	,392
	Within Groups	54,728	77	,711		
	Total	56,889	80			
POSL_PRIL_tržna_ideja	Between Groups	1,423	3	,474	,683	,565
	Within Groups	52,777	76	,694		
	Total	54,200	79			
PODJET_predan	Between Groups	2,242	3	,747	1,911	,135
	Within Groups	30,502	78	,391		
	Total	32,744	81			
PODJET_strast	Between Groups	6,215	3	2,072	3,654	,016
	Within Groups	44,224	78	,567		
	Total	50,439	81			
PODJET_motiviran	Between Groups	3,503	3	1,168	2,697	,052
	Within Groups	33,777	78	,433		
	Total	37,280	81			
PODJET_potreben_dose	Between Groups	3,036	3	1,012	2,039	,115
	Within Groups	38,720	78	,496		
	Total	41,756	81			
PODJET_prepričan_sposo	Between Groups	7,601	3	2,534	4,171	,009
	Within Groups	47,375	78	,607		
	Total	54,976	81			
PODJET_zazna_prilo	Between Groups	1,839	3	,613	,883	,454
	Within Groups	54,173	78	,695		
	Total	56,012	81			
PODJET_izkoristi_prilo	Between Groups	3,297	3	1,099	1,556	,207
	Within Groups	55,106	78	,706		
	Total	58,402	81			
PODJET_pridobiva_infor	Between Groups	1,886	3	,629	1,024	,387
	Within Groups	47,871	78	,614		
	Total	49,756	81			
PODJET_vpliva_usodo	Between Groups	7,910	3	2,637	3,056	,033
	Within Groups	65,577	76	,863		
	Total	73,488	79			
PODJET_neform_znanje	Between Groups	,247	3	,082	,116	,951
	Within Groups	55,557	78	,712		
	Total	55,805	81			
PODJET_stopnja_izobr	Between Groups	7,422	3	2,474	2,944	,038
	Within Groups	65,553	78	,840		
	Total	72,976	81			
PODJET_del_izkušnje	Between Groups	1,588	3	,529	,518	,671
	Within Groups	78,634	77	1,021		
	Total	80,222	80			
UST_TIM_pred_znanje	Between Groups	2,442	3	,814	1,111	,351
	Within Groups	50,544	69	,733		
	Total	52,986	72			
UST_TIM_razn_znanje	Between Groups	3,238	3	1,079	2,072	,112
	Within Groups	35,415	68	,521		
	Total	38,653	71			
UST_TIM_def_vloge	Between Groups	1,413	3	,471	,500	,684
	Within Groups	64,087	68	,942		
	Total	65,500	71			
UST_TIM_motiviran	Between Groups	4,514	3	1,505	2,885	,042
	Within Groups	35,472	68	,522		
	Total	39,986	71			
UST_TIM_vizija	Between Groups	,800	3	,267	,621	,604
	Within Groups	29,187	68	,429		
	Total	29,986	71			
ZNAČ_POD_odločanje	Between Groups	1,740	3	,580	,566	,639
	Within Groups	75,913	74	1,026		
	Total	77,654	77			
ZNAČ_POD_št_ustanov	Between Groups	1,208	3	,403	,264	,851
	Within Groups	111,312	73	1,525		
	Total	112,519	76			
ZNAČ_POD_geo_področ	Between Groups	,868	3	,289	,286	,835
	Within Groups	74,786	74	1,011		
	Total	75,654	77			
ZNAČ_POD_rast_panoga	Between Groups	2,571	3	,857	,891	,450
	Within Groups	72,138	75	,962		
	Total	74,709	78			
PROIZVOD_zad_zhteve	Between Groups	2,718	3	,906	1,755	,163
	Within Groups	39,232	76	,516		
	Total	41,950	79			
PROIZVOD_sprejet	Between Groups	3,922	3	1,307	2,530	,063
	Within Groups	39,266	76	,517		
	Total	43,188	79			
PROIZVOD_inovativen	Between Groups	1,089	3	,363	,479	,698
	Within Groups	59,167	78	,759		
	Total	60,256	81			
PROIZVOD_konkure	Between Groups	3,713	3	1,238	1,590	,199
	Within Groups	59,175	76	,779		
	Total	62,888	79			
PROIZVOD_kvaliteten	Between Groups	1,594	3	,531	,680	,567
	Within Groups	59,394	76	,781		
	Total	60,988	79			
PROIZVOD_dod_vredn	Between Groups	5,450	3	1,817	2,353	,079

	Within Groups	59,439	77	,772		
	Total	64,889	80			
RAZVOJ_raz_kader	Between Groups	7,043	3	2,348	3,754	,014
	Within Groups	46,906	75	,625		
	Total	53,949	78			
RAZVOJ_teh_adaptira	Between Groups	7,622	3	2,541	3,121	,031
	Within Groups	61,865	76	,814		
	Total	69,488	79			
RAZVOJ_štev_proiz	Between Groups	2,324	3	,775	,790	,503
	Within Groups	75,478	77	,980		
	Total	77,802	80			
RAZVOJ_delež_sred	Between Groups	3,883	3	1,294	1,881	,140
	Within Groups	52,304	76	,688		
	Total	56,188	79			
RAZVOJ_hiter_razvoj	Between Groups	4,367	3	1,456	1,477	,227
	Within Groups	75,880	77	,985		
	Total	80,247	80			
RAZVOJ_intelekt_last	Between Groups	,916	3	,305	,240	,868
	Within Groups	96,634	76	1,271		
	Total	97,550	79			
ODNOS_S_zasled_potrebe	Between Groups	8,562	3	2,854	4,228	,008
	Within Groups	51,981	77	,675		
	Total	60,543	80			
ODNOS_S_sprem_navade	Between Groups	14,331	3	4,777	7,119	,000
	Within Groups	51,669	77	,671		
	Total	66,000	80			
ODNOS_S_pov_inform	Between Groups	6,739	3	2,246	2,984	,036
	Within Groups	57,211	76	,753		
	Total	63,950	79			
TRŽENJE_trž_analiza	Between Groups	4,149	3	1,383	1,666	,181
	Within Groups	64,730	78	,830		
	Total	68,878	81			
TRŽENJE_kom_tehno	Between Groups	2,033	3	,678	,889	,451
	Within Groups	57,955	76	,763		
	Total	59,988	79			
TRŽENJE_hiter_vstop	Between Groups	1,692	3	,564	,830	,481
	Within Groups	52,308	77	,679		
	Total	54,000	80			
TRŽENJE_inov_trženje	Between Groups	1,457	3	,486	,588	,624
	Within Groups	61,885	75	,825		
	Total	63,342	78			
TRŽENJE_velik_trg	Between Groups	2,172	3	,724	,811	,492
	Within Groups	67,828	76	,892		
	Total	70,000	79			
TRŽENJE_tuj_trg	Between Groups	4,194	3	1,398	1,462	,232
	Within Groups	71,705	75	,956		
	Total	75,899	78			
TRŽENJE_rastoči_trg	Between Groups	2,086	3	,695	1,263	,293
	Within Groups	41,281	75	,550		
	Total	43,367	78			
TRŽENJE_diferenc_proiz	Between Groups	1,221	3	,407	,571	,636
	Within Groups	52,000	73	,712		
	Total	53,221	76			
STRATEGIJA_jasna	Between Groups	6,699	3	2,233	3,226	,027
	Within Groups	53,301	77	,692		
	Total	60,000	80			
STRATEGIJA_tržna_niša	Between Groups	3,106	3	1,035	1,500	,221
	Within Groups	53,833	78	,690		
	Total	56,939	81			
STRATEGIJA_inov_proiz	Between Groups	3,980	3	1,327	1,967	,126
	Within Groups	52,617	78	,675		
	Total	56,598	81			
STRATEGIJA_štev_strank	Between Groups	1,245	3	,415	,412	,745
	Within Groups	76,555	76	1,007		
	Total	77,800	79			
STRATEGIJA_konk_pod	Between Groups	,514	3	,171	,169	,917
	Within Groups	73,012	72	1,014		
	Total	73,526	75			
FINANC_ban_posojila	Between Groups	,550	3	,183	,140	,936
	Within Groups	97,245	74	1,314		
	Total	97,795	77			
FINANC_riz_sklad	Between Groups	1,016	3	,339	,315	,815
	Within Groups	77,405	72	1,075		
	Total	78,421	75			
FINANC_posl_angel	Between Groups	4,431	3	1,477	1,246	,300
	Within Groups	84,156	71	1,185		
	Total	88,587	74			
FINANC_razpisi	Between Groups	3,776	3	1,259	1,074	,365
	Within Groups	90,224	77	1,172		
	Total	94,000	80			
GOSP_POG_svet_rast	Between Groups	1,746	3	,582	,497	,686
	Within Groups	85,500	73	1,171		
	Total	87,247	76			
GOSP_POG_držav_rast	Between Groups	1,837	3	,612	,526	,666
	Within Groups	85,046	73	1,165		
	Total	86,883	76			
GOSP_POG_pano_rast	Between Groups	7,157	3	2,386	3,789	,014
	Within Groups	47,843	76	,630		
	Total	55,000	79			
NORME_družb_narav	Between Groups	2,492	3	,831	,778	,510
	Within Groups	82,199	77	1,068		
	Total	84,691	80			
NORME_regulativa	Between Groups	4,815	3	1,605	1,645	,186
	Within Groups	75,135	77	,976		



	Total	79,951	80			
VLAD_POL_poen_post	Between Groups	2,299	3	,766	,511	,676
	Within Groups	115,504	77	1,500		
	Total	117,802	80			
VLAD_POL_fin_spodb	Between Groups	3,906	3	1,302	,924	,433
	Within Groups	109,899	78	1,409		
	Total	113,805	81			
INFRASTR_izobraž	Between Groups	3,567	3	1,189	,911	,440
	Within Groups	101,811	78	1,305		
	Total	105,378	81			
INFRASTR_posl_prost	Between Groups	3,193	3	1,064	,801	,497
	Within Groups	102,362	77	1,329		
	Total	105,556	80			
POD_INST_dostop	Between Groups	,393	3	,131	,088	,966
	Within Groups	115,912	78	1,486		
	Total	116,305	81			
POD_INST_pod_prog	Between Groups	,297	3	,099	,080	,971
	Within Groups	95,703	77	1,243		
	Total	96,000	80			

## Priloga 7: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na doseženo stopnjo izobrazbe

Slika 5: Frekvenčna porazdelitev podjetnikov glede na dokončano izobrazbo

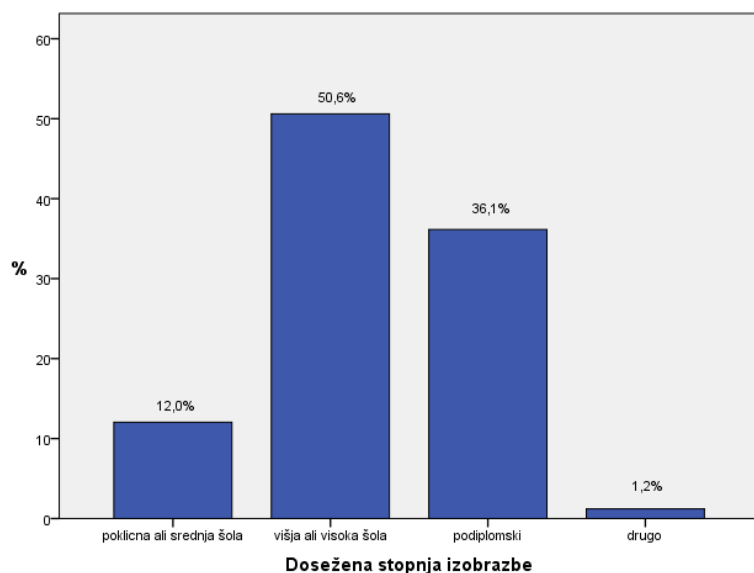


Tabela 14: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na stopnjo izobrazbe – analiza variance

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
POSL_PRIL_prem_ideja	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,197	,379	2	5
	višja ali visoka šola	42	4,45	,633	,098	3	5
	podiplomski študij	29	4,34	,974	,181	2	5
	Total	81	4,37	,843	,094	2	5
POSL_PRIL_tržna_ideja	poklicna ali srednja šola	10	3,90	,876	,277	2	5
	višja ali visoka šola	41	4,41	,805	,126	1	5
	podiplomski študij	29	4,38	,820	,152	3	5
	Total	80	4,34	,826	,092	1	5
PODJET_predan	poklicna ali srednja šola	10	4,90	,316	,100	4	5
	višja ali visoka šola	42	4,50	,773	,119	1	5
	podiplomski študij	30	4,77	,430	,079	4	5
	Total	82	4,65	,636	,070	1	5
PODJET_strast	poklicna ali srednja šola	10	4,40	,843	,267	3	5
	višja ali visoka šola	42	4,31	,897	,138	1	5
	podiplomski študij	30	4,37	,615	,112	3	5
	Total	82	4,34	,789	,087	1	5
PODJET_motiviran	poklicna ali srednja šola	10	4,60	,699	,221	3	5
	višja ali visoka šola	42	4,62	,764	,118	1	5
	podiplomski študij	30	4,63	,556	,102	3	5
	Total	82	4,62	,678	,075	1	5
PODJET_potreben_dose	poklicna ali srednja šola	10	4,40	,843	,267	3	5
	višja ali visoka šola	42	4,31	,780	,120	1	5
	podiplomski študij	30	4,33	,547	,100	3	5
	Total	82	4,33	,704	,078	1	5
PODJET_prepričan_sposob	poklicna ali srednja šola	10	4,30	,823	,260	3	5
	višja ali visoka šola	42	4,33	,816	,126	1	5
	podiplomski študij	30	4,30	,750	,137	3	5
	Total	82	4,32	,784	,087	1	5
PODJET_zazna_prilo	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,1287	,407	2	5
	višja ali visoka šola	42	4,14	,718	,111	2	5
	podiplomski študij	30	4,07	,828	,151	2	5
	Total	82	4,11	,832	,092	2	5
PODJET_izkoristi_prilo	poklicna ali srednja šola	10	3,80	,1229	,389	2	5
	višja ali visoka šola	42	4,10	,850	,131	2	5
	podiplomski študij	30	4,20	,664	,121	3	5
	Total	82	4,10	,840	,093	2	5
PODJET_pridobiva_infor	poklicna ali srednja šola	10	4,50	,850	,269	3	5
	višja ali visoka šola	42	4,33	,786	,121	2	5

	podiplomski študij	30	4,30	,750	,137	2	5
	Total	82	4,34	,773	,085	2	5
PODJET_vpliva_usodo	poklicna ali srednja šola	10	4,00	1,333	,422	1	5
	višja ali visoka šola	40	4,13	,911	,144	2	5
	podiplomski študij	30	4,20	,925	,169	2	5
	Total	80	4,14	,964	,108	1	5
PODJET_neform_znanje	poklicna ali srednja šola	10	3,70	1,059	,335	2	5
	višja ali visoka šola	42	4,17	,824	,127	2	5
	podiplomski študij	30	4,00	,743	,136	3	5
	Total	82	4,05	,830	,092	2	5
PODJET_stopnja_izobr	poklicna ali srednja šola	10	2,40	1,075	,340	1	4
	višja ali visoka šola	42	2,81	,890	,137	1	5
	podiplomski študij	30	2,70	,988	,180	1	5
	Total	82	2,72	,946	,105	1	5
PODJET_del_izkušnje	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,738	,233	3	5
	višja ali visoka šola	41	3,71	1,101	,172	1	5
	podiplomski študij	30	3,87	,937	,171	1	5
	Total	81	3,81	1,001	,111	1	5
UST_TIM_pred_znanje	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,738	,233	3	5
	višja ali visoka šola	34	3,91	,996	,171	1	5
	podiplomski študij	29	4,10	,724	,135	2	5
	Total	73	4,01	,858	,100	1	5
UST_TIM_razn_znanje	poklicna ali srednja šola	10	3,90	,876	,277	3	5
	višja ali visoka šola	33	4,06	,659	,115	2	5
	podiplomski študij	29	4,38	,728	,135	3	5
	Total	72	4,17	,732	,086	2	5
UST_TIM_def_vloge	poklicna ali srednja šola	10	4,00	,943	,298	2	5
	višja ali visoka šola	33	4,09	1,011	,176	1	5
	podiplomski študij	29	4,14	,915	,170	2	5
	Total	72	4,10	,952	,112	1	5
UST_TIM_motiviran	poklicna ali srednja šola	10	4,30	,675	,213	3	5
	višja ali visoka šola	33	4,42	,902	,157	1	5
	podiplomski študij	29	4,62	,561	,104	3	5
	Total	72	4,49	,750	,088	1	5
UST_TIM_vizija	poklicna ali srednja šola	10	4,40	,516	,163	4	5
	višja ali visoka šola	33	4,64	,549	,096	3	5
	podiplomski študij	29	4,41	,780	,145	3	5
	Total	72	4,51	,650	,077	3	5
ZNAČ_POD_odločanje	poklicna ali srednja šola	10	3,60	,843	,267	2	5
	višja ali visoka šola	38	3,71	,956	,155	1	5
	podiplomski študij	30	3,67	1,093	,200	2	5
	Total	78	3,68	,987	,112	1	5
ZNAČ_POD_št_ustanov	poklicna ali srednja šola	10	1,90	,994	,314	1	4
	višja ali visoka šola	38	2,42	1,244	,202	1	5
	podiplomski študij	29	2,38	1,237	,230	1	5
	Total	77	2,34	1,210	,138	1	5
ZNAČ_POD_geo_področ	poklicna ali srednja šola	10	2,30	,949	,300	1	4
	višja ali visoka šola	39	2,74	,966	,155	1	5
	podiplomski študij	29	2,69	1,039	,193	1	5
	Total	78	2,67	,989	,112	1	5
ZNAČ_POD_rast_panoga	poklicna ali srednja šola	10	3,50	,850	,269	2	4
	višja ali visoka šola	39	3,38	1,016	,163	1	5
	podiplomski študij	30	3,13	,973	,178	1	5
	Total	79	3,30	,979	,110	1	5
PROIZVOD_zad_zachteve	poklicna ali srednja šola	10	4,70	,483	,153	4	5
	višja ali visoka šola	41	4,44	,808	,126	1	5
	podiplomski študij	29	4,55	,686	,127	3	5
	Total	80	4,51	,729	,082	1	5
PROIZVOD_sprejet	poklicna ali srednja šola	10	4,40	,516	,163	4	5
	višja ali visoka šola	41	4,22	,852	,133	1	5
	podiplomski študij	29	4,41	,628	,117	3	5
	Total	80	4,31	,739	,083	1	5
PROIZVOD_inovativen	poklicna ali srednja šola	10	3,90	,994	,314	3	5
	višja ali visoka šola	42	3,88	,832	,128	1	5
	podiplomski študij	30	3,67	,884	,161	1	5
	Total	82	3,80	,867	,096	1	5
PROIZVOD_konkure	poklicna ali srednja šola	10	3,50	,850	,269	3	5
	višja ali visoka šola	41	3,83	,919	,144	1	5
	podiplomski študij	29	4,00	,845	,157	2	5
	Total	80	3,85	,887	,099	1	5
PROIZVOD_kvaliteten	poklicna ali srednja šola	10	4,20	,919	,291	3	5
	višja ali visoka šola	41	3,90	,944	,147	1	5
	podiplomski študij	29	4,10	,772	,143	3	5
	Total	80	4,01	,879	,098	1	5
PROIZVOD_dod_vredn	poklicna ali srednja šola	10	4,30	,675	,213	3	5
	višja ali visoka šola	42	4,07	,838	,129	1	5
	podiplomski študij	29	3,90	1,047	,194	1	5
	Total	81	4,04	,901	,100	1	5
RAZVOJ_raz_kader	poklicna ali srednja šola	10	4,00	,667	,211	3	5
	višja ali visoka šola	40	4,13	,853	,135	1	5
	podiplomski študij	29	3,72	,841	,156	2	5
	Total	79	3,96	,839	,094	1	5
RAZVOJ_teh_adaptira	poklicna ali srednja šola	10	4,30	,675	,213	3	5
	višja ali visoka šola	41	3,83	,834	,130	2	5
	podiplomski študij	29	3,45	1,055	,196	1	5
	Total	80	3,75	,935	,104	1	5
RAZVOJ_štev_proiz	poklicna ali srednja šola	10	2,90	,994	,314	2	5
	višja ali visoka šola	41	2,85	,963	,150	1	5
	podiplomski študij	30	3,17	1,020	,186	1	5
	Total	81	2,98	,987	,110	1	5
RAZVOJ_delež_sred	poklicna ali srednja šola	10	4,00	,816	,258	3	5
	višja ali visoka šola	41	3,80	,843	,132	2	5
	podiplomski študij	29	3,69	,850	,158	2	5
	Total	80	3,79	,837	,094	2	5

RAZVOJ_hiter_razvoj	poklicna ali srednja šola	10	3,80	1,033	,327	2	5
	višja ali visoka šola	41	3,51	1,003	,157	1	5
	podiplomski študij	30	3,40	1,003	,183	1	5
	Total	81	3,51	1,002	,111	1	5
RAZVOJ_intelekt_last	poklicna ali srednja šola	10	3,30	1,059	,335	2	5
	višja ali visoka šola	40	2,85	1,075	,170	1	5
	podiplomski študij	30	2,97	1,129	,206	1	5
	Total	80	2,95	1,090	,122	1	5
ODNOS_S_zasled_potrebe	poklicna ali srednja šola	10	4,20	,789	,249	3	5
	višja ali visoka šola	41	4,37	,767	,120	1	5
	podiplomski študij	30	4,07	1,015	,185	1	5
	Total	81	4,23	,870	,097	1	5
ODNOS_S_sprem_navade	poklicna ali srednja šola	10	4,20	,919	,291	3	5
	višja ali visoka šola	41	4,17	,834	,130	1	5
	podiplomski študij	30	3,97	,999	,182	1	5
	Total	81	4,10	,903	,100	1	5
ODNOS_S_pov_inform	poklicna ali srednja šola	10	4,30	,823	,260	3	5
	višja ali visoka šola	41	4,24	,888	,139	1	5
	podiplomski študij	29	4,14	,953	,177	2	5
	Total	80	4,21	,896	,100	1	5
TRŽENJE_trž_analiza	poklicna ali srednja šola	10	4,00	1,054	,333	2	5
	višja ali visoka šola	42	3,86	,872	,134	2	5
	podiplomski študij	30	3,60	1,003	,183	2	5
	Total	82	3,78	,943	,104	2	5
TRŽENJE_kom_tehno	poklicna ali srednja šola	10	4,30	,675	,213	3	5
	višja ali visoka šola	41	4,00	,949	,148	2	5
	podiplomski študij	29	4,24	,786	,146	3	5
	Total	80	4,13	,862	,096	2	5
TRŽENJE_hiter_vstop	poklicna ali srednja šola	10	3,90	,568	,180	3	5
	višja ali visoka šola	42	3,86	,952	,147	2	5
	podiplomski študij	29	3,97	,680	,126	3	5
	Total	81	3,90	,816	,091	2	5
TRŽENJE_inov_trženje	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,994	,314	2	5
	višja ali visoka šola	41	3,83	,919	,144	1	5
	podiplomski študij	28	3,68	,772	,146	2	5
	Total	79	3,81	,878	,099	1	5
TRŽENJE_velik_trg	poklicna ali srednja šola	10	3,70	1,252	,396	1	5
	višja ali visoka šola	41	3,44	,950	,148	1	5
	podiplomski študij	29	3,52	,829	,154	2	5
	Total	80	3,50	,941	,105	1	5
TRŽENJE_tuj_trg	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,738	,233	3	5
	višja ali visoka šola	39	3,64	1,135	,182	1	5
	podiplomski študij	30	3,83	,834	,152	2	5
	Total	79	3,77	,986	,111	1	5
TRŽENJE_rastoči_trg	poklicna ali srednja šola	10	3,80	,632	,200	3	5
	višja ali visoka šola	40	3,50	,784	,124	2	5
	podiplomski študij	29	3,59	,733	,136	2	5
	Total	79	3,57	,746	,084	2	5
TRŽENJE_diferenc_proiz	poklicna ali srednja šola	10	3,80	,632	,200	3	5
	višja ali visoka šola	39	3,51	,854	,137	1	5
	podiplomski študij	28	3,79	,833	,157	2	5
	Total	77	3,65	,823	,094	1	5
STRATEGIJA_jasna	poklicna ali srednja šola	9	4,33	,500	,167	4	5
	višja ali visoka šola	42	4,14	,783	,121	2	5
	podiplomski študij	30	3,73	,944	,172	2	5
	Total	81	4,01	,844	,094	2	5
STRATEGIJA_tržna_niša	poklicna ali srednja šola	10	4,30	,675	,213	3	5
	višja ali visoka šola	42	4,14	,926	,143	1	5
	podiplomski študij	30	4,13	,776	,142	2	5
	Total	82	4,16	,838	,093	1	5
STRATEGIJA_inov_proiz	poklicna ali srednja šola	10	3,30	,675	,213	2	4
	višja ali visoka šola	42	3,76	,850	,131	1	5
	podiplomski študij	30	3,93	,828	,151	2	5
	Total	82	3,77	,836	,092	1	5
STRATEGIJA_štev_strank	poklicna ali srednja šola	10	3,70	,949	,300	2	5
	višja ali visoka šola	41	3,63	,915	,143	1	5
	podiplomski študij	29	3,38	1,115	,207	1	5
	Total	80	3,55	,992	,111	1	5
STRATEGIJA_konk_pod	poklicna ali srednja šola	10	3,00	,816	,258	2	4
	višja ali visoka šola	39	2,97	,903	,145	1	5
	podiplomski študij	27	2,89	1,188	,229	1	5
	Total	76	2,95	,992	,114	1	5
FINANC_ban_posojila	poklicna ali srednja šola	10	3,80	1,229	,389	1	5
	višja ali visoka šola	38	3,76	1,125	,183	2	5
	podiplomski študij	30	3,67	1,093	,200	1	5
	Total	78	3,73	1,113	,126	1	5
FINANC_riz_sklad	poklicna ali srednja šola	10	4,00	,816	,258	2	5
	višja ali visoka šola	36	3,61	1,022	,170	2	5
	podiplomski študij	30	3,60	1,133	,207	1	5
	Total	76	3,66	1,040	,119	1	5
FINANC_posl_angel	poklicna ali srednja šola	10	3,90	,876	,277	2	5
	višja ali visoka šola	35	3,31	1,157	,196	1	5
	podiplomski študij	30	3,40	1,102	,201	1	5
	Total	75	3,43	1,105	,128	1	5
FINANC_razpisi	poklicna ali srednja šola	10	3,60	1,265	,400	1	5
	višja ali visoka šola	41	3,88	1,122	,175	1	5
	podiplomski študij	30	3,97	1,033	,189	2	5
	Total	81	3,88	1,100	,122	1	5
GOSP_POG_svet_rast	poklicna ali srednja šola	10	2,90	1,197	,379	1	4
	višja ali visoka šola	40	3,40	1,057	,167	1	5
	podiplomski študij	28	3,11	1,031	,195	1	5
	Total	78	3,23	1,068	,121	1	5
GOSP_POG_držav_rast	poklicna ali srednja šola	10	3,00	1,333	,422	1	5
	višja ali visoka šola	40	3,15	1,051	,166	1	5

	podiplomski študij	28	2,93	1,016	,192	1	5
	Total	78	3,05	1,068	,121	1	5
GOSP_POG_pano_rast	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,568	,180	3	5
	višja ali visoka šola	41	3,80	,872	,136	1	5
	podiplomski študij	29	3,55	,827	,154	1	5
	Total	80	3,75	,834	,093	1	5
NORME_družb_narav	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,568	,180	3	5
	višja ali visoka šola	41	3,80	1,077	,168	1	5
	podiplomski študij	30	4,07	1,081	,197	1	5
	Total	81	3,94	1,029	,114	1	5
NORME_regulativa	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,568	,180	3	5
	višja ali visoka šola	41	4,00	1,000	,156	1	5
	podiplomski študij	30	4,07	1,112	,203	1	5
	Total	81	4,04	,993	,110	1	5
VLAD_POL_poen_post	poklicna ali srednja šola	10	4,10	,876	,277	2	5
	višja ali visoka šola	41	4,02	1,193	,186	1	5
	podiplomski študij	30	4,10	1,348	,246	1	5
	Total	81	4,06	1,208	,134	1	5
VLAD_POL_fin_spodb	poklicna ali srednja šola	10	3,80	1,033	,327	2	5
	višja ali visoka šola	42	3,81	1,174	,181	1	5
	podiplomski študij	30	4,27	1,230	,225	1	5
	Total	82	3,98	1,186	,131	1	5
INFRASTR_izobraž	poklicna ali srednja šola	10	3,80	1,135	,359	2	5
	višja ali visoka šola	42	3,74	1,083	,167	1	5
	podiplomski študij	30	3,60	1,248	,228	1	5
	Total	82	3,70	1,141	,126	1	5
INFRASTR_posl_prost	poklicna ali srednja šola	10	3,50	1,179	,373	2	5
	višja ali visoka šola	42	3,93	1,045	,161	1	5
	podiplomski študij	29	3,62	1,178	,219	1	5
	Total	81	3,77	1,110	,123	1	5
POD_INST_dostop	poklicna ali srednja šola	10	3,10	1,287	,407	2	5
	višja ali visoka šola	42	3,79	1,138	,176	1	5
	podiplomski študij	30	3,33	1,241	,227	1	5
	Total	82	3,54	1,209	,134	1	5
POD_INST_pod_prog	poklicna ali srednja šola	10	3,20	1,135	,359	2	5
	višja ali visoka šola	42	3,74	1,014	,156	1	5
	podiplomski študij	29	3,38	1,208	,224	1	5
	Total	81	3,54	1,107	,123	1	5

*Tabela 15: Preskus enakosti varianc dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na stopnjo izobrazbe*

**Test of Homogeneity of Variances**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	3,814	2	78	,026
POSL_PRIL_trzna_ideja	,618	2	77	,542
PODJET_predan	6,285	2	79	,003
PODJET_strast	1,030	2	79	,362
PODJET_motiviran	,182	2	79	,834
PODJET_potreben_dose	1,347	2	79	,266
PODJET_prepričan_sposob	,091	2	79	,913
PODJET_zazna_prilo	4,635	2	79	,012
PODJET_izkoristi_prilo	4,592	2	79	,013
PODJET_pridobiva_infor	,271	2	79	,763
PODJET_vpliva_usodo	,927	2	77	,400
PODJET_neform_znanje	1,959	2	79	,148
PODJET_stopnja_izobr	,589	2	79	,557
PODJET_del_izkušnje	1,415	2	78	,249
UST_TIM_pred_znanje	1,171	2	70	,316
UST_TIM_razn_znanje	3,356	2	69	,041
UST_TIM_def_vloge	,372	2	69	,690
UST_TIM_motiviran	1,748	2	69	,182
UST_TIM_vizija	4,663	2	69	,013
ZNAČ_POD_odločanje	1,259	2	75	,290
ZNAČ_POD_št_ustanov	1,062	2	74	,351
ZNAČ_POD_geo_področ	,064	2	75	,938
ZNAČ_POD_rast_panoga	,376	2	76	,688
PROIZVOD_zad_zahteve	1,016	2	77	,367
PROIZVOD_sprejet	,754	2	77	,474
PROIZVOD_inovativen	1,954	2	79	,149
PROIZVOD_konkure	,696	2	77	,502
PROIZVOD_kvaliteten	,391	2	77	,677
PROIZVOD_dod_vredn	1,278	2	78	,284
RAZVOJ_raz_kader	,821	2	76	,444
RAZVOJ_teh_adaptira	1,678	2	77	,193
RAZVOJ_štev_proiz	,106	2	78	,899
RAZVOJ_delež_sred	,275	2	77	,760
RAZVOJ_hiter_razvoj	,019	2	77	,981
RAZVOJ_intelekt_last	,149	2	77	,862
ODNOS_S_zasled_potrebe	,714	2	78	,493
ODNOS_S_sprem_navade	,391	2	78	,678
ODNOS_S_pov_inform	,687	2	77	,506
TRŽENJE_trž_analiza	1,535	2	79	,222
TRŽENJE_kom_tehno	,495	2	77	,612
TRŽENJE_hiter_vstop	4,068	2	78	,021
TRŽENJE_inov_trženje	,066	2	76	,936
TRŽENJE_velik_trg	,893	2	77	,414
TRŽENJE_tuj_trg	3,306	2	76	,042

TRŽENJE_rastoči_trg	1,110	2	76	,335
TRŽENJE_diferenc_proiz	1,011	2	74	,369
STRATEGIJA_jasna	1,643	2	78	,200
STRATEGIJA_tržna_niša	,508	2	79	,604
STRATEGIJA_inov_proiz	,068	2	79	,934
STRATEGIJA_štev_strank	1,196	2	77	,308
STRATEGIJA_konk_pod	3,635	2	73	,031
FINANC_ban_posojila	,356	2	75	,702
FINANC_riz_sklad	4,040	2	73	,022
FINANC_posl_angel	1,609	2	72	,207
FINANC_razpisi	,259	2	78	,772
GOSP_POG_svet_rast	,299	2	75	,743
GOSP_POG_držav_rast	,503	2	75	,607
GOSP_POG_pano_rast	1,240	2	77	,295
NORME_družb_narav	1,695	2	78	,190
NORME_regulativa	1,526	2	78	,224
VLAD_POL_poen_post	1,019	2	78	,366
VLAD_POL_fin_spodb	,288	2	79	,751
INFRASTR_izobraž	,956	2	79	,389
INFRASTR_posl_prost	1,633	2	78	,202
POD_INST_dostop	1,089	2	79	,341
POD_INST_pod_prog	1,667	2	78	,195

*Tabela 16: Preskus enakosti povprečnih ocen dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na stopnjo izobrazbe – F preskus*

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	Between Groups	1,032	2	,516	,721	,490
	Within Groups	55,856	78	,716		
	Total	56,889	80			
POSL_PRIL_tržna_ideja	Between Groups	2,209	2	1,104	1,645	,200
	Within Groups	51,679	77	,671		
	Total	53,888	79			
PODJET_predan	Between Groups	1,977	2	,989	2,538	,085
	Within Groups	30,767	79	,389		
	Total	32,744	81			
PODJET_strast	Between Groups	,096	2	,048	,075	,927
	Within Groups	50,343	79	,637		
	Total	50,439	81			
PODJET_motiviran	Between Groups	,009	2	,005	,010	,990
	Within Groups	37,271	79	,472		
	Total	37,280	81			
PODJET_potreben_dose	Between Groups	,067	2	,033	,066	,936
	Within Groups	40,043	79	,507		
	Total	40,110	81			
PODJET_prepričan_sposo	Between Groups	,023	2	,011	,018	,982
	Within Groups	49,733	79	,630		
	Total	49,756	81			
PODJET_zazna_prilo	Between Groups	,103	2	,051	,073	,930
	Within Groups	55,910	79	,708		
	Total	56,012	81			
PODJET_izkoristi_prilo	Between Groups	1,200	2	,600	,846	,433
	Within Groups	56,019	79	,709		
	Total	57,220	81			
PODJET_pridobiva_infor	Between Groups	,306	2	,153	,251	,779
	Within Groups	48,133	79	,609		
	Total	48,439	81			
PODJET_vpliva_usodo	Between Groups	,313	2	,156	,164	,849
	Within Groups	73,175	77	,950		
	Total	73,488	79			
PODJET_neform_znanje	Between Groups	1,872	2	,936	1,371	,260
	Within Groups	53,933	79	,683		
	Total	55,805	81			
PODJET_stopnja_izobr	Between Groups	1,373	2	,686	,762	,470
	Within Groups	71,176	79	,901		
	Total	72,549	81			
PODJET_del_izkušnje	Between Groups	1,368	2	,684	,676	,511
	Within Groups	78,854	78	1,011		
	Total	80,222	80			
UST_TIM_pred_znanje	Between Groups	,661	2	,331	,442	,644
	Within Groups	52,325	70	,747		
	Total	52,986	72			
UST_TIM_razn_znanje	Between Groups	2,394	2	1,197	2,319	,106
	Within Groups	35,606	69	,516		
	Total	38,000	71			
UST_TIM_def_vloge	Between Groups	,144	2	,072	,077	,926
	Within Groups	64,176	69	,930		
	Total	64,319	71			
UST_TIM_motiviran	Between Groups	,998	2	,499	,883	,418
	Within Groups	38,988	69	,565		
	Total	39,986	71			
UST_TIM_vizija	Between Groups	,915	2	,458	1,086	,343
	Within Groups	29,071	69	,421		
	Total	29,986	71			
ZNAČ_POD_odločanje	Between Groups	,105	2	,052	,052	,949
	Within Groups	74,882	75	,998		

	Total	74,987	77			
ZNAČ_POD_št_ustanov	Between Groups	2,230	2	1,115	,757	,473
	Within Groups	108,991	74	1,473		
	Total	111,221	76			
ZNAČ_POD_geo_področ	Between Groups	1,591	2	,795	,809	,449
	Within Groups	73,743	75	,983		
	Total	75,333	77			
ZNAČ_POD_rast_panoga	Between Groups	1,511	2	,756	,785	,460
	Within Groups	73,197	76	,963		
	Total	74,709	78			
PROIZVOD_zad_zachteve	Between Groups	,618	2	,309	,575	,565
	Within Groups	41,370	77	,537		
	Total	41,988	79			
PROIZVOD_sprejet	Between Groups	,729	2	,364	,661	,519
	Within Groups	42,459	77	,551		
	Total	43,188	79			
PROIZVOD_inovativen	Between Groups	,907	2	,453	,597	,553
	Within Groups	59,971	79	,759		
	Total	60,878	81			
PROIZVOD_konkure	Between Groups	1,895	2	,948	1,210	,304
	Within Groups	60,305	77	,783		
	Total	62,200	79			
PROIZVOD_kvaliteten	Between Groups	1,088	2	,544	,699	,500
	Within Groups	59,899	77	,778		
	Total	60,988	79			
PROIZVOD_dod_vredn	Between Groups	1,314	2	,657	,806	,450
	Within Groups	63,575	78	,815		
	Total	64,889	80			
RAZVOJ_raz_kader	Between Groups	2,718	2	1,359	1,980	,145
	Within Groups	52,168	76	,686		
	Total	54,886	78			
RAZVOJ_teh_adaptira	Between Groups	5,923	2	2,961	3,615	,032
	Within Groups	63,077	77	,819		
	Total	69,000	79			
RAZVOJ_štav_proiz	Between Groups	1,762	2	,881	,902	,410
	Within Groups	76,189	78	,977		
	Total	77,951	80			
RAZVOJ_delež_sred	Between Groups	,742	2	,371	,522	,595
	Within Groups	54,646	77	,710		
	Total	55,388	79			
RAZVOJ_hiter_razvoj	Between Groups	1,203	2	,602	,594	,555
	Within Groups	79,044	78	1,013		
	Total	80,247	80			
RAZVOJ_intelekt_last	Between Groups	1,633	2	,817	,682	,508
	Within Groups	92,167	77	1,197		
	Total	93,800	79			
ODNOS_S_zasled_potrebe	Between Groups	1,564	2	,782	1,034	,360
	Within Groups	58,979	78	,756		
	Total	60,543	80			
ODNOS_S_sprem_navade	Between Groups	,838	2	,419	,508	,604
	Within Groups	64,372	78	,825		
	Total	65,210	80			
ODNOS_S_pov_inform	Between Groups	,278	2	,139	,170	,844
	Within Groups	63,109	77	,820		
	Total	63,388	79			
TRŽENJE_trž_analiza	Between Groups	1,706	2	,853	,958	,388
	Within Groups	70,343	79	,890		
	Total	72,049	81			
TRŽENJE_kom_tehno	Between Groups	1,340	2	,670	,898	,411
	Within Groups	57,410	77	,746		
	Total	58,750	79			
TRŽENJE_hiter_vstop	Between Groups	,202	2	,101	,148	,862
	Within Groups	53,008	78	,680		
	Total	53,210	80			
TRŽENJE_inov_trženje	Between Groups	1,340	2	,670	,866	,425
	Within Groups	58,812	76	,774		
	Total	60,152	78			
TRŽENJE_velik_trg	Between Groups	,561	2	,281	,311	,734
	Within Groups	69,439	77	,902		
	Total	70,000	79			
TRŽENJE_tuj_trg	Between Groups	1,858	2	,929	,953	,390
	Within Groups	74,041	76	,974		
	Total	75,899	78			
TRŽENJE_rastoči_trg	Between Groups	,733	2	,366	,653	,523
	Within Groups	42,634	76	,561		
	Total	43,367	78			
TRŽENJE_diferenc_proiz	Between Groups	1,475	2	,737	1,090	,342
	Within Groups	50,058	74	,676		
	Total	51,532	76			
STRATEGIJA_jasna	Between Groups	3,978	2	1,989	2,927	,059
	Within Groups	53,010	78	,680		
	Total	56,988	80			
STRATEGIJA_tržna_niša	Between Groups	,230	2	,115	,160	,853
	Within Groups	56,710	79	,718		
	Total	56,939	81			
STRATEGIJA_inov_proiz	Between Groups	3,012	2	1,506	2,220	,115
	Within Groups	53,586	79	,678		
	Total	56,598	81			
STRATEGIJA_štav_strank	Between Groups	1,360	2	,680	,685	,507
	Within Groups	76,440	77	,993		
	Total	77,800	79			
STRATEGIJA_konk_pod	Between Groups	,148	2	,074	,074	,929
	Within Groups	73,641	73	1,009		
	Total	73,789	75			

FINANC_ban_posojila	Between Groups	,211	2	,106	,083	,920
	Within Groups	95,135	75	1,268		
	Total	95,346	77			
FINANC_riz_sklad	Between Groups	1,350	2	,675	,618	,542
	Within Groups	79,756	73	1,093		
	Total	81,105	75			
FINANC_posl_angel	Between Groups	2,704	2	1,352	1,111	,335
	Within Groups	87,643	72	1,217		
	Total	90,347	74			
FINANC_razpisi	Between Groups	1,009	2	,504	,411	,665
	Within Groups	95,757	78	1,228		
	Total	96,765	80			
GOSP_POG_svet_rast	Between Groups	2,668	2	1,334	1,174	,315
	Within Groups	85,179	75	1,136		
	Total	87,846	77			
GOSP_POG_drzav_rast	Between Groups	,838	2	,419	,361	,698
	Within Groups	86,957	75	1,159		
	Total	87,795	77			
GOSP_POG_pano_rast	Between Groups	2,489	2	1,244	1,825	,168
	Within Groups	52,511	77	,682		
	Total	55,000	79			
NORME_druz_b_narav	Between Groups	1,486	2	,743	,696	,501
	Within Groups	83,206	78	1,067		
	Total	84,691	80			
NORME_regulativa	Between Groups	,122	2	,061	,061	,941
	Within Groups	78,767	78	1,010		
	Total	78,889	80			
VLAD_POL_poen_post	Between Groups	,116	2	,058	,039	,962
	Within Groups	116,576	78	1,495		
	Total	116,691	80			
VLAD_POL_fin_spodb	Between Groups	4,008	2	2,004	1,440	,243
	Within Groups	109,943	79	1,392		
	Total	113,951	81			
INFRASTR_izobraz	Between Groups	,459	2	,230	,173	,842
	Within Groups	104,919	79	1,328		
	Total	105,378	81			
INFRASTR_posl_prost	Between Groups	2,430	2	1,215	,986	,378
	Within Groups	96,113	78	1,232		
	Total	98,543	80			
POD_INST_dostop	Between Groups	5,752	2	2,876	2,017	,140
	Within Groups	112,638	79	1,426		
	Total	118,390	81			
POD_INST_pod_prog	Between Groups	3,552	2	1,776	1,465	,237
	Within Groups	94,547	78	1,212		
	Total	98,099	80			



## Priloga 8: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na predhodni zaposlitveni status

Slika 6: Frekvenčna porazdelitev podjetnikov glede na predhodni zaposlitveni status

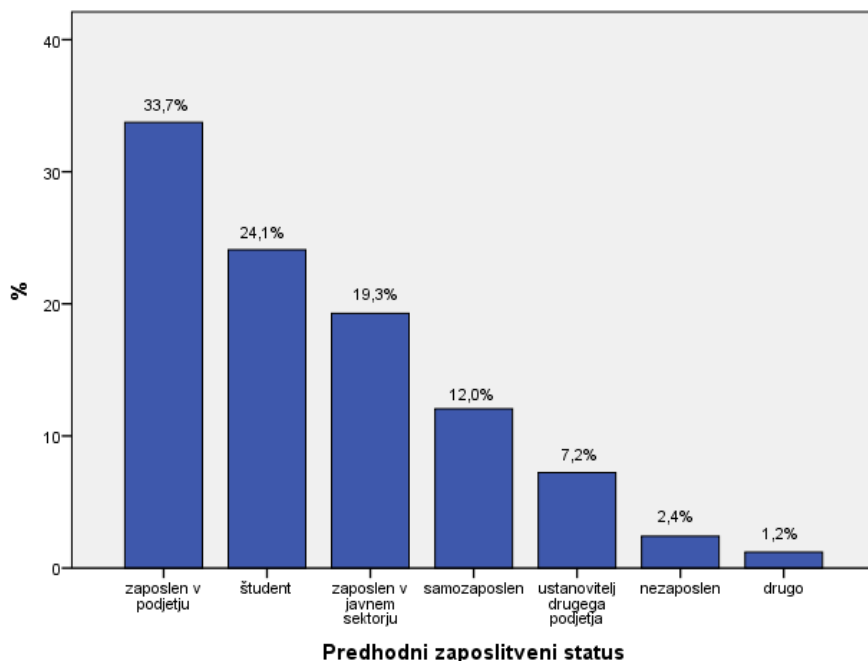


Tabela 17: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na predhodni zaposlitveni status – analiza variance

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
POSL_PRIL_prem_ideja	v drugem podjetju	28	4,32	,772	,146	2	5
	v javnem sektorju	15	4,20	1,082	,279	2	5
	samozaposlen	10	4,70	,675	,213	3	5
	študent	20	4,25	,851	,190	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,67	,816	,333	3	5
	Total	81	4,36	,841	,093	2	5
	Total	81	4,36	,841	,093	2	5
POSL_PRIL_trzna_ideja	v drugem podjetju	28	4,36	,731	,138	3	5
	v javnem sektorju	15	4,27	,884	,228	3	5
	samozaposlen	10	4,60	,516	,163	4	5
	študent	19	4,37	,761	,175	2	5
	nezaposlen	2	5,00	0,000	0,000	5	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,67	1,506	,615	1	5
	Total	80	4,34	,826	,092	1	5
	Total	80	4,34	,826	,092	1	5
PODJET_predan	v drugem podjetju	28	4,64	,488	,092	4	5
	v javnem sektorju	16	4,75	,447	,112	4	5
	samozaposlen	10	4,80	,422	,133	4	5
	študent	20	4,55	,605	,135	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,33	1,633	,667	1	5
	Total	82	4,63	,639	,071	1	5
	Total	82	4,63	,639	,071	1	5
PODJET_strast	v drugem podjetju	28	4,54	,508	,096	4	5
	v javnem sektorju	16	4,31	,704	,176	3	5
	samozaposlen	10	4,10	,994	,314	2	5
	študent	20	4,40	,681	,152	3	5
	nezaposlen	2	3,50	,707	,500	3	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,00	1,673	,683	1	5
	Total	82	4,34	,789	,087	1	5
	Total	82	4,34	,789	,087	1	5
PODJET_motiviran	v drugem podjetju	28	4,68	,548	,104	3	5
	v javnem sektorju	16	4,75	,447	,112	4	5
	samozaposlen	10	4,40	,699	,221	3	5
	študent	20	4,70	,470	,105	4	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,00	1,673	,683	1	5
	Total	82	4,61	,681	,075	1	5
	Total	82	4,61	,681	,075	1	5

PODJET_potreben_dose	v drugem podjetju	28	4,39	,567	,107	3	5
	v javnem sektorju	16	4,44	,629	,157	3	5
	samozaposlen	10	4,10	,738	,233	3	5
	študent	20	4,45	,510	,114	4	5
	nezaposlen	2	4,00	1,414	1,000	3	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,67	1,506	,615	1	5
	Total	82	4,32	,718	,079	1	5
PODJET_preprican_sposo	v drugem podjetju	28	4,21	,833	,157	2	5
	v javnem sektorju	16	4,44	,629	,157	3	5
	samozaposlen	10	4,30	,823	,260	3	5
	študent	20	4,50	,607	,136	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	1,366	,558	1	5
	Total	82	4,28	,821	,091	1	5
PODJET_zazna_prilo	v drugem podjetju	28	4,21	,630	,119	3	5
	v javnem sektorju	16	4,06	,772	,193	3	5
	samozaposlen	10	4,40	,516	,163	4	5
	študent	20	4,05	1,099	,246	2	5
	nezaposlen	2	3,50	,707	,500	3	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,169	,477	2	5
	Total	82	4,12	,822	,091	2	5
PODJET_izkoristi_prilo	v drugem podjetju	28	4,21	,738	,140	3	5
	v javnem sektorju	16	4,06	,680	,170	3	5
	samozaposlen	10	4,20	,789	,249	3	5
	študent	20	3,95	1,050	,235	2	5
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,00	1,265	,516	2	5
	Total	82	4,10	,840	,093	2	5
PODJET_pridobiva_infor	v drugem podjetju	28	4,43	,634	,120	3	5
	v javnem sektorju	16	4,25	,683	,171	3	5
	samozaposlen	10	4,60	,699	,221	3	5
	študent	20	4,25	,967	,216	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,169	,477	2	5
	Total	82	4,33	,787	,087	2	5
PODJET_vpliva_usodo	v drugem podjetju	28	4,25	,844	,160	2	5
	v javnem sektorju	16	4,25	,775	,194	3	5
	samozaposlen	10	4,10	1,370	,433	1	5
	študent	18	4,22	,808	,191	3	5
	nezaposlen	2	2,50	,707	,500	2	3
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,50	1,225	,500	2	5
	Total	80	4,13	,960	,107	1	5
PODJET_neform_znanje	v drugem podjetju	28	4,21	,787	,149	2	5
	v javnem sektorju	16	4,13	,806	,202	3	5
	samozaposlen	10	4,10	,738	,233	3	5
	študent	20	4,00	,795	,178	3	5
	nezaposlen	2	3,00	1,414	1,000	2	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,50	1,049	,428	2	5
	Total	82	4,05	,830	,092	2	5
PODJET_stopnja_izobr	v drugem podjetju	28	2,79	,833	,157	1	5
	v javnem sektorju	16	2,75	1,065	,266	1	5
	samozaposlen	10	2,70	1,059	,335	1	4
	študent	20	2,50	,946	,212	1	4
	nezaposlen	2	2,50	,707	,500	2	3
	ustanovitelj drugega podjetja	6	2,83	1,169	,477	1	4
	Total	82	2,70	,939	,104	1	5
PODJET_del_izkusnje	v drugem podjetju	28	4,14	,848	,160	2	5
	v javnem sektorju	16	4,19	,750	,188	3	5
	samozaposlen	10	3,90	,738	,233	3	5
	študent	19	3,32	,946	,217	1	5
	nezaposlen	2	2,50	2,121	1,500	1	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	1,506	,615	1	5
	Total	81	3,83	,997	,111	1	5
UST_TIM_pred_znanje	v drugem podjetju	23	4,09	,793	,165	2	5
	v javnem sektorju	15	4,20	,676	,175	3	5
	samozaposlen	9	4,11	,601	,200	3	5
	študent	18	3,89	,832	,196	2	5
	nezaposlen	2	2,50	2,121	1,500	1	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,169	,477	2	5
	Total	73	4,00	,850	,099	1	5
UST_TIM_razn_znanje	v drugem podjetju	23	4,17	,650	,136	3	5
	v javnem sektorju	15	4,40	,737	,190	3	5
	samozaposlen	8	4,50	,535	,189	4	5
	študent	18	4,11	,676	,159	3	5
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	1,033	,422	2	5
	Total	72	4,17	,732	,086	2	5
UST_TIM_def_vloge	v drugem podjetju	23	4,00	,853	,178	2	5
	v javnem sektorju	15	4,07	,961	,248	2	5
	samozaposlen	8	4,63	,744	,263	3	5
	študent	18	3,94	,938	,221	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,17	1,602	,654	1	5
	Total	72	4,10	,952	,112	1	5
UST_TIM_motiviran	v drugem podjetju	23	4,48	,593	,124	3	5
	v javnem sektorju	15	4,67	,617	,159	3	5
	samozaposlen	8	4,38	,744	,263	3	5
	študent	18	4,56	,705	,166	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,00	1,549	,632	1	5
	Total	72	4,49	,750	,088	1	5
UST_TIM_vizija	v drugem podjetju	23	4,48	,593	,124	3	5
	v javnem sektorju	15	4,33	,900	,232	3	5
	samozaposlen	8	4,50	,535	,189	4	5
	študent	18	4,67	,485	,114	4	5

	nezaposlen	2	5,00	0,000	0,000	5	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,50	,837	,342	3	5
	Total	72	4,51	,650	,077	3	5
ZNAČ_POD_odločanje	v drugem podjetju	27	3,89	,934	,180	2	5
	v javnem sektorju	16	3,38	1,147	,287	2	5
	samozaposlen	8	3,88	,641	,227	3	5
	študent	19	3,63	,955	,219	2	5
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,17	1,472	,601	1	5
	Total	78	3,67	1,002	,113	1	5
ZNAČ_POD_št_ustanov	v drugem podjetju	27	2,15	1,027	,198	1	4
	v javnem sektorju	16	2,63	1,258	,315	1	5
	samozaposlen	8	2,00	,926	,327	1	4
	študent	19	2,53	1,467	,337	1	5
	nezaposlen	2	1,50	,707	,500	1	2
	ustanovitelj drugega podjetja	6	2,33	1,506	,615	1	5
	Total	78	2,32	1,211	,137	1	5
ZNAČ_POD_geo_področ	v drugem podjetju	27	2,56	,934	,180	1	5
	v javnem sektorju	16	2,63	1,258	,315	1	5
	samozaposlen	10	2,70	,949	,300	1	4
	študent	18	2,78	1,003	,236	1	4
	nezaposlen	2	2,50	,707	,500	2	3
	ustanovitelj drugega podjetja	5	2,80	,837	,374	2	4
	Total	78	2,65	,991	,112	1	5
ZNAČ_POD_rast_panoga	v drugem podjetju	27	3,15	,907	,175	2	5
	v javnem sektorju	16	3,13	1,088	,272	1	5
	samozaposlen	9	3,56	,882	,294	2	5
	študent	19	3,42	1,121	,257	1	5
	nezaposlen	2	3,50	,707	,500	3	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,50	,837	,342	2	4
	Total	79	3,29	,976	,110	1	5
PROIZVOD_zad_zhteve	v drugem podjetju	28	4,64	,621	,117	3	5
	v javnem sektorju	15	4,40	,737	,190	3	5
	samozaposlen	9	4,67	,500	,167	4	5
	študent	20	4,50	,607	,136	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,17	1,602	,654	1	5
	Total	80	4,53	,729	,081	1	5
PROIZVOD_sprejet	v drugem podjetju	28	4,25	,701	,132	3	5
	v javnem sektorju	15	4,33	,488	,126	4	5
	samozaposlen	9	4,56	,527	,176	4	5
	študent	20	4,30	,733	,164	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,17	1,602	,654	1	5
	Total	80	4,31	,739	,083	1	5
PROIZVOD_inovativen	v drugem podjetju	28	4,04	,637	,120	3	5
	v javnem sektorju	16	3,75	1,065	,266	1	5
	samozaposlen	10	3,70	,823	,260	3	5
	študent	20	3,70	,865	,193	2	5
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	1,366	,558	1	5
	Total	82	3,80	,867	,096	1	5
PROIZVOD_konkure	v drugem podjetju	28	3,89	,916	,173	2	5
	v javnem sektorju	15	4,13	,640	,165	3	5
	samozaposlen	9	3,78	,833	,278	3	5
	študent	20	3,70	1,031	,231	1	5
	nezaposlen	2	4,00	1,414	1,000	3	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	,816	,333	2	4
	Total	80	3,84	,892	,100	1	5
PROIZVOD_kvaliteten	v drugem podjetju	28	4,11	,737	,139	3	5
	v javnem sektorju	16	4,13	,806	,202	3	5
	samozaposlen	9	4,00	,866	,289	3	5
	študent	20	3,90	1,021	,228	1	5
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,67	1,366	,558	1	5
	Total	81	4,01	,873	,097	1	5
PROIZVOD_dod_vredn	v drugem podjetju	28	4,07	,716	,135	2	5
	v javnem sektorju	16	3,81	1,109	,277	1	5
	samozaposlen	10	4,50	,527	,167	4	5
	študent	20	4,05	,826	,185	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,50	1,517	,619	1	5
	Total	82	4,04	,895	,099	1	5
RAZVOJ_raz_kader	v drugem podjetju	27	3,78	,847	,163	2	5
	v javnem sektorju	15	4,00	,845	,218	2	5
	samozaposlen	9	4,11	,601	,200	3	5
	študent	20	4,15	,745	,167	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,67	1,366	,558	1	5
	Total	79	3,96	,839	,094	1	5
RAZVOJ_teh_adaptira	v drugem podjetju	27	3,59	,797	,153	2	5
	v javnem sektorju	15	3,13	1,060	,274	1	4
	samozaposlen	10	4,20	,422	,133	4	5
	študent	20	3,95	,887	,198	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,17	1,329	,543	2	5
	Total	80	3,74	,938	,105	1	5
RAZVOJ_štav_proiz	v drugem podjetju	27	2,96	,940	,181	1	5
	v javnem sektorju	16	3,06	,929	,232	2	5
	samozaposlen	10	2,60	1,075	,340	1	5
	študent	20	2,95	1,146	,256	1	5
	nezaposlen	2	2,50	,707	,500	2	3
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	,816	,333	2	4
	Total	81	2,95	,986	,110	1	5
RAZVOJ_delež_sred	v drugem podjetju	27	3,81	,786	,151	2	5

	v javnem sektorju	15	3,80	1,082	,279	2	5
	samozaposlen	10	4,00	,667	,211	3	5
	študent	20	3,75	,786	,176	2	5
	nezaposlen	2	3,50	,707	,500	3	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,50	1,049	,428	2	5
	Total	80	3,79	,837	,094	2	5
RAZVOJ_hiter_razvoj	v drugem podjetju	27	3,70	,775	,149	2	5
	v javnem sektorju	16	3,13	1,204	,301	1	5
	samozaposlen	10	3,50	,707	,224	3	5
	študent	20	3,55	1,146	,256	1	5
	nezaposlen	2	3,50	,707	,500	3	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,50	1,378	,563	1	5
	Total	81	3,51	1,002	,111	1	5
RAZVOJ_intelekt_last	v drugem podjetju	27	2,81	1,210	,233	1	5
	v javnem sektorju	15	3,20	1,146	,296	1	5
	samozaposlen	10	3,20	,919	,291	2	5
	študent	20	2,70	,979	,219	1	5
	nezaposlen	2	2,00	0,000	0,000	2	2
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,00	1,095	,447	1	4
	Total	80	2,90	1,086	,121	1	5
ODNOS_S_zasled_potrebe	v drugem podjetju	28	4,21	,738	,140	3	5
	v javnem sektorju	16	3,88	1,088	,272	1	5
	samozaposlen	9	4,56	,527	,176	4	5
	študent	20	4,50	,688	,154	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,472	,601	1	5
	Total	81	4,23	,870	,097	1	5
ODNOS_S_sprem_navade	v drugem podjetju	28	4,04	,881	,167	2	5
	v javnem sektorju	16	3,81	1,109	,277	1	5
	samozaposlen	9	4,56	,527	,176	4	5
	študent	20	4,40	,598	,134	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,50	1,378	,563	1	5
	Total	81	4,11	,908	,101	1	5
ODNOS_S_pov_inform	v drugem podjetju	28	4,11	,875	,165	3	5
	v javnem sektorju	15	4,27	,799	,206	3	5
	samozaposlen	9	4,78	,441	,147	4	5
	študent	20	4,35	,875	,196	2	5
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,67	1,506	,615	1	5
	Total	80	4,24	,889	,099	1	5
TRZENJE_trz_analiza	v drugem podjetju	28	3,79	1,067	,202	2	5
	v javnem sektorju	16	3,56	,814	,203	2	5
	samozaposlen	10	3,90	,876	,277	2	5
	študent	20	3,80	,894	,200	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,67	1,033	,422	2	5
	Total	82	3,77	,934	,103	2	5
TRZENJE_kom_tehno	v drugem podjetju	28	3,93	,858	,162	2	5
	v javnem sektorju	15	4,20	,862	,223	3	5
	samozaposlen	9	4,67	,500	,167	4	5
	študent	20	4,15	,875	,196	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,169	,477	2	5
	Total	80	4,13	,862	,096	2	5
TRZENJE_hiter_vstop	v drugem podjetju	28	3,89	,786	,149	2	5
	v javnem sektorju	16	3,88	,806	,202	3	5
	samozaposlen	10	4,10	,568	,180	3	5
	študent	20	3,80	1,005	,225	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,67	,816	,333	2	4
	Total	82	3,89	,817	,090	2	5
TRZENJE_inov_trzenje	v drugem podjetju	27	3,85	,949	,183	2	5
	v javnem sektorju	16	3,56	,629	,157	3	5
	samozaposlen	10	4,10	,876	,277	2	5
	študent	19	3,58	,769	,176	2	5
	nezaposlen	2	5,00	0,000	0,000	5	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,472	,601	1	5
	Total	80	3,79	,896	,100	1	5
TRZENJE_velik_trg	v drugem podjetju	27	3,52	,849	,163	2	5
	v javnem sektorju	16	3,38	,885	,221	2	5
	samozaposlen	10	3,40	1,174	,371	1	5
	študent	19	3,74	,872	,200	2	5
	nezaposlen	2	4,00	1,414	1,000	3	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,00	1,265	,516	1	5
	Total	80	3,50	,941	,105	1	5
TRZENJE_tuj_trg	v drugem podjetju	26	3,81	1,059	,208	1	5
	v javnem sektorju	16	3,75	,931	,233	2	5
	samozaposlen	10	3,90	,876	,277	3	5
	študent	20	3,70	,865	,193	2	5
	nezaposlen	1	5,00			5	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	1,366	,558	1	5
	Total	79	3,76	,977	,110	1	5
TRZENJE_rastoči_trg	v drugem podjetju	27	3,63	,742	,143	2	5
	v javnem sektorju	16	3,38	,719	,180	2	5
	samozaposlen	9	4,00	,707	,236	3	5
	študent	19	3,53	,772	,177	2	5
	nezaposlen	2	4,00	1,414	1,000	3	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	,516	,211	3	4
	Total	79	3,58	,744	,084	2	5
TRZENJE_diferenc_proiz	v drugem podjetju	26	3,58	,857	,168	2	5
	v javnem sektorju	14	3,79	,802	,214	3	5
	samozaposlen	10	3,90	,568	,180	3	5
	študent	19	3,74	,806	,185	2	5

	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	2,83	,983	,401	1	4
	Total	77	3,66	,837	,095	1	5
STRATEGIJA_jasna	v drugem podjetju	27	4,07	,997	,192	2	5
	v javnem sektorju	16	3,44	,814	,203	2	5
	samozaposlen	10	4,40	,516	,163	4	5
	študent	20	4,00	,649	,145	3	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,17	1,169	,477	2	5
	Total	81	3,99	,873	,097	2	5
STRATEGIJA_tržna_niša	v drugem podjetju	28	4,25	,799	,151	3	5
	v javnem sektorju	16	4,00	,816	,204	2	5
	samozaposlen	10	4,30	,483	,153	4	5
	študent	20	4,10	,852	,191	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,472	,601	1	5
	Total	82	4,15	,833	,092	1	5
STRATEGIJA_inov_proiz	v drugem podjetju	28	3,71	,600	,113	3	5
	v javnem sektorju	16	4,06	,854	,213	2	5
	samozaposlen	10	3,70	,675	,213	3	5
	študent	20	3,65	,933	,209	2	5
	nezaposlen	2	4,00	1,414	1,000	3	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	1,366	,558	1	5
	Total	82	3,74	,829	,092	1	5
STRATEGIJA_stev_strank	v drugem podjetju	27	3,70	,869	,167	2	5
	v javnem sektorju	15	3,20	1,265	,327	1	5
	samozaposlen	10	3,60	,843	,267	2	5
	študent	20	3,25	,910	,204	1	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,17	,753	,307	3	5
	Total	80	3,54	,980	,110	1	5
STRATEGIJA_konk_pod	v drugem podjetju	28	2,89	1,031	,195	1	5
	v javnem sektorju	14	2,71	1,139	,304	1	4
	samozaposlen	9	3,33	,866	,289	2	5
	študent	19	2,89	,937	,215	1	4
	nezaposlen	1	2,00			2	2
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	,816	,333	2	4
	Total	77	2,94	,991	,113	1	5
FINANC_ban_posojila	v drugem podjetju	26	3,46	1,174	,230	1	5
	v javnem sektorju	16	3,81	1,047	,262	2	5
	samozaposlen	9	3,78	1,481	,494	1	5
	študent	19	3,68	1,003	,230	2	5
	nezaposlen	2	4,00	1,414	1,000	3	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,33	1,033	,422	3	5
	Total	78	3,71	1,129	,128	1	5
FINANC_riz_sklad	v drugem podjetju	26	3,46	1,067	,209	1	5
	v javnem sektorju	15	3,67	1,113	,287	2	5
	samozaposlen	9	4,22	1,093	,364	2	5
	študent	19	3,63	,955	,219	2	5
	nezaposlen	1	3,00			3	3
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	,983	,401	3	5
	Total	76	3,66	1,040	,119	1	5
FINANC_posl_angel	v drugem podjetju	26	3,27	1,251	,245	1	5
	v javnem sektorju	15	3,53	1,060	,274	2	5
	samozaposlen	8	3,63	,916	,324	2	5
	študent	19	3,42	1,071	,246	1	5
	nezaposlen	1	3,00			3	3
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,67	1,211	,494	2	5
	Total	75	3,43	1,105	,128	1	5
FINANC_razpisi	v drugem podjetju	27	3,89	1,050	,202	1	5
	v javnem sektorju	16	4,00	,966	,242	2	5
	samozaposlen	10	3,70	1,337	,423	2	5
	študent	20	3,70	1,129	,252	1	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,472	,601	1	5
	Total	81	3,85	1,097	,122	1	5
GOSP_POG_svet_rast	v drugem podjetju	27	3,19	1,178	,227	1	5
	v javnem sektorju	14	3,00	,961	,257	1	5
	samozaposlen	10	3,20	1,398	,442	1	5
	študent	18	3,33	,767	,181	2	4
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	1,366	,558	1	5
	Total	77	3,22	1,071	,122	1	5
GOSP_POG_držav_rast	v drugem podjetju	27	2,81	1,145	,220	1	5
	v javnem sektorju	14	3,00	,961	,257	1	5
	samozaposlen	10	3,10	1,287	,407	1	5
	študent	18	3,22	,878	,207	1	4
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,17	1,329	,543	1	5
	Total	77	3,04	1,069	,122	1	5
GOSP_POG_pano_rast	v drugem podjetju	28	3,89	,737	,139	2	5
	v javnem sektorju	16	3,50	1,033	,258	1	5
	samozaposlen	10	3,70	,483	,153	3	4
	študent	18	3,72	,895	,211	1	5
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,169	,477	2	5
	Total	80	3,75	,834	,093	1	5
NORME_družb_narav	v drugem podjetju	28	3,89	,994	,188	1	5
	v javnem sektorju	15	4,07	1,033	,267	1	5
	samozaposlen	10	4,00	,943	,298	2	5
	študent	20	3,85	1,040	,233	1	5
	nezaposlen	2	3,00	0,000	0,000	3	3
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,00	1,549	,632	1	5
	Total	81	3,91	1,027	,114	1	5

NORME_regulativa	v drugem podjetju	28	4,04	1,071	,202	1	5
	v javnem sektorju	15	3,93	1,100	,284	1	5
	samozaposlen	10	4,10	,876	,277	2	5
	študent	20	4,05	,759	,170	2	5
	nezaposlen	2	3,50	,707	,500	3	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	4,00	1,549	,632	1	5
	Total	81	4,01	,994	,110	1	5
VLAD_POL_poen_post	v drugem podjetju	28	4,04	1,232	,233	1	5
	v javnem sektorju	16	3,69	1,493	,373	1	5
	samozaposlen	10	4,50	,972	,307	2	5
	študent	19	4,11	,994	,228	2	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	1,472	,601	1	5
	Total	81	4,04	1,209	,134	1	5
VLAD_POL_fin_spodb	v drugem podjetju	28	4,11	1,100	,208	1	5
	v javnem sektorju	16	3,81	1,471	,368	1	5
	samozaposlen	10	4,10	1,197	,379	2	5
	študent	20	3,80	1,056	,236	1	5
	nezaposlen	2	5,00	0,000	0,000	5	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,50	1,378	,563	1	5
	Total	82	3,95	1,185	,131	1	5
INFRASTR_izobraž	v drugem podjetju	28	3,64	1,224	,231	1	5
	v javnem sektorju	16	3,50	,894	,224	2	5
	samozaposlen	10	4,10	,876	,277	3	5
	študent	20	3,55	1,395	,312	1	5
	nezaposlen	2	4,00	0,000	0,000	4	4
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,83	,983	,401	2	5
	Total	82	3,67	1,134	,125	1	5
INFRASTR_posl_prost	v drugem podjetju	27	3,70	1,295	,249	1	5
	v javnem sektorju	16	3,44	1,031	,258	2	5
	samozaposlen	10	4,10	,876	,277	3	5
	študent	20	3,80	1,105	,247	1	5
	nezaposlen	2	4,50	,707	,500	4	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,33	1,366	,558	1	5
	Total	81	3,72	1,143	,127	1	5
POD_INST_dostop	v drugem podjetju	28	3,46	1,232	,233	1	5
	v javnem sektorju	16	3,56	1,209	,302	1	5
	samozaposlen	10	4,10	1,197	,379	2	5
	študent	20	3,25	1,020	,228	1	5
	nezaposlen	2	5,00	0,000	0,000	5	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	3,00	1,414	,577	1	5
	Total	82	3,51	1,199	,132	1	5
POD_INST_pod_prog	v drugem podjetju	28	3,54	1,170	,221	1	5
	v javnem sektorju	16	3,44	1,209	,302	1	5
	samozaposlen	10	4,20	1,033	,327	2	5
	študent	19	3,32	,749	,172	2	4
	nezaposlen	2	5,00	0,000	0,000	5	5
	ustanovitelj drugega podjetja	6	2,83	1,169	,477	1	4
	Total	81	3,53	1,108	,123	1	5

Tabela 18: Preskus enakosti varianc dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na predhodni zaposlitveni status

#### Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	,840	5	75	,526
POSL_PRIL_trzna_ideja	3,285	5	74	,010
PODJET_predan	4,940	5	76	,001
PODJET_strast	5,304	5	76	,000
PODJET_motiviran	9,153	5	76	,000
PODJET_potreben_dose	4,428	5	76	,001
PODJET_preprican_sposo	1,401	5	76	,233
PODJET_zazna_prilo	1,856	5	76	,112
PODJET_izkoristi_prilo	2,729	5	76	,025
PODJET_pridobiva_infor	1,877	5	76	,108
PODJET_vpliva_usodo	1,627	5	74	,163
PODJET_neform_znanje	,565	5	76	,726
PODJET_stopnja_izobr	,819	5	76	,540
PODJET_del_izkušnje	2,643	5	75	,030
UST_TIM_pred_znanje	1,985	5	67	,092
UST_TIM_razn_znanje	1,519	5	66	,196
UST_TIM_def_vloge	,828	5	66	,534
UST_TIM_motiviran	1,413	5	66	,231
UST_TIM_vizija	6,154	5	66	,000
ZNAČ_POD_odločanje	2,723	5	72	,026
ZNAČ_POD_št_ustanov	1,920	5	72	,102
ZNAČ_POD_geo_področ	,855	5	72	,516
ZNAČ_POD_rast_panoga	,603	5	73	,698
PROIZVOD_zad_zachteve	2,748	5	74	,025
PROIZVOD_sprejet	2,642	5	74	,030
PROIZVOD_inovativen	2,119	5	76	,072
PROIZVOD_konkure	1,096	5	74	,370
PROIZVOD_kvaliteten	,956	5	75	,450
PROIZVOD_dod_vredn	1,793	5	76	,124
RAZVOJ_raz_kader	,721	5	73	,610
RAZVOJ_teh_adaptira	2,228	5	74	,060
RAZVOJ_štev_proiz	,255	5	75	,936
RAZVOJ_delež_sred	1,581	5	74	,176

RAZVOJ_hiter_razvoj	1,821	5	75	,119
RAZVOJ_intelekt_last	1,102	5	74	,367
ODNOS_S_zasled_potrebe	,635	5	75	,674
ODNOS_S_sprem_navade	1,105	5	75	,365
ODNOS_S_pov_inform	3,225	5	74	,011
TRZENJE_trz_analiza	,916	5	76	,476
TRZENJE_kom_tehno	,777	5	74	,569
TRZENJE_hiter_vstop	1,462	5	76	,212
TRZENJE_inov_trzenje	1,171	5	74	,332
TRZENJE_velik_trg	,259	5	74	,934
TRZENJE_tuj_trg	,383 <sup>a</sup>	4	73	,820
TRZENJE_rastoči_trg	,998	5	73	,425
TRZENJE_diferenc_proiz	,961	5	71	,447
STRATEGIJA_jasna	1,489	5	75	,204
STRATEGIJA_trzna_niša	1,037	5	76	,402
STRATEGIJA_inov_proiz	1,653	5	76	,156
STRATEGIJA_stev_strank	1,254	5	74	,293
STRATEGIJA_konk_pod	,528 <sup>b</sup>	4	71	,716
FINANC_ban_posojila	,689	5	72	,634
FINANC_riz_sklad	,309 <sup>a</sup>	4	70	,871
FINANC_posl_angel	,684 <sup>a</sup>	4	69	,605
FINANC_razpisi	,912	5	75	,478
GOSP_POG_svet_rast	1,772	5	71	,130
GOSP_POG_drzav_rast	1,071	5	71	,384
GOSP_POG_pano_rast	1,685	5	74	,149
NORME_družb_narav	,627	5	75	,680
NORME_regulativa	,988	5	75	,431
VLAD_POL_poen_post	,780	5	75	,567
VLAD_POL_fin_spodb	1,139	5	76	,347
INFRASTR_izobraž	2,538	5	76	,035
INFRASTR_posl_prost	,935	5	75	,463
POD_INST_dostop	1,128	5	76	,353
POD_INST_pod_prog	1,802	5	75	,123

*Tabela 19: Preskus enakosti povprečnih ocen dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na predhodni zaposlitveni status – F preskus*

ANOVA		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	Between Groups	2,427	5	,485	,672	,646
	Within Groups	54,190	75	,723		
	Total	56,617	80			
POSL_PRIL_trzna_ideja	Between Groups	4,371	5	,874	1,307	,271
	Within Groups	49,516	74	,669		
	Total	53,888	79			
PODJET_predan	Between Groups	1,212	5	,242	,579	,716
	Within Groups	31,812	76	,419		
	Total	33,024	81			
PODJET_strast	Between Groups	3,837	5	,767	1,252	,294
	Within Groups	46,602	76	,613		
	Total	50,439	81			
PODJET_motiviran	Between Groups	3,305	5	,661	1,469	,210
	Within Groups	34,207	76	,450		
	Total	37,512	81			
PODJET_potreben_dose	Between Groups	3,957	5	,791	1,591	,173
	Within Groups	37,799	76	,497		
	Total	41,756	81			
PODJET_prepričan_sposo	Between Groups	6,964	5	1,393	2,224	,060
	Within Groups	47,585	76	,626		
	Total	54,549	81			
PODJET_zazna_prilo	Between Groups	2,445	5	,489	,710	,618
	Within Groups	52,335	76	,689		
	Total	54,780	81			
PODJET_izkoristi_prilo	Between Groups	1,018	5	,204	,275	,925
	Within Groups	56,202	76	,739		
	Total	57,220	81			
PODJET_pridobiva_infor	Between Groups	2,769	5	,554	,889	,493
	Within Groups	47,340	76	,623		
	Total	50,110	81			
PODJET_vpliva_usodo	Between Groups	8,489	5	1,698	1,955	,095
	Within Groups	64,261	74	,868		
	Total	72,750	79			
PODJET_neform_znanje	Between Groups	4,941	5	,988	1,476	,207
	Within Groups	50,864	76	,669		
	Total	55,805	81			
PODJET_stopnja_izobr	Between Groups	1,230	5	,246	,267	,930
	Within Groups	70,148	76	,923		
	Total	71,378	81			
PODJET_del_izkušnje	Between Groups	14,876	5	2,975	3,448	,007
	Within Groups	64,705	75	,863		
	Total	79,580	80			
UST_TIM_pred_znanje	Between Groups	5,774	5	1,155	1,674	,153
	Within Groups	46,226	67	,690		
	Total	52,000	72			
UST_TIM_razn_znanje	Between Groups	5,985	5	1,197	2,467	,041
	Within Groups	32,015	66	,485		
	Total	38,000	71			
UST_TIM_def_vloge	Between Groups	3,233	5	,647	,699	,626

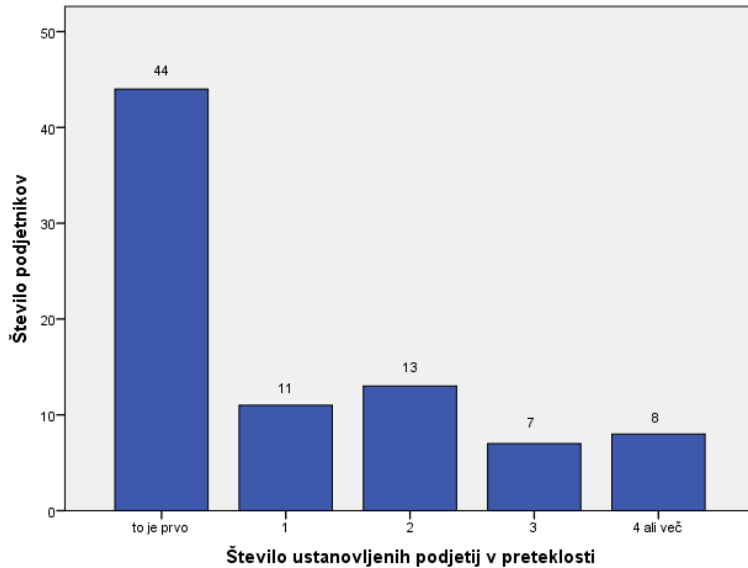
	Within Groups	61,086	66	,926		
	Total	64,319	71			
UST_TIM_motiviran	Between Groups	2,094	5	,419	,730	,604
	Within Groups	37,892	66	,574		
	Total	39,986	71			
UST_TIM_vizija	Between Groups	1,414	5	,283	,653	,660
	Within Groups	28,572	66	,433		
	Total	29,986	71			
ZNAČ_POD_odločanje	Between Groups	4,787	5	,957	,950	,454
	Within Groups	72,546	72	1,008		
	Total	77,333	77			
ZNAČ_POD_št_ustanov	Between Groups	5,260	5	1,052	,703	,623
	Within Groups	107,728	72	1,496		
	Total	112,987	77			
ZNAČ_POD_geo_področ	Between Groups	,726	5	,145	,140	,982
	Within Groups	74,928	72	1,041		
	Total	75,654	77			
ZNAČ_POD_rast_panoga	Between Groups	2,293	5	,459	,465	,801
	Within Groups	72,011	73	,986		
	Total	74,304	78			
PROIZVOD_zad_zachteve	Between Groups	1,588	5	,318	,582	,713
	Within Groups	40,362	74	,545		
	Total	41,950	79			
PROIZVOD_sprejet	Between Groups	,849	5	,170	,297	,913
	Within Groups	42,339	74	,572		
	Total	43,188	79			
PROIZVOD_inovativen	Between Groups	3,280	5	,656	,866	,508
	Within Groups	57,598	76	,758		
	Total	60,878	81			
PROIZVOD_konkure	Between Groups	3,387	5	,677	,842	,524
	Within Groups	59,501	74	,804		
	Total	62,888	79			
PROIZVOD_kvaliteten	Between Groups	1,426	5	,285	,359	,875
	Within Groups	59,562	75	,794		
	Total	60,988	80			
PROIZVOD_dod_vredn	Between Groups	5,146	5	1,029	1,309	,269
	Within Groups	59,745	76	,786		
	Total	64,890	81			
RAZVOJ_raz_kader	Between Groups	2,947	5	,589	,828	,534
	Within Groups	51,939	73	,711		
	Total	54,886	78			
RAZVOJ_teh_adaptira	Between Groups	11,352	5	2,270	2,890	,019
	Within Groups	58,135	74	,786		
	Total	69,488	79			
RAZVOJ_št_vproiz	Between Groups	2,719	5	,544	,543	,743
	Within Groups	75,084	75	1,001		
	Total	77,802	80			
RAZVOJ_delež_sred	Between Groups	1,163	5	,233	,318	,901
	Within Groups	54,224	74	,733		
	Total	55,388	79			
RAZVOJ_hiter_razvoj	Between Groups	3,417	5	,683	,667	,649
	Within Groups	76,830	75	1,024		
	Total	80,247	80			
RAZVOJ_intelekt_last	Between Groups	4,926	5	,985	,826	,535
	Within Groups	88,274	74	1,193		
	Total	93,200	79			
ODNOS_S_zasled_potrebe	Between Groups	5,523	5	1,105	1,506	,198
	Within Groups	55,020	75	,734		
	Total	60,543	80			
ODNOS_S_sprem_navade	Between Groups	7,576	5	1,515	1,945	,097
	Within Groups	58,424	75	,779		
	Total	66,000	80			
ODNOS_S_pov_inform	Between Groups	5,437	5	1,087	1,410	,230
	Within Groups	57,051	74	,771		
	Total	62,488	79			
TRŽENJE_trž_analiza	Between Groups	2,012	5	,402	,446	,815
	Within Groups	68,585	76	,902		
	Total	70,598	81			
TRŽENJE_kom_tehno	Between Groups	4,610	5	,922	1,260	,290
	Within Groups	54,140	74	,732		
	Total	58,750	79			
TRŽENJE_hiter_vstop	Between Groups	1,650	5	,330	,479	,791
	Within Groups	52,362	76	,689		
	Total	54,012	81			
TRŽENJE_inov_trženje	Between Groups	5,678	5	1,136	1,456	,215
	Within Groups	57,710	74	,780		
	Total	63,388	79			
TRŽENJE_velik_trg	Between Groups	3,425	5	,685	,761	,581
	Within Groups	66,575	74	,900		
	Total	70,000	79			
TRŽENJE_tuj_trg	Between Groups	2,959	5	,592	,604	,697
	Within Groups	71,472	73	,979		
	Total	74,430	78			
TRŽENJE_rastoči_trg	Between Groups	3,099	5	,620	1,128	,353
	Within Groups	40,116	73	,550		
	Total	43,215	78			
TRŽENJE_diferenc_proiz	Between Groups	6,600	5	1,320	2,010	,088
	Within Groups	46,621	71	,657		
	Total	53,221	76			
STRATEGIJA_jasna	Between Groups	7,465	5	1,493	2,092	,076
	Within Groups	53,523	75	,714		
	Total	60,988	80			
STRATEGIJA_tržna_niša	Between Groups	1,761	5	,352	,491	,782
	Within Groups	54,483	76	,717		



	Total	56,244	81			
STRATEGIJA_inov_proiz	Between Groups	2,987	5	,597	,863	,510
	Within Groups	52,635	76	,693		
	Total	55,622	81			
STRATEGIJA_stev_strank	Between Groups	8,375	5	1,675	1,836	,116
	Within Groups	67,513	74	,912		
	Total	75,888	79			
STRATEGIJA_konk_pod	Between Groups	4,017	5	,803	,807	,548
	Within Groups	70,659	71	,995		
	Total	74,675	76			
FINANC_ban_posojila	Between Groups	4,325	5	,865	,663	,652
	Within Groups	93,893	72	1,304		
	Total	98,218	77			
FINANC_riz_sklad	Between Groups	4,500	5	,900	,822	,538
	Within Groups	76,605	70	1,094		
	Total	81,105	75			
FINANC_posl_angel	Between Groups	1,658	5	,332	,258	,934
	Within Groups	88,689	69	1,285		
	Total	90,347	74			
FINANC_razpisi	Between Groups	1,922	5	,384	,306	,908
	Within Groups	94,300	75	1,257		
	Total	96,222	80			
GOSP_POG_svet_rast	Between Groups	2,239	5	,448	,374	,865
	Within Groups	85,007	71	1,197		
	Total	87,247	76			
GOSP_POG_drzav_rast	Between Groups	3,965	5	,793	,679	,641
	Within Groups	82,919	71	1,168		
	Total	86,883	76			
GOSP_POG_pano_rast	Between Groups	1,777	5	,355	,494	,780
	Within Groups	53,223	74	,719		
	Total	55,000	79			
NORME_druz_b_narav	Between Groups	2,233	5	,447	,408	,842
	Within Groups	82,162	75	1,095		
	Total	84,395	80			
NORME_regulativa	Between Groups	,740	5	,148	,142	,982
	Within Groups	78,248	75	1,043		
	Total	78,988	80			
VLAD_POL_poen_post	Between Groups	4,864	5	,973	,651	,661
	Within Groups	112,025	75	1,494		
	Total	116,889	80			
VLAD_POL_fin_spodb	Between Groups	5,089	5	1,018	,711	,617
	Within Groups	108,716	76	1,430		
	Total	113,805	81			
INFRASTR_izobraz	Between Groups	2,998	5	,600	,451	,812
	Within Groups	101,112	76	1,330		
	Total	104,110	81			
INFRASTR_posl_prost	Between Groups	4,969	5	,994	,749	,589
	Within Groups	99,500	75	1,327		
	Total	104,469	80			
POD_INST_dostop	Between Groups	10,936	5	2,187	1,575	,177
	Within Groups	105,552	76	1,389		
	Total	116,488	81			
POD_INST_pod_prog	Between Groups	12,732	5	2,546	2,235	,059
	Within Groups	85,440	75	1,139		
	Total	98,173	80			

**Priloga 9: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število podjetij ustanovljenih v preteklosti**

*Slika 7: Frekvenčna porazdelitev podjetnikov glede na število ustanovljenih podjetij v preteklosti*



*Tabela 20: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število podjetij ustanovljenih v preteklosti – analiza variance*

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
POSL_PRIL_prem_ideja	to je moje prvo podjetje	43	4,30	,803	,122	2	5
	1	11	3,91	1,136	,343	2	5
	2	13	4,54	,776	,215	3	5
	3	7	4,71	,756	,286	3	5
	4 ali več	8	4,75	,463	,164	4	5
	Total	82	4,37	,839	,093	2	5
POSL_PRIL_tržna_ideja	to je moje prvo podjetje	42	4,33	,754	,116	2	5
	1	11	4,18	,751	,226	3	5
	2	13	4,31	1,182	,328	1	5
	3	7	4,71	,488	,184	4	5
	4 ali več	8	4,38	,916	,324	3	5
	Total	81	4,35	,824	,092	1	5
PODJET_predan	to je moje prvo podjetje	44	4,64	,532	,080	3	5
	1	11	4,82	,405	,122	4	5
	2	13	4,46	1,127	,312	1	5
	3	7	4,57	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	4,75	,463	,164	4	5
	Total	83	4,64	,636	,070	1	5
PODJET_strast	to je moje prvo podjetje	44	4,39	,689	,104	3	5
	1	11	4,45	,522	,157	4	5
	2	13	4,38	1,121	,311	1	5
	3	7	4,00	,577	,218	3	5
	4 ali več	8	4,13	1,126	,398	2	5
	Total	83	4,34	,785	,086	1	5
PODJET_motiviran	to je moje prvo podjetje	44	4,70	,462	,070	4	5
	1	11	4,73	,467	,141	4	5
	2	13	4,38	1,193	,331	1	5
	3	7	4,57	,787	,297	3	5
	4 ali več	8	4,38	,744	,263	3	5
	Total	83	4,61	,678	,074	1	5
PODJET_potreben_dose	to je moje prvo podjetje	44	4,39	,655	,099	3	5
	1	11	4,55	,522	,157	4	5
	2	13	4,15	1,068	,296	1	5
	3	7	4,14	,690	,261	3	5
	4 ali več	8	4,00	,535	,189	3	5
	Total	83	4,31	,714	,078	1	5

PODJET_prepričan_sposo	to je moje prvo podjetje	44	4,36	,750	,113	2	5
	1	11	4,36	,674	,203	3	5
	2	13	4,00	1,225	,340	1	5
	3	7	4,14	,690	,261	3	5
	4 ali več	8	4,38	,744	,263	3	5
	Total	83	4,29	,819	,090	1	5
PODJET_zazna_prilo	to je moje prvo podjetje	44	4,09	,772	,116	2	5
	1	11	4,27	,786	,237	3	5
	2	13	3,77	,927	,257	2	5
	3	7	4,57	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	4,13	1,126	,398	2	5
	Total	83	4,11	,827	,091	2	5
PODJET_izkoristi_prilo	to je moje prvo podjetje	44	4,09	,830	,125	2	5
	1	11	4,18	,751	,226	3	5
	2	13	3,69	1,032	,286	2	5
	3	7	4,57	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	4,13	,835	,295	3	5
	Total	83	4,08	,844	,093	2	5
PODJET_pridobiva_infor	to je moje prvo podjetje	44	4,34	,776	,117	2	5
	1	11	4,45	,688	,207	3	5
	2	13	4,15	,899	,249	2	5
	3	7	4,57	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	4,13	,991	,350	3	5
	Total	83	4,33	,783	,086	2	5
PODJET_vpliva_usodo	to je moje prvo podjetje	42	4,19	,833	,129	2	5
	1	11	4,64	,674	,203	3	5
	2	13	3,54	1,266	,351	1	5
	3	7	4,29	,756	,286	3	5
	4 ali več	8	4,00	1,195	,423	2	5
	Total	81	4,14	,959	,107	1	5
PODJET_neform_znanje	to je moje prvo podjetje	44	4,07	,846	,128	2	5
	1	11	4,18	,874	,263	3	5
	2	13	4,00	,913	,253	2	5
	3	7	4,29	,756	,286	3	5
	4 ali več	8	3,63	,518	,183	3	4
	Total	83	4,05	,825	,091	2	5
PODJET_stopnja_izobr	to je moje prvo podjetje	44	2,61	,895	,135	1	5
	1	11	3,00	1,095	,330	1	5
	2	13	3,08	,954	,265	1	4
	3	7	2,43	,787	,297	1	3
	4 ali več	8	2,50	1,069	,378	1	4
	Total	83	2,71	,944	,104	1	5
PODJET_del_izkušnje	to je moje prvo podjetje	43	3,91	1,019	,155	1	5
	1	11	4,09	,831	,251	3	5
	2	13	3,54	,967	,268	2	5
	3	7	3,86	,900	,340	3	5
	4 ali več	8	3,38	1,188	,420	1	5
	Total	82	3,82	,995	,110	1	5
UST_TIM_pred_znanje	to je moje prvo podjetje	37	3,92	,894	,147	1	5
	1	11	4,18	,603	,182	3	5
	2	12	4,08	,900	,260	2	5
	3	7	4,14	1,069	,404	2	5
	4 ali več	7	4,00	,816	,309	3	5
	Total	74	4,01	,852	,099	1	5
UST_TIM_razn_znanje	to je moje prvo podjetje	37	4,24	,641	,105	3	5
	1	10	4,50	,707	,224	3	5
	2	12	3,92	,900	,260	2	5
	3	7	3,71	,756	,286	3	5
	4 ali več	7	4,29	,756	,286	3	5
	Total	73	4,18	,733	,086	2	5
UST_TIM_def_vloge	to je moje prvo podjetje	37	4,05	,911	,150	2	5
	1	10	4,20	,919	,291	2	5
	2	12	3,75	1,215	,351	1	5
	3	7	4,43	,787	,297	3	5
	4 ali več	7	4,29	,951	,360	3	5
	Total	73	4,08	,954	,112	1	5
UST_TIM_motiviran	to je moje prvo podjetje	37	4,46	,691	,114	3	5
	1	10	4,80	,422	,133	4	5
	2	12	4,25	1,138	,329	1	5
	3	7	4,71	,488	,184	4	5
	4 ali več	7	4,29	,756	,286	3	5
	Total	73	4,48	,747	,087	1	5
UST_TIM_vizija	to je moje prvo podjetje	37	4,65	,484	,080	4	5
	1	10	4,10	,876	,277	3	5
	2	12	4,17	,835	,241	3	5
	3	7	4,86	,378	,143	4	5
	4 ali več	7	4,57	,535	,202	4	5
	Total	73	4,51	,648	,076	3	5
ZNAČ_POD_odločanje	to je moje prvo podjetje	42	3,76	,878	,136	2	5
	1	10	3,40	1,174	,371	2	5
	2	13	3,00	1,080	,300	1	5
	3	7	4,14	1,069	,404	2	5
	4 ali več	7	4,14	,690	,261	3	5
	Total	79	3,66	,999	,112	1	5
ZNAČ_POD_št_ustanov	to je moje prvo podjetje	42	2,38	1,209	,187	1	5
	1	10	2,20	,919	,291	1	4
	2	12	2,58	1,443	,417	1	5
	3	7	1,71	1,496	,565	1	5
	4 ali več	7	2,29	,951	,360	1	4
	Total	78	2,32	1,211	,137	1	5
ZNAČ_POD_geo_področ	to je moje prvo podjetje	42	2,74	,912	,141	1	5
	1	10	2,30	1,059	,335	1	4
	2	12	3,00	1,128	,326	1	5
	3	7	2,43	1,272	,481	1	4

	4 ali več	8	2,38	,744	,263	1	3
	Total	79	2,66	,986	,111	1	5
ZNAČ_POD_rast_panoga	to je moje prvo podjetje	42	3,38	,882	,136	1	5
	1	11	2,91	1,221	,368	1	5
	2	13	3,54	1,050	,291	2	5
	3	7	3,29	1,113	,421	2	5
	4 ali več	7	3,00	,816	,309	2	4
	Total	80	3,30	,973	,109	1	5
PROIZVOD_zad_zhteve	to je moje prvo podjetje	43	4,65	,529	,081	3	5
	1	11	4,45	,820	,247	3	5
	2	13	4,08	1,115	,309	1	5
	3	7	4,71	,488	,184	4	5
	4 ali več	7	4,43	,787	,297	3	5
	Total	81	4,52	,726	,081	1	5
PROIZVOD_sprejet	to je moje prvo podjetje	43	4,28	,630	,096	3	5
	1	11	4,55	,522	,157	4	5
	2	13	4,08	1,038	,288	1	5
	3	7	4,43	,787	,297	3	5
	4 ali več	7	4,43	,976	,369	3	5
	Total	81	4,31	,736	,082	1	5
PROIZVOD_inovativen	to je moje prvo podjetje	44	3,70	,851	,128	1	5
	1	11	3,82	,874	,263	2	5
	2	13	3,85	,987	,274	1	5
	3	7	4,57	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	3,63	,744	,263	3	5
	Total	83	3,81	,862	,095	1	5
PROIZVOD_konkure	to je moje prvo podjetje	43	3,95	,872	,133	2	5
	1	11	4,00	,775	,234	3	5
	2	13	3,77	,832	,231	2	5
	3	7	3,29	1,380	,522	1	5
	4 ali več	7	3,57	,535	,202	3	4
	Total	81	3,84	,887	,099	1	5
PROIZVOD_kvaliteten	to je moje prvo podjetje	44	4,14	,765	,115	3	5
	1	11	3,82	,751	,226	3	5
	2	12	3,83	1,115	,322	1	5
	3	7	3,71	1,380	,522	1	5
	4 ali več	7	4,14	,690	,261	3	5
	Total	81	4,01	,873	,097	1	5
PROIZVOD_dod_vredn	to je moje prvo podjetje	44	4,11	,813	,123	1	5
	1	11	4,00	1,095	,330	2	5
	2	12	3,67	1,231	,355	1	5
	3	7	4,43	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	3,88	,641	,227	3	5
	Total	82	4,04	,895	,099	1	5
RAZVOJ_raz_kader	to je moje prvo podjetje	42	3,98	,749	,116	2	5
	1	11	4,09	,831	,251	2	5
	2	13	3,85	1,214	,337	1	5
	3	7	4,00	,816	,309	3	5
	4 ali več	7	3,86	,690	,261	3	5
	Total	80	3,96	,834	,093	1	5
RAZVOJ_teh_adaptira	to je moje prvo podjetje	42	3,79	,925	,143	1	5
	1	11	3,55	,934	,282	2	5
	2	13	3,77	,927	,257	2	5
	3	7	3,71	1,254	,474	2	5
	4 ali več	8	3,75	,886	,313	2	5
	Total	81	3,74	,932	,104	1	5
RAZVOJ_štev_proiz	to je moje prvo podjetje	43	2,95	,975	,149	1	5
	1	11	2,55	,820	,247	1	4
	2	13	3,31	,751	,208	2	4
	3	7	3,29	1,380	,522	2	5
	4 ali več	8	2,75	1,165	,412	1	4
	Total	82	2,96	,987	,109	1	5
RAZVOJ_delež_sred	to je moje prvo podjetje	42	3,79	,750	,116	2	5
	1	11	3,73	1,104	,333	2	5
	2	13	3,77	,927	,257	2	5
	3	7	4,14	1,069	,404	2	5
	4 ali več	8	3,75	,707	,250	3	5
	Total	81	3,80	,843	,094	2	5
RAZVOJ_hiter_razvoj	to je moje prvo podjetje	43	3,53	,984	,150	1	5
	1	11	3,18	1,168	,352	2	5
	2	13	3,38	,961	,266	1	5
	3	7	4,00	1,155	,436	2	5
	4 ali več	8	3,50	,756	,267	2	4
	Total	82	3,50	,997	,110	1	5
RAZVOJ_intelekt_last	to je moje prvo podjetje	43	2,88	1,179	,180	1	5
	1	11	2,45	,522	,157	2	3
	2	12	3,17	1,337	,386	1	5
	3	7	3,29	1,113	,421	2	5
	4 ali več	8	3,13	,835	,295	2	4
	Total	81	2,93	1,104	,123	1	5
ODNOS_S_zasled_potrebe	to je moje prvo podjetje	44	4,23	,912	,137	1	5
	1	11	4,45	,688	,207	3	5
	2	13	3,85	,987	,274	1	5
	3	7	4,43	,535	,202	4	5
	4 ali več	7	4,43	,787	,297	3	5
	Total	82	4,23	,865	,096	1	5
ODNOS_S_sprem_navade	to je moje prvo podjetje	44	4,27	,924	,139	1	5
	1	11	4,36	,505	,152	4	5
	2	13	3,54	1,127	,312	1	5
	3	7	4,14	,690	,261	3	5
	4 ali več	7	3,71	,488	,184	3	4
	Total	82	4,11	,903	,100	1	5
ODNOS_S_pov_inform	to je moje prvo podjetje	43	4,40	,760	,116	2	5
	1	11	4,09	,944	,285	3	5

	2	13	3,77	1,166	,323	1	5
	3	7	4,29	,951	,360	3	5
	4 ali več	7	4,14	,900	,340	3	5
	Total	81	4,22	,894	,099	1	5
TRŽENJE_trž_analiza	to je moje prvo podjetje	44	3,80	,954	,144	2	5
	1	11	3,55	,820	,247	2	5
	2	13	3,92	1,038	,288	2	5
	3	7	4,00	1,155	,436	2	5
	4 ali več	8	3,63	,744	,263	3	5
	Total	83	3,78	,938	,103	2	5
TRŽENJE_kom_tehno	to je moje prvo podjetje	43	4,19	,794	,121	3	5
	1	11	3,91	1,221	,368	2	5
	2	13	3,92	,954	,265	2	5
	3	7	4,29	,756	,286	3	5
	4 ali več	7	4,14	,690	,261	3	5
	Total	81	4,11	,866	,096	2	5
TRŽENJE_hiter_vstop	to je moje prvo podjetje	44	3,84	,861	,130	2	5
	1	11	3,82	,874	,263	2	5
	2	12	4,00	,853	,246	2	5
	3	7	4,14	,690	,261	3	5
	4 ali več	8	3,88	,641	,227	3	5
	Total	82	3,89	,817	,090	2	5
TRŽENJE_inov_trženje	to je moje prvo podjetje	42	3,64	,879	,136	2	5
	1	11	3,45	,820	,247	2	5
	2	12	4,08	1,165	,336	1	5
	3	7	4,29	,488	,184	4	5
	4 ali več	8	4,13	,641	,227	3	5
	Total	80	3,79	,896	,100	1	5
TRŽENJE_velik_trg	to je moje prvo podjetje	42	3,60	,964	,149	1	5
	1	11	3,00	,775	,234	2	4
	2	13	3,38	1,044	,290	1	5
	3	7	4,00	,577	,218	3	5
	4 ali več	8	3,50	,926	,327	3	5
	Total	81	3,51	,937	,104	1	5
TRŽENJE_tuj_trg	to je moje prvo podjetje	41	3,83	,998	,156	1	5
	1	11	3,27	,905	,273	2	4
	2	13	3,54	1,127	,312	1	5
	3	7	4,43	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	4,00	,756	,267	3	5
	Total	80	3,78	,981	,110	1	5
TRŽENJE_rastoči_trg	to je moje prvo podjetje	42	3,57	,703	,109	2	5
	1	11	3,27	1,009	,304	2	5
	2	13	3,46	,660	,183	3	5
	3	7	4,14	,378	,143	4	5
	4 ali več	7	3,71	,756	,286	3	5
	Total	80	3,58	,742	,083	2	5
TRŽENJE_diferenc_proiz	to je moje prvo podjetje	41	3,76	,767	,120	2	5
	1	11	3,18	,982	,296	2	5
	2	12	3,42	,900	,260	1	4
	3	6	3,83	,753	,307	3	5
	4 ali več	8	4,13	,641	,227	3	5
	Total	78	3,67	,832	,094	1	5
STRATEGIJA_jasna	to je moje prvo podjetje	43	3,91	,811	,124	2	5
	1	11	3,73	1,009	,304	2	5
	2	13	4,15	,899	,249	2	5
	3	7	4,00	1,155	,436	2	5
	4 ali več	8	4,50	,535	,189	4	5
	Total	82	3,99	,868	,096	2	5
STRATEGIJA_tržna_niša	to je moje prvo podjetje	44	4,11	,868	,131	2	5
	1	11	4,27	,647	,195	3	5
	2	13	4,00	1,080	,300	1	5
	3	7	4,57	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	4,13	,641	,227	3	5
	Total	83	4,16	,833	,091	1	5
STRATEGIJA_inov_proiz	to je moje prvo podjetje	44	3,64	,750	,113	2	5
	1	11	3,82	,982	,296	2	5
	2	13	3,85	1,068	,296	1	5
	3	7	4,14	,690	,261	3	5
	4 ali več	8	3,88	,835	,295	3	5
	Total	83	3,76	,835	,092	1	5
STRATEGIJA_štev_strank	to je moje prvo podjetje	42	3,45	1,041	,161	1	5
	1	11	3,55	,688	,207	2	4
	2	13	3,69	,855	,237	2	5
	3	7	3,71	1,496	,565	1	5
	4 ali več	8	3,75	,886	,313	3	5
	Total	81	3,56	,987	,110	1	5
STRATEGIJA_konk_pod	to je moje prvo podjetje	41	2,61	1,022	,160	1	4
	1	11	3,36	,674	,203	2	4
	2	12	3,33	,888	,256	2	5
	3	6	3,33	1,033	,422	2	5
	4 ali več	7	3,14	,900	,340	2	4
	Total	77	2,94	,991	,113	1	5
FINANC_ban_posojila	to je moje prvo podjetje	42	3,57	1,063	,164	1	5
	1	9	3,67	1,118	,373	2	5
	2	13	3,77	1,166	,323	2	5
	3	7	4,71	,488	,184	4	5
	4 ali več	8	3,50	1,512	,535	1	5
	Total	79	3,71	1,123	,126	1	5
FINANC_riz_sklad	to je moje prvo podjetje	40	3,63	,952	,151	2	5
	1	10	3,30	1,337	,423	2	5
	2	13	3,69	,855	,237	2	5
	3	7	4,29	,951	,360	3	5
	4 ali več	7	3,71	1,380	,522	1	5
	Total	77	3,66	1,034	,118	1	5

FINANC_posl_angel	to je moje prvo podjetje	40	3,40	1,057	,167	1	5
	1	9	3,11	1,054	,351	2	5
	2	13	3,38	1,044	,290	1	5
	3	7	4,14	1,215	,459	2	5
	4 ali več	7	3,43	1,397	,528	1	5
	Total	76	3,43	1,100	,126	1	5
FINANC_razpisi	to je moje prvo podjetje	43	3,91	1,019	,155	1	5
	1	11	3,55	1,293	,390	2	5
	2	13	3,92	1,382	,383	1	5
	3	7	4,43	,787	,297	3	5
	4 ali več	8	3,50	,926	,327	2	5
	Total	82	3,87	1,097	,121	1	5
GOSP_POG_svet_rast	to je moje prvo podjetje	40	3,10	,982	,155	1	5
	1	11	3,09	1,044	,315	1	5
	2	12	3,50	1,087	,314	1	5
	3	7	3,57	1,272	,481	2	5
	4 ali več	8	3,38	1,408	,498	1	5
	Total	78	3,23	1,068	,121	1	5
GOSP_POG_držav_rast	to je moje prvo podjetje	40	3,05	,959	,152	1	5
	1	11	3,09	1,044	,315	1	5
	2	12	3,08	1,165	,336	1	5
	3	7	3,29	1,496	,565	1	5
	4 ali več	8	2,75	1,282	,453	1	4
	Total	78	3,05	1,068	,121	1	5
GOSP_POG_pano_rast	to je moje prvo podjetje	42	3,81	,740	,114	1	5
	1	11	3,55	1,128	,340	1	5
	2	13	3,62	1,044	,290	2	5
	3	7	4,29	,488	,184	4	5
	4 ali več	8	3,50	,535	,189	3	4
	Total	81	3,75	,830	,092	1	5
NORME_družb_narav	to je moje prvo podjetje	44	3,93	,900	,136	1	5
	1	11	4,18	,874	,263	2	5
	2	12	4,00	1,206	,348	1	5
	3	7	3,57	1,272	,481	1	5
	4 ali več	8	3,75	1,488	,526	1	5
	Total	82	3,93	1,028	,113	1	5
NORME_regulativa	to je moje prvo podjetje	44	3,98	,902	,136	1	5
	1	11	4,09	,944	,285	2	5
	2	12	4,25	1,215	,351	1	5
	3	7	4,14	,690	,261	3	5
	4 ali več	8	3,75	1,488	,526	1	5
	Total	82	4,02	,994	,110	1	5
VLAD_POL_poen_post	to je moje prvo podjetje	43	3,98	1,205	,184	1	5
	1	11	4,27	1,009	,304	2	5
	2	13	4,08	1,498	,415	1	5
	3	7	4,43	,535	,202	4	5
	4 ali več	8	3,75	1,488	,526	1	5
	Total	82	4,05	1,206	,133	1	5
VLAD_POL_fin_spodb	to je moje prvo podjetje	44	3,84	1,256	,189	1	5
	1	11	4,36	1,206	,364	2	5
	2	13	3,92	1,256	,348	1	5
	3	7	4,14	,690	,261	3	5
	4 ali več	8	4,00	1,069	,378	2	5
	Total	83	3,96	1,184	,130	1	5
INFRASTR_izobraž	to je moje prvo podjetje	44	3,50	1,089	,164	1	5
	1	11	3,91	1,044	,315	2	5
	2	13	3,85	1,214	,337	1	5
	3	7	3,86	1,345	,508	1	5
	4 ali več	8	4,00	1,309	,463	1	5
	Total	83	3,69	1,136	,125	1	5
INFRASTR_posl_prost	to je moje prvo podjetje	44	3,57	1,149	,173	1	5
	1	11	3,73	1,104	,333	2	5
	2	12	3,83	1,267	,366	1	5
	3	7	4,29	,756	,286	3	5
	4 ali več	8	4,00	1,309	,463	1	5
	Total	82	3,73	1,144	,126	1	5
POD_INST_dostop	to je moje prvo podjetje	44	3,45	1,022	,154	2	5
	1	11	3,45	1,508	,455	1	5
	2	13	3,69	1,437	,398	1	5
	3	7	3,71	1,380	,522	1	5
	4 ali več	8	3,63	1,408	,498	1	5
	Total	83	3,53	1,203	,132	1	5
POD_INST_pod_prog	to je moje prvo podjetje	44	3,50	1,000	,151	2	5
	1	10	3,40	1,430	,452	1	5
	2	13	3,46	1,266	,351	1	5
	3	7	4,29	,488	,184	4	5
	4 ali več	8	3,38	1,302	,460	1	5
	Total	82	3,54	1,102	,122	1	5

*Tabela 21: Preskus enakosti varianc dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število podjetij ustanovljenih v preteklosti*

**Test of Homogeneity of Variances**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	1,354	4	77	,258
POSL_PRIL_tržna_ideja	1,265	4	76	,291
PODJET_predan	2,391	4	78	,058

PODJET_strast	2,137	4	78	,084
PODJET_motiviran	3,779	4	78	,007
PODJET_potreben_dose	1,320	4	78	,270
PODJET_preprican_sposo	1,467	4	78	,220
PODJET_zazna_prilo	1,123	4	78	,352
PODJET_izkoristi_prilo	1,138	4	78	,345
PODJET_pridobiva_infor	,959	4	78	,435
PODJET_vpliva_usodo	2,590	4	76	,043
PODJET_neform_znanje	,338	4	78	,852
PODJET_stopnja_izobr	,172	4	78	,952
PODJET_del_izkusnje	,197	4	77	,939
UST_TIM_pred_znanje	,265	4	69	,900
UST_TIM_razn_znanje	,190	4	68	,943
UST_TIM_def_vloge	,628	4	68	,644
UST_TIM_motiviran	1,751	4	68	,149
UST_TIM_vizija	5,126	4	68	,001
ZNAČ_POD_odločanje	,917	4	74	,459
ZNAČ_POD_št_ustanov	1,334	4	73	,266
ZNAČ_POD_geo_področ	,885	4	74	,477
ZNAČ_POD_rast_panoga	1,094	4	75	,366
PROIZVOD_zad_zahteve	1,529	4	76	,202
PROIZVOD_sprejet	,747	4	76	,563
PROIZVOD_inovativen	,192	4	78	,942
PROIZVOD_konkure	,880	4	76	,480
PROIZVOD_kvaliteten	,939	4	76	,446
PROIZVOD_dod_vredn	1,316	4	77	,271
RAZVOJ_raz_kader	,878	4	75	,481
RAZVOJ_teh_adaptira	,485	4	76	,747
RAZVOJ_štev_proiz	1,643	4	77	,172
RAZVOJ_delež_sred	1,040	4	76	,392
RAZVOJ_hiter_razvoj	,482	4	77	,749
RAZVOJ_intelekt_last	1,197	4	76	,319
ODNOS_S_zasled_potrebe	,349	4	77	,844
ODNOS_S_sprem_navade	1,773	4	77	,143
ODNOS_S_pov_inform	1,022	4	76	,402
TRŽENJE_trž_analiza	,226	4	78	,923
TRŽENJE_kom_tehno	1,817	4	76	,134
TRŽENJE_hiter_vstop	,787	4	77	,537
TRŽENJE_inov_trženje	1,056	4	75	,384
TRŽENJE_velik_trg	1,762	4	76	,145
TRŽENJE_tuj_trg	,985	4	75	,421
TRŽENJE_rastoči_trg	3,303	4	75	,015
TRŽENJE_diferenc_proiz	,702	4	73	,593
STRATEGIJA_jasna	,600	4	77	,663
STRATEGIJA_tržna_niša	,550	4	78	,700
STRATEGIJA_inov_proiz	,402	4	78	,806
STRATEGIJA_štev_strank	1,883	4	76	,122
STRATEGIJA_konk_pod	1,111	4	72	,358
FINANC_ban_posojila	2,405	4	74	,057
FINANC_riz_sklad	1,360	4	72	,257
FINANC_posl_angel	,348	4	71	,845
FINANC_razpisi	,766	4	77	,551
GOSP_POG_svet_rast	,894	4	73	,472
GOSP_POG_držav_rast	1,062	4	73	,381
GOSP_POG_pano_rast	2,193	4	76	,078
NORME_družb_narav	1,079	4	77	,373
NORME_regulativa	1,293	4	77	,280
VLAD_POL_poen_post	1,008	4	77	,409
VLAD_POL_fin_spodb	,635	4	78	,639
INFRASTR_izobraž	,158	4	78	,959
INFRASTR_posl_prost	,666	4	77	,617
POD_INST_dostop	1,263	4	78	,292
POD_INST_pod_prog	2,215	4	77	,075

*Tabela 22: Preskus enakosti povprečnih ocen dejavnikov uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na število podjetij ustanovljenih v preteklosti – F preskus*

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
POSL_PRIL_prem_ideja	Between Groups	4,886	4	1,222	1,804	,137
	Within Groups	52,138	77	,677		
	Total	57,024	81			
POSL_PRIL_tržna_ideja	Between Groups	1,278	4	,320	,458	,766
	Within Groups	53,042	76	,698		
	Total	54,321	80			
PODJET_predan	Between Groups	,893	4	,223	,540	,707
	Within Groups	32,263	78	,414		
	Total	33,157	82			
PODJET_strast	Between Groups	1,443	4	,361	,573	,683
	Within Groups	49,111	78	,630		
	Total	50,554	82			
PODJET_motiviran	Between Groups	1,656	4	,414	,897	,470
	Within Groups	36,007	78	,462		
	Total	37,663	82			
PODJET_potreben_dose	Between Groups	2,147	4	,537	1,054	,385
	Within Groups	39,709	78	,509		
	Total	41,855	82			

PODJET_prepričan_sposo	Between Groups Within Groups Total	1,601 53,459 55,060	4 78 82	,400 ,685	,584	,675
PODJET_zazna_prilo	Between Groups Within Groups Total	3,309 52,715 56,024	4 78 82	,827 ,676	1,224	,307
PODJET_izkoristi_prilo	Between Groups Within Groups Total	3,778 54,631 58,410	4 78 82	,945 ,700	1,349	,260
PODJET_pridobiva_infor	Between Groups Within Groups Total	1,322 48,895 50,217	4 78 82	,330 ,627	,527	,716
PODJET_vpliva_usodo	Between Groups Within Groups Total	7,825 65,681 73,506	4 76 80	1,956 ,864	2,264	,070
PODJET_neform_znanje	Between Groups Within Groups Total	2,072 53,735 55,807	4 78 82	,518 ,689	,752	,560
PODJET_stopnja_izobr	Between Groups Within Groups Total	3,991 69,069 73,060	4 78 82	,998 ,886	1,127	,350
PODJET_del_izkušnje	Between Groups Within Groups Total	3,756 76,500 80,256	4 77 81	,939 ,994	,945	,443
UST_TIM_pred_znanje	Between Groups Within Groups Total	,820 52,167 52,986	4 69 73	,205 ,756	,271	,896
UST_TIM_razn_znanje	Between Groups Within Groups Total	3,600 35,085 38,685	4 68 72	,900 ,516	1,745	,150
UST_TIM_def_vloge	Between Groups Within Groups Total	2,622 62,885 65,507	4 68 72	,656 ,925	,709	,589
UST_TIM_motiviran	Between Groups Within Groups Total	2,323 37,896 40,219	4 68 72	,581 ,557	1,042	,392
UST_TIM_vizija	Between Groups Within Groups Total	4,676 25,571 30,247	4 68 72	1,169 ,376	3,109	,021
ZNAČ_POD_odločanje	Between Groups Within Groups Total	10,039 67,733 77,772	4 74 78	2,510 ,915	2,742	,035
ZNAČ_POD_št_ustanov	Between Groups Within Groups Total	3,709 109,279 112,987	4 73 77	,927 1,497	,619	,650
ZNAČ_POD_geo_področ	Between Groups Within Groups Total	3,964 71,808 75,772	4 74 78	,991 ,970	1,021	,402
ZNAČ_POD_rast_panoga	Between Groups Within Groups Total	3,327 71,473 74,800	4 75 79	,832 ,953	,873	,484
PROIZVOD_zad_zahteve	Between Groups Within Groups Total	3,662 38,561 42,222	4 76 80	,915 ,507	1,804	,137
PROIZVOD_sprejet	Between Groups Within Groups Total	1,554 41,730 43,284	4 76 80	,388 ,549	,707	,589
PROIZVOD_inovativen	Between Groups Within Groups Total	4,839 56,077 60,916	4 78 82	1,210 ,719	1,683	,162
PROIZVOD_konkure	Between Groups Within Groups Total	3,556 59,358 62,914	4 76 80	,889 ,781	1,138	,345
PROIZVOD_kvaliteten	Between Groups Within Groups Total	2,217 58,771 60,988	4 76 80	,554 ,773	,717	,583
PROIZVOD_dod_vredn	Between Groups Within Groups Total	3,202 61,688 64,890	4 77 81	,801 ,801	,999	,413
RAZVOJ_raz_kader	Between Groups Within Groups Total	,453 54,435 54,888	4 75 79	,113 ,726	,156	,960
RAZVOJ_teh_adaptira	Between Groups Within Groups Total	,521 69,035 69,556	4 76 80	,130 ,908	,143	,965
RAZVOJ_števil_proiz	Between Groups Within Groups Total	4,558 74,332 78,890	4 77 81	1,140 ,965	1,180	,326
RAZVOJ_delež_sred	Between Groups Within Groups Total	,921 55,918 56,840	4 76 80	,230 ,736	,313	,868
RAZVOJ_hiter_razvoj	Between Groups Within Groups Total	3,089 77,411 80,500	4 77 81	,772 1,005	,768	,549
RAZVOJ_intelekt_last	Between Groups Within Groups Total	4,439 93,116 97,556	4 76 80	1,110 1,225	,906	,465
ODNOS_S_zasled_potrebe	Between Groups Within Groups Total	3,022 57,575 60,598	4 77 81	,756 ,748	1,010	,407
ODNOS_S_sprem_navade	Between Groups Within Groups Total	7,223 58,789 66,012	4 77 81	1,806 ,763	2,365	,060
ODNOS_S_pov_inform	Between Groups	4,218	4	1,055	1,341	,263



	Within Groups	59,782	76	,787		
	Total	64,000	80			
TRŽENJE_trž_analiza	Between Groups	1,412	4	,353	,390	,816
	Within Groups	70,684	78	,906		
	Total	72,096	82			
TRŽENJE_kom_tehno	Between Groups	1,370	4	,343	,444	,776
	Within Groups	58,630	76	,771		
	Total	60,000	80			
TRŽENJE_hiter_vstop	Between Groups	,757	4	,189	,274	,894
	Within Groups	53,255	77	,692		
	Total	54,012	81			
TRŽENJE_inov_trženje	Between Groups	5,797	4	1,449	1,887	,121
	Within Groups	57,590	75	,768		
	Total	63,388	79			
TRŽENJE_velik_trg	Between Groups	5,051	4	1,263	1,472	,219
	Within Groups	65,196	76	,858		
	Total	70,247	80			
TRŽENJE_tuj_trg	Between Groups	7,018	4	1,755	1,909	,118
	Within Groups	68,932	75	,919		
	Total	75,950	79			
TRŽENJE_rastoči_trg	Between Groups	3,566	4	,891	1,672	,165
	Within Groups	39,984	75	,533		
	Total	43,550	79			
TRŽENJE_diferenc_proiz	Between Groups	5,511	4	1,378	2,103	,089
	Within Groups	47,822	73	,655		
	Total	53,333	77			
STRATEGIJA_jasna	Between Groups	3,486	4	,871	1,167	,332
	Within Groups	57,502	77	,747		
	Total	60,988	81			
STRATEGIJA_tržna_niša	Between Groups	1,761	4	,440	,622	,648
	Within Groups	55,203	78	,708		
	Total	56,964	82			
STRATEGIJA_inov_proiz	Between Groups	1,938	4	,485	,684	,605
	Within Groups	55,243	78	,708		
	Total	57,181	82			
STRATEGIJA_štev_strank	Between Groups	1,170	4	,293	,289	,884
	Within Groups	76,830	76	1,011		
	Total	78,000	80			
STRATEGIJA_konk_pod	Between Groups	9,517	4	2,379	2,629	,041
	Within Groups	65,159	72	,905		
	Total	74,675	76			
FINANC_ban_posojila	Between Groups	8,282	4	2,070	1,702	,159
	Within Groups	90,022	74	1,217		
	Total	98,304	78			
FINANC_riz_sklad	Between Groups	4,119	4	1,030	,962	,434
	Within Groups	77,101	72	1,071		
	Total	81,221	76			
FINANC_posl_angel	Between Groups	4,534	4	1,133	,934	,449
	Within Groups	86,137	71	1,213		
	Total	90,671	75			
FINANC_razpisi	Between Groups	4,532	4	1,133	,938	,447
	Within Groups	92,993	77	1,208		
	Total	97,524	81			
GOSP_POG_svet_rast	Between Groups	2,748	4	,687	,589	,671
	Within Groups	85,098	73	1,166		
	Total	87,846	77			
GOSP_POG_držav_rast	Between Groups	1,141	4	,285	,240	,915
	Within Groups	86,654	73	1,187		
	Total	87,795	77			
GOSP_POG_pano_rast	Between Groups	3,353	4	,838	1,232	,304
	Within Groups	51,709	76	,680		
	Total	55,062	80			
NORME_družb_narav	Between Groups	1,915	4	,479	,441	,779
	Within Groups	83,646	77	1,086		
	Total	85,561	81			
NORME_regulativa	Between Groups	1,458	4	,364	,357	,838
	Within Groups	78,494	77	1,019		
	Total	79,951	81			
VLAD_POL_poen_post	Between Groups	2,509	4	,627	,419	,795
	Within Groups	115,296	77	1,497		
	Total	117,805	81			
VLAD_POL_fin_spodb	Between Groups	2,680	4	,670	,466	,761
	Within Groups	112,212	78	1,439		
	Total	114,892	82			
INFRASTR_izobraž	Between Groups	3,397	4	,849	,646	,631
	Within Groups	102,459	78	1,314		
	Total	105,855	82			
INFRASTR_posl_prost	Between Groups	4,025	4	1,006	,759	,555
	Within Groups	102,073	77	1,326		
	Total	106,098	81			
POD_INST_dostop	Between Groups	,966	4	,241	,160	,958
	Within Groups	117,709	78	1,509		
	Total	118,675	82			
POD_INST_pod_prog	Between Groups	4,456	4	1,114	,913	,461
	Within Groups	93,934	77	1,220		
	Total	98,390	81			

## Priloga 10: Povezanost notranjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja

Tabela 23: Notranji dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja – opisne statistike

Trditev	Aritmetična sredina	Standardni odklon
<b>Poslovna priložnost</b>	<b>4,36</b>	
Poslovna ideja je dobro premišljena in formulirana	4,37	0,84
Poslovna ideja naslavlja zaznano tržno potrebo	4,35	0,82
<b>Podjetnik</b>	<b>4,12</b>	
Podjetnik je predan zastavljenim ciljem	4,64	0,64
Podjetnik ima strast za posel	4,34	0,79
Podjetnik je motiviran	4,61	0,68
Podjetnik ima potrebo po dosežkih (ambiciozen)	4,31	0,71
Podjetnik je prepričan v lastne sposobnosti	4,29	0,82
Podjetnik ima sposobnost zaznati več poslovnih priložnosti	4,11	0,83
Podjetnik ima sposobnost izkoristiti več poslovnih priložnosti	4,08	0,84
Podjetnik ima sposobnost pridobivanja informacij na trgu	4,33	0,78
Podjetnik je prepričan, da lahko vpliva na lastno usodo	4,14	0,96
Podjetnik poseduje visoko stopnjo neformalnega znanja (ni vezano na izobrazbo)	4,05	0,82
Podjetnik ima visoko stopnjo izobrazbe	2,71	0,94
Podjetnik ima delovne izkušnje	3,82	1,00
<b>Člani ustanovitvenega tima</b>	<b>4,25</b>	
Člani ustanovitvenega tima imajo predhodna znanja in izkušnje	4,01	0,85
Člani ustanovitvenega tima imajo raznolika znanja in izkušnje	4,18	0,73
Člani ustanovitvenega tima imajo dobro definirane vloge in odgovornosti	4,08	0,95
Člani ustanovitvenega tima so motivirani	4,48	0,75
Člani ustanovitvenega tima imajo skupno vizijo	4,51	0,65
<b>Značilnosti podjetja ob ustanovitvi</b>	<b>2,98</b>	
Novoustanovljeno podjetje ima učinkovito strukturo odločanja	3,66	1,00
Novoustanovljeno podjetje ima večje število ustanoviteljev	2,32	1,21
Novoustanovljeno podjetje je locirano na ugodnem geografskem področju	2,66	0,99
Novoustanovljeno podjetje posluje v hitro rastoči panogi	3,30	0,97
<b>Proizvod ali storitev</b>	<b>4,09</b>	
Proizvod zadovoljuje kupčeve zahteve	4,52	0,73
Proizvod je dobro sprejet med kupci	4,31	0,74
Proizvod je inovativen	3,81	0,86
Proizvod je cenovno konkurenčen	3,84	0,89
Proizvod je dobro testiran in kvaliteten	4,01	0,87
Proizvod ima visoko dodano vrednost	4,04	0,90
<b>Razvoj in tehnologija</b>	<b>3,48</b>	
V novoustanovljenem podjetju imajo razpoložljiv razvojni kader	3,96	0,83
Novo razvita tehnologija se enostavno adaptira na trgu	3,74	0,93
V novoustanovljenem podjetju razvijajo večje število novih proizvodov	2,96	0,99
V novoustanovljenem podjetju namenjajo velik delež sredstev za razvoj	3,80	0,84
V novoustanovljenem podjetju hitro razvijajo nove proizvode	3,50	1,00
Inovacije so zaščitene s pomočjo intelektualne lastnine	2,93	1,10
<b>Odnos podjetja s strankami</b>	<b>4,19</b>	
V novoustanovljenem podjetju zasledujejo strankine potrebe	4,23	0,86
V novoustanovljenem podjetju spremljajo obnašanje in navade svojih potencialnih kupcev	4,11	0,90
V novoustanovljenem podjetju zbirajo povratne informacije s strani svojih kupcev	4,22	0,89
<b>Trženje</b>	<b>3,76</b>	
V novoustanovljenem podjetju imajo pripravljeno tržno analizo	3,78	0,94
V novoustanovljenem podjetju imajo sposobnost komercializacije tehnologije	4,11	0,87
Novoustanovljeno podjetje hitro vstopa na trg	3,89	0,82
V novoustanovljenem podjetju uporabljajo inovativne tržne prijeme in aktivnosti pri trženju svojih proizvodov	3,79	0,90
Novoustanovljeno podjetje vstopa na velik trg	3,51	0,94
Novoustanovljeno podjetje plasira nov proizvod na tuje trge (internacionalizacija)	3,78	0,98
Novoustanovljeno podjetje vstopa na hitro rastoči trg	3,58	0,74
Novoustanovljeno podjetje ponuja proizvod z visoko stopnjo diferenciacije	3,67	0,83
<b>Strategija</b>	<b>3,68</b>	
V novoustanovljenem podjetju imajo jasno definirano strategijo	3,99	0,87
Novoustanovljeno podjetje izkorišča tržno nišo	4,16	0,83

V novoustanovljenem podjetju razvijajo visoko inovativne proizvode	3,76	0,84
Novoustanovljeno podjetje ponuja proizvod, ki je namenjen velikemu številu potencialnih strank	3,56	0,99
Novoustanovljeno podjetje sodeluje s konkurenčnimi podjetji pri plasiranju proizvodov na trg	2,94	0,99

---

## Priloga 11: Povezanost zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja

Tabela 24: Zunanji dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja – opisne statistike

Trditev	Aritmetična sredina	Standardni odklon
<b>Financiranje</b>	<b>3,67</b>	
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do dolžniškega načina financiranja (bančna posojila)	3,71	1,12
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do financiranja preko rizičnih skladov	3,66	1,03
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do financiranja preko poslovnih angelov	3,43	1,10
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do sredstev s strani državnih in lokalnih razpisov za spodbujanje podjetništva	3,87	1,10
<b>Splošni gospodarski pogoji</b>	<b>3,35</b>	
Novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se globalna ekonomija nahaja v fazi visoke gospodarske rasti (konjunktura)	3,23	1,07
Novoustanovljeno podjetje je ustanovljeno v času, ko se država nahaja v fazi visoke gospodarske rasti (konjunktura)	3,05	1,07
Novoustanovljeno podjetje vstopa v panogo, ki izkazuje visoko stopnjo rasti	3,75	0,83
<b>Kulturne in družbene norme</b>	<b>3,98</b>	
Novoustanovljeno podjetje posluje v družbi, ki je pozitivno naravnana do podjetništva	3,93	1,03
Novoustanovljeno podjetje posluje v okolju, kjer so norme in regulative usmerjene k spodbujanju podjetništva	4,02	0,99
<b>Vladna in ekonomska politika</b>	<b>4,01</b>	
Država skrbi za poenostavitev postopkov in zmanjševanje ovir pri poslovanju podjetij	4,05	1,21
Država zagotavlja finančne spodbude v obliki davčnih olajšav, državnih pomoči idr. za spodbujanje podjetništva	3,96	1,18
<b>Infrastruktura</b>	<b>3,71</b>	
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do poslovnih, pravnih in strokovnih izobraževanj in svetovanj	3,69	1,14
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do fizične infrastrukture (poslovni prostori)	3,73	1,14
<b>Podporne inštitucije</b>	<b>3,53</b>	
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do podpornih inštitucij (inkubatorjev, tehnoloških parkov,...)	3,53	1,20
Novoustanovljeno podjetje ima dostop do nacionalnih in lokalnih podpornih programov namenjenih spodbujanju podjetništva	3,54	1,10

**Priloga 12: Primerjava povezanosti notranjih in zunanjih dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja**

*Tabela 25: Notranji in zunanji dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja*

**Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	NOTRANJI_DEJAVNIKI	3,779609	83	,4411168	,0484189
	ZUNANJI_DEJAVNIKI	3,584280	83	,7277153	,0798771

*Tabela 26: Notranji in zunanji dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja – t-preskus*

**Paired Samples Test**

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	NOTRANJI_DEJAVNIKI - ZUNANJI_DEJAVNIKI	,1953293	,5861288	,0643360	,0673445	,3233141	3,036	82	,003

**Priloga 13: Primerjava povezanosti dejavnikov z uspehom novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja z vidika izkušenosti podjetnika**

*Tabela 27: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na izkušnost podjetnika*

Group Statistics					
IZKUŠENOST	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
POSL_PRIL_prem_ideja	neizkušen izkušen	43 39	4,30 4,44	,803 ,882	,122 ,141
POSL_PRIL_tržna_ideja	neizkušen izkušen	42 39	4,33 4,36	,754 ,903	,116 ,145
PODJET_predan	neizkušen izkušen	44 39	4,64 4,64	,532 ,743	,080 ,119
PODJET_strast	neizkušen izkušen	44 39	4,39 4,28	,689 ,887	,104 ,142
PODJET_motiviran	neizkušen izkušen	44 39	4,70 4,51	,462 ,854	,070 ,137
PODJET_potreben_dose	neizkušen izkušen	44 39	4,39 4,23	,655 ,777	,099 ,124
PODJET_prepričan_sposob	neizkušen izkušen	44 39	4,36 4,21	,750 ,894	,113 ,143
PODJET_zazna_prilo	neizkušen izkušen	44 39	4,09 4,13	,772 ,894	,116 ,143
PODJET_izkoristi_prilo	neizkušen izkušen	44 39	4,09 4,08	,830 ,870	,125 ,139
PODJET_pridobiva_infor	neizkušen izkušen	44 39	4,34 4,31	,776 ,800	,117 ,128
PODJET_vpliva_usodo	neizkušen izkušen	42 39	4,19 4,08	,833 1,085	,129 ,174
PODJET_neform_znanje	neizkušen izkušen	44 39	4,07 4,03	,846 ,811	,128 ,130
PODJET_stopnja_izobr	neizkušen izkušen	44 39	2,61 2,82	,895 ,997	,135 ,160
PODJET_del_izkušnje	neizkušen izkušen	43 39	3,91 3,72	1,019 ,972	,155 ,156
UST_TIM_pred_znanje	neizkušen izkušen	37 37	3,92 4,11	,894 ,809	,147 ,133
UST_TIM_razn_znanje	neizkušen izkušen	37 36	4,24 4,11	,641 ,820	,105 ,137
UST_TIM_def_vloge	neizkušen izkušen	37 36	4,05 4,11	,911 1,008	,150 ,168
UST_TIM_motiviran	neizkušen izkušen	37 36	4,46 4,50	,691 ,811	,114 ,135
UST_TIM_vizija	neizkušen izkušen	37 36	4,65 4,36	,484 ,762	,080 ,127
ZNAČ_POD_odločanje	neizkušen izkušen	42 37	3,76 3,54	,878 1,120	,136 ,184
ZNAČ_POD_št_ustanov	neizkušen izkušen	42 36	2,38 2,25	1,209 1,228	,187 ,205
ZNAČ_POD_geo_področ	neizkušen izkušen	42 37	2,74 2,57	,912 1,068	,141 ,176
ZNAČ_POD_rast_panoga	neizkušen izkušen	42 38	3,38 3,21	,882 1,069	,136 ,173
PROIZVOD_zad_zachteve	neizkušen izkušen	43 38	4,65 4,37	,529 ,883	,081 ,143
PROIZVOD_sprejet	neizkušen izkušen	43 38	4,28 4,34	,630 ,847	,096 ,137
PROIZVOD_inovativen	neizkušen izkušen	44 39	3,70 3,92	,851 ,870	,128 ,139
PROIZVOD_konkure	neizkušen izkušen	43 38	3,95 3,71	,872 ,898	,133 ,146
PROIZVOD_kvaliteten	neizkušen izkušen	44 37	4,14 3,86	,765 ,976	,115 ,161
PROIZVOD_dod_vredn	neizkušen izkušen	44 38	4,11 3,95	,813 ,985	,123 ,160
RAZVOJ_raz_kader	neizkušen izkušen	42 38	3,98 3,95	,749 ,928	,116 ,151
RAZVOJ_teh_adaptira	neizkušen izkušen	42 39	3,79 3,69	,925 ,950	,143 ,152
RAZVOJ_štev_proiz	neizkušen izkušen	43 39	2,95 2,97	,975 1,013	,149 ,162
RAZVOJ_delež_sred	neizkušen izkušen	42 39	3,79 3,82	,750 ,942	,116 ,151
RAZVOJ_hiter_razvoj	neizkušen izkušen	43 39	3,53 3,46	,984 1,022	,150 ,164
RAZVOJ_intelekt_last	neizkušen izkušen	43 38	2,88 2,97	1,179 1,026	,180 ,166
ODNOS_S_zasled_potrebe	neizkušen izkušen	44 38	4,23 4,24	,912 ,820	,137 ,133
ODNOS_S_sprem_navade	neizkušen izkušen	44 38	4,27 3,92	,924 ,850	,139 ,138
ODNOS_S_pov_inform	neizkušen izkušen	43 38	4,40 4,03	,760 1,000	,116 ,162
TRŽENJE_trž_analiza	neizkušen	44	3,80	,954	,144

	izkušen	39	3,77	,931	,149
TRŽENJE_kom_tehno	neizkušen	43	4,19	,794	,121
	izkušen	38	4,03	,944	,153
TRŽENJE_hiter_vstop	neizkušen	44	3,84	,861	,130
	izkušen	38	3,95	,769	,125
TRŽENJE_inov_trženje	neizkušen	42	3,64	,879	,136
	izkušen	38	3,95	,899	,146
TRŽENJE_velik_trg	neizkušen	42	3,60	,964	,149
	izkušen	39	3,41	,910	,146
TRŽENJE_tuj_trg	neizkušen	41	3,83	,998	,156
	izkušen	39	3,72	,972	,156
TRŽENJE_rastoči_trg	neizkušen	42	3,57	,703	,109
	izkušen	38	3,58	,793	,129
TRŽENJE_diferenc_proiz	neizkušen	41	3,76	,767	,120
	izkušen	37	3,57	,899	,148
STRATEGIJA_jasna	neizkušen	43	3,91	,811	,124
	izkušen	39	4,08	,929	,149
STRATEGIJA_tržna_niša	neizkušen	44	4,11	,868	,131
	izkušen	39	4,21	,801	,128
STRATEGIJA_inov_proiz	neizkušen	44	3,64	,750	,113
	izkušen	39	3,90	,912	,146
STRATEGIJA_stev_strank	neizkušen	42	3,45	1,041	,161
	izkušen	39	3,67	,927	,148
STRATEGIJA_konk_pod	neizkušen	41	2,61	1,022	,160
	izkušen	36	3,31	,822	,137
FINANC_ban_posojila	neizkušen	42	3,57	1,063	,164
	izkušen	37	3,86	1,182	,194
FINANC_riz_sklad	neizkušen	40	3,63	,952	,151
	izkušen	37	3,70	1,127	,185
FINANC_posl_angel	neizkušen	40	3,40	1,057	,167
	izkušen	36	3,47	1,158	,193
FINANC_razpisi	neizkušen	43	3,91	1,019	,155
	izkušen	39	3,82	1,189	,190
GOSP_POG_svet_rast	neizkušen	40	3,10	,982	,155
	izkušen	38	3,37	1,149	,186
GOSP_POG_držav_rast	neizkušen	40	3,05	,959	,152
	izkušen	38	3,05	1,184	,192
GOSP_POG_pano_rast	neizkušen	42	3,81	,740	,114
	izkušen	39	3,69	,922	,148
NORME_družb_narav	neizkušen	44	3,93	,900	,136
	izkušen	38	3,92	1,171	,190
NORME_regulativa	neizkušen	44	3,98	,902	,136
	izkušen	38	4,08	1,100	,178
VLAD_POL_poen_post	neizkušen	43	3,98	1,205	,184
	izkušen	39	4,13	1,218	,195
VLAD_POL_fin_spodb	neizkušen	44	3,84	1,256	,189
	izkušen	39	4,10	1,095	,175
INFRASTR_izobraž	neizkušen	44	3,50	1,089	,164
	izkušen	39	3,90	1,165	,187
INFRASTR_posl_prost	neizkušen	44	3,57	1,149	,173
	izkušen	38	3,92	1,124	,182
POD_INST_dostop	neizkušen	44	3,45	1,022	,154
	izkušen	39	3,62	1,388	,222
POD_INST_pod_prog	neizkušen	44	3,50	1,000	,151
	izkušen	38	3,58	1,222	,198

Tabela 28: Dejavniki uspeha novoustanovljenega visokotehnološkega podjetja glede na izkušnost podjetnika – t-preskus

#### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
POSL_PRIL_prem_ideja	Equal variances assumed	,496	,483	-,718	80	,475	-,134	,186
	Equal variances not assumed			-,714	77,138	,477	-,134	,187
POSL_PRIL_tržna_ideja	Equal variances assumed	,733	,394	-,139	79	,890	-,026	,184
	Equal variances not assumed			-,138	74,300	,890	-,026	,186
PODJET_predan	Equal variances assumed	,172	,679	-,033	81	,974	-,005	,141
	Equal variances not assumed			-,032	68,002	,974	-,005	,143
PODJET_strast	Equal variances assumed	,243	,624	,602	81	,549	,104	,173
	Equal variances not assumed			,593	71,473	,555	,104	,176
PODJET_motiviran	Equal variances assumed	7,107	,009	1,292	81	,200	,192	,148
	Equal variances not assumed			1,249	56,835	,217	,192	,153
PODJET_potreben_dose	Equal variances assumed	,131	,719	,990	81	,325	,156	,157
	Equal variances not assumed			,980	74,740	,330	,156	,159
PODJET_prepričan_sposo	Equal variances assumed	,298	,587	,878	81	,382	,159	,180
	Equal variances not assumed			,869	74,561	,388	,159	,182
PODJET_zazna_prilo	Equal variances assumed	2,276	,135	-,204	81	,839	-,037	,183
	Equal variances not assumed			-,202	75,647	,840	-,037	,184
PODJET_izkoristi_prilo	Equal variances assumed	,624	,432	,075	81	,940	,014	,187
	Equal variances not assumed			,075	78,753	,941	,014	,187
PODJET_pridobiva_infor	Equal variances assumed	,030	,863	,192	81	,848	,033	,173
	Equal variances not assumed			,192	79,161	,849	,033	,173
PODJET_vpliva_usodo	Equal variances assumed	3,142	,080	,530	79	,597	,114	,214

	Equal variances not assumed			,525	71,212	,601	,114	,216
PODJET_neform_znanje	Equal variances assumed	,089	,766	,233	81	,816	,043	,182
	Equal variances not assumed			,234	80,495	,816	,043	,182
PODJET_stopnja_izobr	Equal variances assumed	,292	,591	-,997	81	,322	-,207	,208
	Equal variances not assumed			-,990	76,976	,325	-,207	,209
PODJET_del_izkušnjje	Equal variances assumed	,421	,518	,857	80	,394	,189	,220
	Equal variances not assumed			,859	79,789	,393	,189	,220
UST_TIM_pred_znanje	Equal variances assumed	,048	,827	-,955	72	,343	-,189	,198
	Equal variances not assumed			-,955	71,299	,343	-,189	,198
UST_TIM_razn_znanje	Equal variances assumed	1,204	,276	,768	71	,445	,132	,172
	Equal variances not assumed			,765	66,235	,447	,132	,173
UST_TIM_def_vloge	Equal variances assumed	,298	,587	-,254	71	,800	-,057	,225
	Equal variances not assumed			-,253	69,853	,801	-,057	,225
UST_TIM_motiviran	Equal variances assumed	,001	,980	-,230	71	,819	-,041	,176
	Equal variances not assumed			-,230	68,631	,819	-,041	,177
UST_TIM_vizija	Equal variances assumed	13,230	,001	1,931	71	,058	,288	,149
	Equal variances not assumed			1,919	59,041	,060	,288	,150
ZNAČ_POD_odločanje	Equal variances assumed	4,368	,040	,983	77	,329	,221	,225
	Equal variances not assumed			,968	68,019	,336	,221	,229
ZNAČ_POD_št_ustanov	Equal variances assumed	,002	,964	,474	76	,637	,131	,277
	Equal variances not assumed			,473	73,821	,638	,131	,277
ZNAČ_POD_geo_področ	Equal variances assumed	2,131	,148	,765	77	,446	,171	,223
	Equal variances not assumed			,758	71,281	,451	,171	,225
ZNAČ_POD_rast_panoga	Equal variances assumed	2,450	,122	,780	78	,438	,170	,218
	Equal variances not assumed			,773	71,965	,442	,170	,221
PROIZVOD_zad_zachteve	Equal variances assumed	6,562	,012	1,771	79	,080	,283	,160
	Equal variances not assumed			1,720	58,994	,091	,283	,164
PROIZVOD_sprejet	Equal variances assumed	1,633	,205	-,383	79	,703	-,063	,165
	Equal variances not assumed			-,376	67,726	,708	-,063	,168
PROIZVOD_inovativen	Equal variances assumed	,412	,523	-1,155	81	,251	-,219	,189
	Equal variances not assumed			-1,154	79,354	,252	-,219	,189
PROIZVOD_konkure	Equal variances assumed	,170	,681	1,235	79	,221	,243	,197
	Equal variances not assumed			1,232	77,155	,222	,243	,197
PROIZVOD_kvaliteten	Equal variances assumed	,198	,658	1,402	79	,165	,271	,194
	Equal variances not assumed			1,373	67,677	,174	,271	,198
PROIZVOD_dod_vredn	Equal variances assumed	,465	,497	,837	80	,405	,166	,199
	Equal variances not assumed			,826	71,932	,412	,166	,201
RAZVOJ_raz_kader	Equal variances assumed	,492	,485	,153	78	,878	,029	,188
	Equal variances not assumed			,152	71,121	,880	,029	,190
RAZVOJ_teh_adaptira	Equal variances assumed	,776	,381	,448	79	,655	,093	,208
	Equal variances not assumed			,448	78,187	,656	,093	,209
RAZVOJ_števe_proiz	Equal variances assumed	,417	,520	-,095	80	,925	-,021	,220
	Equal variances not assumed			-,095	78,526	,925	-,021	,220
RAZVOJ_delež_sred	Equal variances assumed	2,261	,137	-,185	79	,854	-,035	,189
	Equal variances not assumed			-,183	72,585	,855	-,035	,190
RAZVOJ_hiter_razvoj	Equal variances assumed	,258	,613	,331	80	,742	,073	,222
	Equal variances not assumed			,330	78,541	,742	,073	,222
RAZVOJ_intelekt_last	Equal variances assumed	,610	,437	-,364	79	,717	-,090	,247
	Equal variances not assumed			-,367	78,985	,715	-,090	,245
ODNOS_S_zasled_potrebe	Equal variances assumed	,650	,423	-,050	80	,961	-,010	,193
	Equal variances not assumed			-,050	79,856	,960	-,010	,191
ODNOS_S_sprem_navade	Equal variances assumed	1,861	,176	1,783	80	,078	,352	,197
	Equal variances not assumed			1,794	79,659	,077	,352	,196
ODNOS_S_pov_inform	Equal variances assumed	2,696	,105	1,882	79	,063	,369	,196
	Equal variances not assumed			1,851	68,686	,068	,369	,199
TRŽENJE_trž_analiza	Equal variances assumed	,011	,918	,126	81	,900	,026	,207
	Equal variances not assumed			,127	80,240	,900	,026	,207
TRŽENJE_kom_tehno	Equal variances assumed	,104	,749	,827	79	,411	,160	,193
	Equal variances not assumed			,818	72,717	,416	,160	,195
TRŽENJE_hiter_vstop	Equal variances assumed	2,863	,095	-,586	80	,559	-,106	,182
	Equal variances not assumed			-,591	79,899	,556	-,106	,180
TRŽENJE_inov_trženje	Equal variances assumed	,904	,345	-1,531	78	,130	-,305	,199
	Equal variances not assumed			-1,529	76,814	,130	-,305	,199
TRŽENJE_velik_trg	Equal variances assumed	,319	,574	,887	79	,378	,185	,209
	Equal variances not assumed			,888	78,978	,377	,185	,208
TRŽENJE_tuj_trg	Equal variances assumed	,000	,988	,505	78	,615	,111	,220
	Equal variances not assumed			,506	77,953	,615	,111	,220
TRŽENJE_rastoči_trg	Equal variances assumed	,498	,482	-,045	78	,964	-,008	,167
	Equal variances not assumed			-,045	74,405	,964	-,008	,168
TRŽENJE_diferenc_proiz	Equal variances assumed	,767	,384	,999	76	,321	,189	,189
	Equal variances not assumed			,991	71,214	,325	,189	,190
STRATEGIJA_jasna	Equal variances assumed	,237	,628	-,885	80	,379	-,170	,192
	Equal variances not assumed			-,879	75,900	,382	-,170	,193
STRATEGIJA_tržna_niša	Equal variances assumed	,932	,337	-,497	81	,621	-,091	,184
	Equal variances not assumed			-,499	80,865	,619	-,091	,183
STRATEGIJA_inov_proiz	Equal variances assumed	,080	,778	-1,431	81	,156	-,261	,182
	Equal variances not assumed			-1,414	73,788	,162	-,261	,185
STRATEGIJA_števe_strank	Equal variances assumed	1,183	,280	-,976	79	,332	-,214	,220
	Equal variances not assumed			-,980	78,872	,330	-,214	,219
STRATEGIJA_konk_pod	Equal variances assumed	3,521	,064	-3,262	75	,002	-,696	,213
	Equal variances not assumed			-3,309	74,462	,001	-,696	,210
FINANC_ban_posojila	Equal variances assumed	,440	,509	-1,162	77	,249	-,293	,253
	Equal variances not assumed			-1,154	73,002	,252	-,293	,254
FINANC_riz_sklad	Equal variances assumed	1,237	,270	-,328	75	,744	-,078	,237
	Equal variances not assumed			-,325	70,765	,746	-,078	,239
FINANC_posl_angel	Equal variances assumed	,502	,481	-,284	74	,777	-,072	,254
	Equal variances not assumed			-,283	71,225	,778	-,072	,255
FINANC_razpisi	Equal variances assumed	,890	,348	,354	80	,724	,086	,244
	Equal variances not assumed			,352	75,270	,726	,086	,246
GOSP_POG_svet_rast	Equal variances assumed	1,337	,251	-1,111	76	,270	-,268	,242
	Equal variances not assumed			-1,107	72,873	,272	-,268	,243
GOSP_POG_držav_rast	Equal variances assumed	,778	,381	-,011	76	,991	-,003	,243
	Equal variances not assumed			-,011	71,246	,991	-,003	,245



GOSP_POG_pano_rast	Equal variances assumed	2,700	,104	,633	79	,529	,117	,185
	Equal variances not assumed			,628	72,904	,532	,117	,187
NORME_družb_narav	Equal variances assumed	1,037	,311	,047	80	,963	,011	,229
	Equal variances not assumed			,046	68,909	,963	,011	,233
NORME_regulativa	Equal variances assumed	,932	,337	-,460	80	,647	-,102	,221
	Equal variances not assumed			-,453	71,656	,652	-,102	,224
VLAD_POL_poen_post	Equal variances assumed	,014	,907	-,566	80	,573	-,151	,268
	Equal variances not assumed			-,565	79,051	,573	-,151	,268
VLAD_POL_fin_spodb	Equal variances assumed	,614	,435	-1,005	81	,318	-,262	,260
	Equal variances not assumed			-1,014	80,982	,314	-,262	,258
INFRASTR_izobraž	Equal variances assumed	,510	,477	-1,606	81	,112	-,397	,248
	Equal variances not assumed			-1,599	78,199	,114	-,397	,249
INFRASTR_posl_prost	Equal variances assumed	,622	,433	-1,400	80	,165	-,353	,252
	Equal variances not assumed			-1,403	78,739	,165	-,353	,252
POD_INST_dostop	Equal variances assumed	3,983	,049	-,606	81	,547	-,161	,266
	Equal variances not assumed			-,595	69,171	,554	-,161	,270
POD_INST_pod_prog	Equal variances assumed	,691	,408	-,322	80	,749	-,079	,245
	Equal variances not assumed			-,317	71,569	,752	-,079	,249