

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO**

**PODJETNIŠTVO IN DEJAVNIKI LOKALNEGA  
RAZVOJA V SLOVENIJI V 1990-IH LETIH**

**Ljubljana, junij 2002**

**ZORAN DOLAR**

## IZJAVA

Študent Zoran Dolar izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Miroslava Glasa, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 13.3.2002

Podpis:

# KAZALO:

UVOD.....	1
1. PODJETNIŠTVO.....	3
1.1. Definicija podjetništva in J. A. Schumpeter.....	3
1.2. Sodobne teorije podjetništva.....	4
2. VLOGA IN POMEN PODJETNIŠTVA V LOKALNEM RAZVOJU.....	5
2.1. Prispevek podjetništva k ustvarjanju inovacij.....	6
2.2. Prispevek podjetništva k ustvarjanju dohodka.....	9
2.3. Prispevek k ustvarjanju novih delovnih mest.....	9
3. TEORIJE REGIONALNIH RAZLIK V PODJETNIŠTVU.....	11
3.1. Strukturalne teorije.....	11
3.2. Sociokulturne teorije.....	12
3.3. Teorije ekonomskega okolja (dejavnikov okolja).....	12
3.3.1. Trgi.....	12
3.3.2. Razpoložljivost financ.....	13
3.3.3. Razpoložljivost informacij.....	13
3.3.4. Kakovost in razpoložljivost delovne sile.....	14
4. MODELI ZA RAZLAGO REGIONALNIH RAZLIK V PODJETNIŠTVU.....	14
4.1. Storeyjev indeks regionalnega podjetništva.....	14
4.2. Johannisenovi in Bangovi modeli.....	15
4.3. Spillingov obrazložiteni model.....	16
5. SODOBNI PODJETNIŠKI PRISTOP K LOKALNEM RAZVOJU.....	18
5.1. Spodbujanje lokalnega gospodarskega razvoja.....	19
5.1.1. Podjetniška kultura.....	19
5.1.2. Podjetniška okrožja (industrijska okrožja).....	21
5.1.3. Inovativna okolja (milieu).....	24
5.1.4. Koncept podjetniškega delovanja lokalne uprave.....	25
5.2. Proces lokalnega razvoja in ustvarjanja malih podjetij.....	27
5.3. Ključni akterji lokalnega razvoja.....	28
5.3.1. Koncept razvojne koalicije.....	29
6. DEJAVNIKI LOKALNIH RAZLIK V PODJETNIŠTVU V SLOVENIJI V 1990-IH LETIH.....	31
6.1. Metodologija.....	31
6.2. Model.....	33
6.3. Ugotovitve.....	37
6.3.1. Obdobje od 1991-94 (MODEL I):.....	37
6.3.2. Obdobje od 1995-99 (MODEL II):.....	43
7. Sklep.....	46
LITERATURA:.....	47
VIRI:.....	47

# UVOD

Ob začetku 21. stoletja ugotavljamo, da živimo v dobi podjetništva. Podjetniki uresničujejo revolucijo - Timmons jo je imenoval »tiha revolucija« - ki spreminja in prenavlja gospodarstva po svetu. Po Bygravu (Glas, 2000, str. 1) predstavljajo bistvo tega vala »novega podjetništva« naslednje ugotovitve:

- podjetništvo je bistvo sistema svobodnega trga, saj prav porajanje novih podjetij daje tržnemu gospodarstvu tisto vitalnost, ki je ni dosegal noben drug sistem;
- nova in nastajajoča podjetja ustvarjajo velik delež inovativnih proizvodov, ki spreminjajo način našega dela in življenja;
- nova podjetja ustvarjajo večino novih delovnih mest.

Podjetništvo je jedro dinamike, ki jo daje sodobnemu gospodarstvu proces hitrih tehnoloških sprememb, od katerih jih je veliko nastalo prav znotraj novih podjetniških zamisli (osebni računalnik, zdravila, informacijske storitve). Večina držav pričakuje prav od podjetništva rešitev enega največjih problemov današnjih razvitih držav – visoke stopnje nezaposlenosti (Glas, 2000, str. 1).

Podjetništvo je tesno povezano z ustanavljanjem novih podjetij. Na njegov uspeh in razvoj vpliva cel niz dejavnikov in mnogi izmed njih vsebujejo lokalno komponento. Uspeh podjetništva je močno pod vplivom lokalnega gospodarskega in socialnega okolja in se najbolje spodbuja prav z lokalnimi iniciativami, kot so: svetovanje, lokalne finančne institucije s posebnimi aranžmaji za mala in srednja podjetja in podjetniški inkubatorji. Lokalna komponenta se lahko nanaša na občine, v primeru večjih programov pa je zaradi zagotovitve kritične mase sredstev in geografske zastopanosti, včasih potrebno združiti napore več sosednjih občin oziroma celotne regije. Naloga in odgovornost lokalnih oblasti je, da s svojim delovanjem na primeren način spodbujajo podjetništvo. Za uspeh v teh prizadevanjih pa je pomembno razumevanje podjetništva in ključnih dejavnikov podjetniške aktivnosti (Glas, 2001).

Podjetništvo je rezultat treh dimenzij: ugodnih splošnih (občih) pogojev, dobro planiranih vladnih programov in sprejemljivosti v lokalni kulturi. Te dimenzije so v različnih merah prisotne po državah, zato prihaja do razlik v razvoju podjetništva. Države z večjo podjetniško aktivnostjo imajo boljše možnosti za gospodarski razvoj, saj so fleksibilnejše pri mobilizaciji resursov ter uvajanju novih proizvodov in storitev, poleg tega pa so tudi zanimivejše z vidika tujih investorjev (Glas, 2001). Tisto, kar hitro gospodarsko rastoče države loči od počasi rastočih, so razlike v stopnji razvitosti podjetništva. Hitrejša rast je predvsem rezultat sposobnosti ekonomskih subjektov, da hitreje odkrivajo in uresničujejo priložnosti za povečanje dodane vrednosti. Za podjetniško visoko razvite je značilno tudi, da so njihove elite predvsem poslovne elite in ne politične, znanstvene ali kulturne. Gre torej za cel sistem vrednot, ki v teh državah usmerjajo ustvarjalni potencial naroda na poslovna področja (Kampuš, 2000, str. 2).

V diplomskem delu bomo poskušali utemeljiti naslednje trditve. Razmah podjetništva v 1990-letih je v Sloveniji povečal razlike v gospodarski razvitosti med občinami. Hkrati občine nimajo zadosti ekonomske moči za vpliv na razvoj, zato bomo poskušali odgovoriti na vprašanje: kako lahko občine s podjetništvom vplivajo na lasten razvoj in kateri instrumenti so pri tem bistveni?

Diplomsko delo sestavljajo štirje vsebinski deli. Prvi del govori o podjetništvu in njegovih značilnostih, vlogi podjetništva pri regionalnem razvoju in ključnih dejavnikih, ki vplivajo na podjetništvo. V drugem delu govorimo o tem, kako lahko občine spodbudijo lasten razvoj. Tretji del predstavlja empirično analizo dejavnikov, ki so vplivali na razvoj podjetništva v Sloveniji v 1990-ih. Zaključek diplomskega dela predstavlja nasveti lokalnim akterjem ter predlogi katere instrumente uporabiti pri pospeševanju razvoja podjetništva.

V prvem delu definiciji podjetništva sledi kratek opis klasične in moderne teorije podjetništva. V naslednjem poglavju opišemo vlogo in pomen podjetništva v regionalnem razvoju, razloge, zakaj je podjetništvo ključen faktor razvoja nekega gospodarstva, prispevek podjetništva k ustvarjanju inovacij, k ustvarjanju novih delovnih mest in ustvarjanju dohodka. V nadaljevanju opišemo teorije o regionalnih razlikah v podjetništvu ter nekatere modele regionalnih razlik v podjetništvu, ki predstavljajo teoretično izhodišče za empirično analizo.

V drugem delu opišemo sodoben pristop k lokalnemu razvoju oziroma kako lahko občine vplivajo na lasten razvoj in kateri so bistveni elementi lokalnega razvoja.

Tretji del predstavlja empirična analiza nekaterih ključnih dejavnikov razlik v stopnjah ustanavljanja novih podjetij v Sloveniji v 1990-ih. Testiramo njihovo statistično značilnost ter ugotavljamo, ali je smer ustanavljanja novih podjetij vodila k izenačevanju podjetniške razvitosti ali so se razlike med občinami še povečevale. Oblikujemo model lokalnih razlik v podjetništvu v Sloveniji v 1990-ih letih in ga interpretiramo.

V sklepu na podlagi ugotovitev empirične analize dejavnikov podjetništva predlagamo ukrepe in instrumente, ki so bistveni za lokalni razvoj v Sloveniji.

# 1. PODJETNIŠTVO

## 1.1. Definicija podjetništva in J. A. Schumpeter

Podjetnik je inovator in uresničevalec, ki je sposoben prepoznati in izkoristiti podjetniško priložnost, prepoznano priložnost razviti v izvedljivo in tržno zanimivo podjetniško idejo, vzpostaviti organizacijo za uresničitev ideje ter z vložkom časa, naporov, denarja in spretnosti ustvariti dodano vrednost. Pri tem prevzema tveganje na konkurenčnih trgih povezano z uresničevanjem podjetniške ideje in, če uspe, požanje nagrado za vložene napore (Glas, 2000, str. 34).

Ta opredelitev je blizu pogledu Josepha Schumpetra. Zanj je ekonomski razvoj dinamičen proces, podjetnik pa je sila, ki ta razvoj povzroča. Njegova teorija kreativne destrukcije, po kateri je inovativni podjetnik glavni povzročitelj tržnega neravnovesja nasprotuje klasični ekonomski teoriji, kjer pasivni prodajalci in kupci reagirajo na spremembe cen in s tem vzpostavljajo tržno ravnovesje. Njegov trg je dinamičen in odvisen od nenehnih sprememb v obnašanju ponudnikov in povpraševalcev. Bistvo ekonomskega razvoja je podjetniško ustvarjanje nove vrednosti z uničevanjem obstoječih tržnih struktur, kar imenuje proces kreativne destrukcije.

Ekonomski sistem razčleni v tri različne razrede: v procese krožnega toka, v procese razvoja in procese, ki ovirajo nemoteno smer razvoja. V procesih krožnega toka podjetnik ni potreben, saj ekonomsko življenje poteka vselej po isti rutini. Potrošniki in proizvajalci kupujejo in prodajajo iste količine in na enak način. Šele s podjetnikom pride do razvoja, ki pomeni radikalno motnjo v krožnem toku. Podjetniki so v Schumpetrovi teoriji lastniki/menedžerji novih neodvisnih podjetij, ki prinašajo inovacije na obstoječe trge. Te inovacije rušijo obstoječe trge z ustvarjanjem novega povpraševanja in povečevanjem bogastva. Inovacije – invencije, uresničene v praksi za proizvodnjo novega produkta ali storitve, - so torej tiste, ki ustvarjajo novo povpraševanje po dobrinah in storitvah. Razvoj se udejanja z uvajanjem inovacij, ki jih Schumpeter istoveti z novimi kombinacijami proizvodnih virov:

- uvedba nove dobrine, ki je potrošniki še ne poznajo;
- uvedba nove metode proizvodnje, ki še ni bila preizkušena v praksi;
- odprtje novega trga, na katerega določena panoga še ni vstopila, ne glede na to ali je ta trg obstajal že prej ali ne;
- osvojitve novega vira dobave surovin ali polizdelkov, ne glede na to ali je že obstajal prej ali ne;
- uvajanje nove organizacije katerekoli panoge, kot ustvarjanje monopolnega položaja ali razbitje le tega.

Oseba, ki uvaja nove kombinacije je podjetnik. Podjetje mora izvajati podjetniško funkcijo, da bi obstajalo. Brez podjetnika na dolgi rok podjetje ne more obstajati. Schumpeter razlikuje tudi med podjetniki in menedžerji. Za uvajanje nove kombinacije proizvodnih virov je potreben podjetnik, ko pa se proces vzpostavi, pa vodenje proizvodnje prevzame menedžerska funkcija.

## 1.2. Sodobne teorije podjetništva

Leta 1979 je raziskava ameriškega ekonomista Davida Birchja pokazala, da so v letih 1969-76 podjetja z manj kot 100 zaposlenimi ustvarila 81% novih delovnih mest v ZDA. To spoznanje je ovrglo nekatera pomembna izhodišča neoklasične ekonomike (pomembnost velikih podjetij za gospodarsko rast) in povzročilo, da je Schumpetrova teorija kreativne destrukcije postala mnogo bolj primerna za razlago kapitalističnega gospodarstva. Tako se je pozornost ekonomistov preusmerila na podjetnike predvsem zaradi naslednjih spoznanj:

- podjetniki so ustvarjalci narodnega bogastva z uvajanjem inovacij,
- podjetniki so glavni motor gospodarske rasti in ustvarjalci novih delovnih mest in
- podjetniki zagotavljajo mehanizem razporejanja bogastva, ki temelji na inovaciji, trdem delu in prevzemanju tveganja.

Nastali so novi pogledi na podjetnika in procese podjetništva, ki jih lahko poenostavljeno razdelimo v tri sklope (Glas, 2000, str. 30):

- Prvi je značilen za ekonomiste, ki se ukvarjajo predvsem z vprašanjem KAJ. Kaj se dogaja v ekonomskem sistemu, ko podjetniki opravljajo svojo funkcijo. Temeljna enota analize je podjetniška funkcija in njen učinek na ekonomski sistem.
- Drugi je značilen za raziskovalce s področja sociologije in psihologije, ki se ukvarjajo s podjetnikom kot posameznikom. Temeljno vprašanje je ZAKAJ počno, kar pač počno.
- Tretja skupina raziskovalcev pa meni, da ni dovolj le raziskovati podjetniške stvarnosti, ampak je treba v tej stvarnosti tudi aktivno delovati. Teorija mora ponuditi orodja, da bodo podjetniki čim uspešneje opravljali svojo funkcijo. Ukvarjajo se predvsem s KAKO in analizirajo značilnosti podjetniškega upravljanja.

Posledica različnih pristopov k proučevanju te teme je, da imamo danes celo vrsto različnih pogledov na podjetništvo. Pristope je mogoče razdeliti v dve osnovni skupini, glede na to ali se lotevajo problemov z makro ali mikro vidika. Za makro pristop je značilno, da išče razloge za neuspeh podjetništva predvsem eksterne narave npr.: institucionalna podpora podjetništvu, klima za podjetništvo v gospodarstvu ali podjetju, razpoložljivost tveganega kapitala, podpora prijateljev ali družinskih članov, prisilni razlogi (politične spremembe, izguba zaposlitve itd.). Za mikro pristop pa je značilno, da so v ospredju interni faktorji, katere podjetnik lahko nadzoruje, uravnava in usmerja.

Cunningham in Lischeron (Glas, 2000, str. 31-32) sta razvrstila obstoječe mikro poglede na podjetništvo v šest osnovnih šol podjetništva:

- Karizmatična šola podjetništva zagovarja stališče, da je uspešen podjetnik rojen s posebnimi sposobnostmi, predvsem je pomembna intuicija, ki mu pomaga prepoznati priložnost in sprejeti primerno odločitev za akcijo. Podjetnika odlikujejo tudi naslednje lastnosti: potreba po neodvisnosti in uspehu, vztrajnost, samozavest, energija, vizionarstvo, vodstvene sposobnosti itd.

- Psihološka šola usmerja svojo pozornost na osebnostne karakteristike posameznika in zagovarja stališče, da podjetnike odlikuje poseben sistem vrednot in odnos do dela in življenja nasploh. Trdijo, da podjetnikov ni mogoče ustvarjati z izobrazbo.
- Klasična šola podjetništva izhaja iz Schumpetrove definicije podjetnika (glej str. 3).
- Menedžerska šola iz menedžerskih sposobnosti podjetnikov. Podjetnik je organizator, ki organizira in izpelje določen podjetniški projekt s ciljem ustvariti dobiček, pri tem pa nase prevzema tudi tveganje za morebiten neuspeh. Ima veliko menedžerskega znanja in izkušenj, ima izredno sposobnost prepoznavanja priložnosti itd. Zagovarjajo tudi tezo, da je mogoče podjetnike ustvariti s treningom in izobraževanjem.
- Voditeljska šola podjetništva predpostavlja, da je podjetnik voditelj, ki se opira na sodelavce pri izvedbi podjetniških podvigov. Biti mora več v komuniciranju in manipuliranju z ljudmi, dober motivator in mentor, saj je njegova ključna naloga usmerjati, motivirati in voditi sodelavce.
- Notranjepodjetniška šola se je pojavila kot odgovor na pomanjkanje inovativnosti in tekmovalnosti znotraj velikih organizacij. Notranji podjetniki so do določene mere svobodni pri sprejemanju podjetniških odločitev, ki jih prepoznajo. Pomembna je primerna organizacija, ki to omogoča.

## **2. VLOGA IN POMEN PODJETNIŠTVA V LOKALNEM RAZVOJU**

Podjetniki igrajo izjemno pomembno vlogo v družbi, njihov prispevek k blaginji lahko povzamemo v naslednjih trditvah:

- ustvarjajo nova delovna mesta in s tem povečujejo zaposlenost;
- prispevajo k ekonomski rasti narodnega gospodarstva in povečanju produktivnosti;
- ustanavljajo nova podjetja, ki nas oskrbujejo z izboljšanimi izdelki in storitvami;
- odkrivajo nove poti, ki zagotavljajo dostop do izdelkov in storitev čim širšemu krogu ljudi;
- tekmujejo s svojo konkurenco, kar vodi k izboljšanju kakovosti izdelkov in storitev ter k zniževanju cene;
- z mnogimi inovacijami ustvarjajo nove priložnosti tudi za druge člane družbe;
- s svojo kreativnostjo, močno voljo in delavnostjo dajejo zgled ljudem okoli sebe in jih motivirajo za podjetniške aktivnosti, ki vodijo k ustvarjanju nove vrednosti (Glas, 2000, str. 34);
- zagotavljajo razvoj bolj uravnotežene strukture lokalnih gospodarskih dejavnosti (oskrbovanje večjih podjetij z deli, komponentami, storitvami; uvajanje novih proizvodov/storitev in novih dejavnosti);
- s pomočjo procesov spajanja, pripajanja in strateških partnerstev ustvarjajo nova srednja ali celo velika podjetja;
- učinkovito mobilizirajo in aktivirajo majhne privatne prihranke in druge resurse majhnega obsega;



- transformirajo lokalne skupnosti v liberalno odprto skupnost, ki si želi graditi občutek samozavesti in zaupanja skupaj z vizijo izboljšanja gospodarske in socialne blaginje (Glas, 2001).

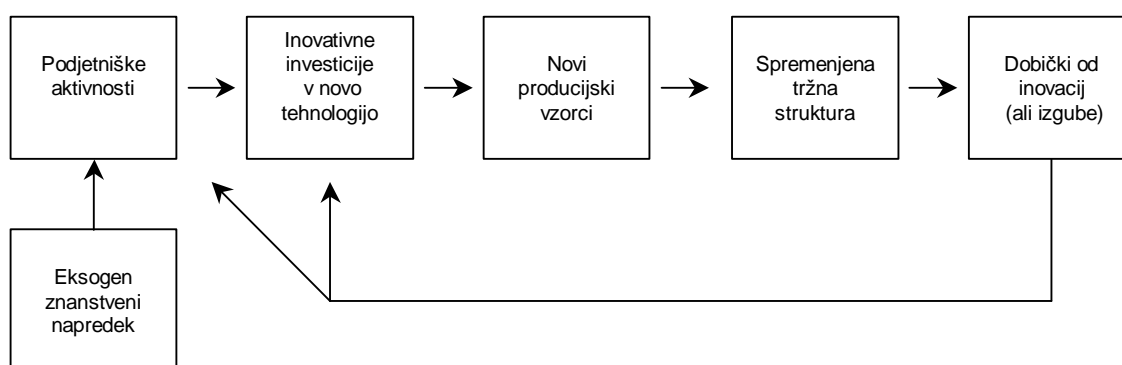
## 2.1. Prispevek podjetništva k ustvarjanju inovacij

V zadnjih dveh desetletjih se je spet povečalo zanimanje za vlogo tehnoloških sprememb kot motorja ekonomske rasti. Tehnološki razvoj se ne šteje več kot dejavnik, ki prihaja kar sam od sebe, kot to trdi neoklasična teorija. Standardni neoklasični model rasti, ki je ponujal bolj ali manj primerno razlago stabilne rasti v 50-ih in 60-ih letih, je začel izgubljati svojo privlačnost in pojasnjevalno moč. Povečanje interesa za tehnološki razvoj lahko delno pripišemo padcu ekonomske rasti v sedemdesetih. V ospredje so prišli modeli in koncepti, ki so sposobni primerneje pojasniti gospodarska nihanja.

Podjetništvo je bistvenega pomena za funkcioniranje tržnega gospodarstva, še posebej v času strukturnih sprememb, ko prehaja iz ene v drugo fazo razvoja ali iz enega družbenega sistema v drugega. V obdobjih strukturnih sprememb bo rast, ki temelji na obstoječi industriji in trgih stagnirala, medtem ko bo rast v prihodnosti odvisna od ustvarjanja novih trgov in dejavnosti. Zato ni čudno, da je narasla popularnost Schumpetrovega modela, še posebej v povezavi inovativnih podjetnikov kot »motorja« kapitalistične gospodarske rasti. Inovacije postajajo za ekonomiste eno od glavnih orodij za generiranje ekonomske rasti. Inovativna podjetja morajo zaradi zasičenosti trga z industrijskimi proizvodi iskati nove trge. Zato postaja poleg cenovne konkurence, ki jo poudarja neoklasična teorija, konkurenca na področju inovativnosti proizvodov ključnega pomena za gospodarsko rast (Davelaar, 1991, str. 1-2).

Podjetnik ponavadi ni izumitelj, ampak izume uporablja v poslovnem življenju. Z inovacijami proizvodov, ki v določenem času predstavljajo bodisi nove ali izboljšane proizvode/storitve, pridobivajo inovatorji konkurenčne prednosti, če se inovacije bolj približajo potrošnikovim potrebam in okusom, medtem, ko so inovacije procesov pomembne pri povečevanju produktivnosti in s tem pri ustvarjanju cenovnih konkurenčnih prednosti.

Slika 1: Schumpetrov model podjetniške inovativnosti

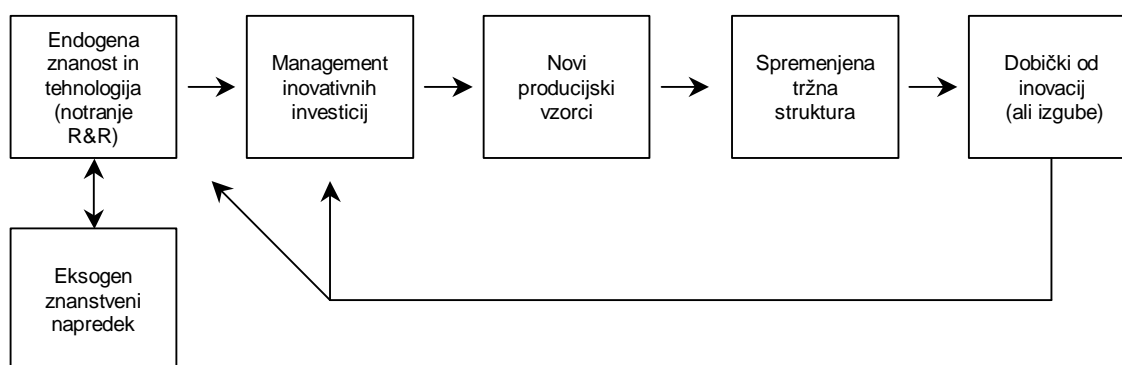


Vir: Davelaar, 1991.

V prvem Schumpetrovem modelu je podjetnikova vloga ključna za proces kreativne destrukcije. Nove kombinacije v tem modelu izvirajo iz razvoja in znanstvenega napredka, ki je eksogen.

Drugi model ponazarja inovacijske procese velikih podjetij. Glavna razlika med modeloma leži v endogenih znanstvenih in tehnoloških dejavnostih, ki so jih velika podjetja razvila v svojih laboratorijih. Uspešna inovativna vlaganja vodijo v povečane R&R aktivnosti, kar sproža učinkovit samo-ojačevalni cikel, ki vpliva na povečano tržno koncentracijo. (Davelaar, 1991, str. 3)

Slika 2: Schumpetrov model korporacijskega upravljanja inovativnosti



Vir: Davelaar, 1991.

Schumpetrova modela sta bila predmet mnogih diskusij glede vloge majhnih in velikih podjetij pri uvajanju novih kombinacij in s tem poganjanju rasti. V zadnjih časih je prvi model bolj zanimiv, vendar vseeno ne gre zanemarjati prispevka velikih podjetij k tehničnemu napredku (invencijam) in inovacijam, predvsem takim, ki jih spodbuja povpraševanje. Za modela lahko rečemo, da sta oba pomembna in v gospodarstvu lahko nastopata oba skupaj, in sicer v odvisnosti od življenjskega cikla industrije in tehnologije.

Za majhna podjetja pogosto velja, da so vir inovacij na vseh področjih, saj so prožnejša, bolj dinamična in se hitreje odzivajo na spremembe povpraševanja kot velika podjetja. Vendar je treba ločiti inovativna podjetja od tistih, ki novosti hitreje ali počasneje le privzemajo. Za ekonomski razvoj so najpomembnejši inovativni podjetniki.

Nekateri avtorji so zaradi raznolikosti vloge malih podjetij glede inovacij, poskusili identificirati te vloge, ki jih imajo podjetja glede inovacijske dejavnosti. Rizzoni (Kampuš, 2000, str. 25) razdeli podjetja v šest razredov. Od »statičnih« in »tradicionalnih« majhnih podjetij na eni strani, do podjetij, ki temeljijo na »novih tehnologijah« na drugi strani. V njegovi klasifikaciji ima panožna struktura bistven pomen. V tradicionalnih podjetjih je trend tehnoloških sprememb počasen in kar se tiče podjetja eksogen (konfekcija, pohištvo). V panogah, kot je npr. tiskanje, so tehnološke spremembe pomembnejše, vendar imajo podjetja prej vlogo posnemovalcev kot pa glavnih inovatorjev. Pri podjetjih, kjer pa je tehnologija

bistvenega pomena, bodo mala in srednja podjetja verjetno imela vlogo vodilnih inovatorjev na nekem specifičnem področju. Po Rizzoniju so to podjetja, ki temeljijo na »tehnologijah« in »novih tehnologijah«. Zaradi vse večje kompleksnosti tehnologije namreč narašča stopnja fragmentacije na posamezna področja uporabe, kar omogoča malim in srednjim podjetjem, da se specializirajo in postanejo vodilni inovatorji na nekem področju. Tipičen primer tega pojava je Silicijska dolina v Kaliforniji, od koder izvirajo elitni polprevodniki in računalniška industrija. Glavna značilnost njihovega ekonomskega razvoja je bil prehod od statusa zaposlenosti v nekem podjetju na individualno podjetništvo. Temu pojavu pravimo tehnološki »spin-off«.

Poleg tehnoloških inovacij so z vidika ohranjanja konkurenčnosti neke regije pomembne tudi vse druge vrste inovacij. Število tehnološko inovativnih podjetij je relativno majhno, zato je za večino podjetij pomemben izvor njihovih konkurenčnih prednosti. Te lahko temeljijo na nizkih stroških dela ali poceni materialih, vendar takšne prednosti ponavadi ne trajajo dolgo. Težje konkurenti posnemajo diferencirane izdelke, ki temeljijo na unikatnih izdelkih oz. storitvah. Ti izdelki ohranjajo stranke daljši čas, saj imajo lahko stranke ob zamenjavi dobaviteljev s takšnimi proizvodi visoke stroške. Fleksibilnost majhnih podjetij daje možnost izkoriščanja majhnega obsega proizvodnje za prilagajanje potrebam strank, s čimer postajajo njihova podjetja v očeh strank še bolj dragocena.

Nekateri avtorji (Kampuš, 2000, str. 25) zavračajo odvisnost stopnje inovativnosti od sektorske strukture podjetij, lokacije in starosti podjetja. Zavračajo tudi strogo povezavo med stopnjo inovativnosti in stopnjo rasti podjetja. Obstajajo namreč podjetja z nizko stopnjo inovativnosti in visoko stopnjo rasti, pa tudi podjetja z visoko stopnjo inovativnosti in nizko stopnjo rasti. Bistvenega pomena po Kirchhoff-ovem mnenju so ambicije in cilji lastnika.

Podjetniki so torej bolj ali manj inovativni. Za regionalni razvoj lahko rečemo, da so pomembne vse vrste inovacij, ki jih navaja Schumpeter, od tistih, ki temeljijo na inovacijah proizvodov/storitev do osvajanja novih trgov ter dobaviteljev ali uvajanja novih postopkov. Vsako novo podjetje, ki se obdrži na trgu, prispeva k uravnoteževanju lokalne gospodarske strukture ter razvoju. Pomembna je tako inovativnost kot tudi uporaba že udejanjenih inovacij. Seveda pa se velikost vpliva novih podjetij na blaginjo razlikuje od podjetja do podjetja.

Raziskave so pokazale, da podjetja, ki so zasnovana na novih tehnologijah, novih proizvodih/storitvah ter drugih inovacijah, rastejo hitreje na dolgi rok. Poleg tega je ugotovljeno, da so za rast podjetja pomembnejše inovacije, ki temeljijo na inovacijah proizvodov kot na inovacijah procesov. Seveda pa imajo tehnološko visoko razvita podjetja bistveno vlogo glede inovacij, nekateri celo trdijo, da ima prisotnost enega takega podjetja lahko signifikanten učinek na zaposlitvene sposobnosti celotne regije. Te ugotovitve nam že v določeni meri namigujejo na pomembno vlogo znanja in informacij v podjetniških dejavnostih, vendar je to že predmet naslednjih poglavij.

## 2.2. Prispevek podjetništva k ustvarjanju dohodka

Afirmacija podjetništva kot dejavnika rasti dohodka v prevladujoči ekonomski teoriji je nastopila s pojavom tako imenovane Nove teorije rasti<sup>1</sup>. Ime Nova teorija rasti izhaja iz dejstva, da stara teorija, ki je temeljila na delu R. Solowa ni bila sposobna pojasniti dolgoročne rasti. Endogeno dolgoročno rast so v Novi teoriji rasti pojasnili z uvedbo investicij v znanje oz. zalogo znanja kot dodatnega produkcijskega faktorja. Obstajajo različne variante novejših teorij rasti, ki se razlikujejo glede načina proizvodnje znanja. Najzanimivejši in najbolj uveljavljen je pristop, ki je blizu Schumpetrovem pogledu, kjer znanje proizvaja privatni sektor. Po tem pristopu znanje nastaja v obliki patentov za nove proizvode oziroma nove metode. Podjetja imajo monopol nad patentiranimi izdelki in prejemaajo zanje plačilo v obliki monopolnih dobičkov. Vpliv podjetništva na rast regionalnega dohodka sta dokazala Chesire in Carbonaro (Peschel, 1997, str. 43-53) na podlagi podatkov za 118 funkcionalnih regij v Evropski Uniji.

Podatki za Slovenijo kažejo na povečevanje vpliva MSP pri ustvarjanju dohodka. V obdobju od 1990 do 1998 se je neto realizacija MSP povečala z 10,1% na 34,4% celotne realizacije, delež v izvozu pa s 3,5% na 17,9%. Po oceni (Tomanič, 2000) naj bi MSP v Sloveniji ustvarila 23% BDP. Poleg tega je zaostanek pri ustvarjanju neto dodane vrednosti slovenskih MSP v primerjavi z evropskimi manjši, kot zaostanek slovenskih velikih podjetij.

## 2.3. Prispevek k ustvarjanju novih delovnih mest

Pomen malih podjetij za ustvarjanje novih delovnih mest je dobil veljavo po izdaji Birchovega poročila (Kampuš, 2000, str. 22). Rezultati raziskave o ameriških podjetjih in njihovem zaposlovanju v letih 1969 do 1976 so pokazali, da so podjetja z manj kot 100 zaposlenimi ustvarila 81% celotnih neto delovnih mest v ZDA, 66% neto novih zaposlitev pa je bilo ustvarjenih v podjetjih, ki zaposlujejo manj kot 20 delavcev. Birch je dogajanje v demografskem razvoju podjetij ponazoril s piramido podjetij, kjer na njenem spodnjem delu nastaja množica majhnih podjetij, ki pa tudi hitro izginjajo. Agregatno gledano ta skupina sicer ustvari največ bruto novih delovnih mest, vendar jih v prav tolikšnem številu tudi izgubi, zato ostaja število podjetij v tej skupini bolj ali manj stalno. Nasprotno pa majhno število hitro rastočih podjetij ustvarja veliko neto novih delovnih mest, dokler ne dosežejo velikosti, ko postanejo velika podjetja. Takrat se rast ustavi in mnoga izmed teh podjetij začnejo izgubljati konkurenčno sposobnost in začnejo odpuščati delavce. Tako po Birchovem mnenju ustvarjanje neto novih delovnih mest odpade zgolj na majhno število hitro rastočih podjetij, ki jim pravimo gazele. V ZDA naj bi v osemdesetih letih mala rastoča podjetja ustvarila več kot 20 milijonov novih delovnih mest, medtem ko je proces strateškega preoblikovanja velikih korporacij odnesel s seboj 4 milijone delovnih mest. Ameriško gospodarstvo si je povrnilo dominanten položaj proti koncu 20. stoletja prav zato, ker je znalo bolj kot drugi vključiti podjetniški duh v

---

<sup>1</sup> Nova teorija rasti je nastajala konec 1980-ih let z delom Paula Romerja, ki so ga nadaljevali vodilni svetovni ekonomisti kot: Lucas, Barro, Grossman in drugi.

svoje hitro tehnološko in tržno prestrukturiranje. Nikjer drugje na svetu niso nova mala podjetja uspela s tako hitro rastjo zasesti ključne položaje v vrsti novih panog in tako pretresti dominantne velike korporacije in jih prisiliti v enako hitro podjetniško reagiranje. Američani so uspeli ustvariti tako kombinacijo podjetniškega duha in obsežnega tveganega kapitala, povezovanje raziskovalnega, univerzitetnega in podjetniškega področja, ki nima primere nikjer v svetu. Ameriški pionirski duh najlažje uresniči Shcumpetrovo opredelitev podjetnika kot osebo, ki ruši obstoječ, ustaljen ekonomski red z uvajanjem novih proizvodov in storitev, z uvajanjem novih organizacijskih oblik in z novimi načini uporabe razpoložljivih virov in s povsem novimi materiali. Američani so tudi najbolj učinkovito uresničili obe poti te »ustvarjalne destrukcije«, tako ustanavljanje velikega števila novih podjetij kot razvijanje podjetniških jeder v velikih korporacijah kot način njihove notranje dinamike (Glas, 2000, str. 1).

Evropska Unija vidi odgovor na problem brezposelnosti ter premajhne prožnosti gospodarstva v spodbujanju malih in srednjih podjetij. Evropska mala podjetja niso mogla uresničiti istega poleta kot v ZDA. Temu so botrovali različni dejavniki: številni nacionalni predpisi, manjša mobilnost, ožigovanje neuspeha, konzervativnost potrošnikov, majhen trg in veliko valut, saj je enotni trg z evrom šele nastal. Zato se je sredi osemdesetih let Evropska Unija odločila za posebno politiko razvoja malih in srednjih podjetij, s katero je dosegla, da imajo ta podjetja danes bistveno vlogo pri ustvarjanju gospodarske rasti in novih delovnih mest. Ugotovili so tudi, da ta podjetja za preživetje in rast potrebujejo na začetku podporo države in drugih podpornih organizacij. Zahodna Evropa je ustvarila vrsto podpornih podjetniških omrežij, zlasti na področju ponudbe informacij, finančnih virov (semenskega kapitala), usposabljanja in ugodnih možnosti razvoja v podjetniških inkubatorjih, inovacijskih centrih in tehnoloških oziroma znanstvenih parkih, s poudarkom na razvoju tehnološko naprednih podjetij (Glas, 2000, str. 2).

Kljub temu, da bi težko našli raziskovalca, ki se ne bi strinjal, da majhna podjetja ustvarjajo delovna mesta hitreje kot velika, so potekale o tem že mnoge razprave. Nekateri avtorji očitajo, da je med majhnimi podjetji le malo takih, ki ustvarjajo zaposlovanje v večjem obsegu, drugi, da delovna mesta v majhnih podjetjih niso kvalitetna in spet tretji pravijo, da majhna podjetja niso pomembna glede povečevanja neto zaposlenosti, saj gre le za prenos delovnih mest iz velikih v majhna podjetja.

V Sloveniji so v obdobju 1990-1999 MSP ustvarila 95486 novih zaposlitev, medtem ko se je skupna zaposlenost zmanjšala za 192341 delovnih mest (Tomanič, 2000). Delež zaposlenih v MSP v celotnem aktivnem prebivalstvu se je v obdobju 1989-1998 povečal z 32 % na 46 %, če gledamo samo tržni del gospodarstva s 35 % na 62 % (Tomanič, 2000). Zato lahko rečemo, da je sektor MSP postal dominanten sektor zaposlovanja in da je prispeval vso rast zaposlenosti v zadnjem desetletju.

### 3. TEORIJE REGIONALNIH RAZLIK V PODJETNIŠTVU

#### 3.1. Strukturalne teorije

Strukturalne teorije predvidevajo, da na ustanavljanje novih podjetij močno vplivata sektorska in velikostna struktura podjetij.

Sektorska/panožna struktura naj bi vplivala na stopnjo ustanavljanja podjetij zaradi naslednjih ugotovitev:

- različni sektorji/panoge imajo različne ovire za vstop;
- ustanovitelji ponavadi ustanavljajo podjetja, ki spadajo v iste oz. podobne panoge/sektorje kot podjetja, v katerih so bili zaposleni;
- podjetniki so nagnjeni k ustanavljanju podjetij v okolju, kjer živijo.

Na podlagi teoretičnih trditev lahko sklepamo, da bodo na področjih, kjer prevladujejo panoge z visokimi ovirami za vstop, nizke stopnje ustanavljanja podjetij. Obratno je v razmerah, kjer imamo nizke vstopne ovire. V terciarnem in kvartarnem sektorju nastaja največ novih malih podjetij, to sta tudi sektorja za katera so značilne nizke ovire za vstop.

Precej raziskav po svetu kaže na velike razlike med sektorji v stopnjah ustanavljanja podjetij, vendar obstajajo tudi raziskave, ki tega ne potrjujejo. Johnson (1986) je prišel do ugotovitve, da ima sektorska struktura majhen vpliv na stopnjo ustanavljanja podjetij. Po njegovem mnenju prihaja do razlik v ustanavljanju podjetij zaradi razlik v ustanavljanju podjetij znotraj posameznih sektorjev. Po njegovem mnenju imajo večji pomen dejavniki kot: lokalno povpraševanje, struktura znanja delovne sile (predvsem delež menedžerskega in raziskovalnega kadra), koristi, ki jih prinaša samozaposlenost v primerjavi z »običajno zaposlenostjo« po področjih, dostopnost financ ter drugih resursov in velikostna struktura podjetij.

Velikostna struktura podjetij naj bi vplivala na ustanavljanje novih podjetij zaradi naslednjih razlogov:

- Majhno podjetje je idealno za učenje novih ustanoviteljev podjetij, saj v njem posamezniki lažje pridobijo splošne izkušnje o vseh vidikih delovanja funkcijskih področij podjetja.
- Zaposleni v majhnih podjetjih so bližje managerju – lastniku, ki določa model obnašanja in kupcem, ki oskrbijo potrebne tržne informacije.
- Zaposleni v veliki tovarni so bolj verjetno specializirani in bodo posledično imeli pomanjkanje široke palete znanj, ki se zahteva za podjetništvo.
- Široka paleta ugodnosti, ki jih imajo zaposleni v velikih podjetjih poleg redne plače v velikih podjetjih, lahko odvrne od podjetništva.
- Tudi panožna/sektorska struktura in pomanjkanje kooperantskih priložnosti lahko zadušijo ustanavljanje podjetij v mestih z velikimi podjetji, vendar le v manjšem obsegu.

Na podlagi omenjenih ugotovitev avtorji te teorije sklepajo, da je najpomembnejši dejavnik regionalnih razlik v stopnji ustanavljanja podjetij ponudba podjetnikov. Ponudba podjetnikov je določena predvsem z velikostno strukturo podjetij na določenem območju. Zato lahko visoke stopnje ustanavljanja podjetij pričakujemo na področjih, kjer je velik delež populacije zaposlen v majhnih podjetjih (Kampuš, 2000, str. 148).

### **3.2. Sociokulturne teorije**

Te teorije poudarjajo pomen socio-ekonomskega spleta in lastnosti populacije v neki regiji, kar se odraža skozi njen vpliv na ponudbo potencialnih lokalnih podjetnikov. Obstajata dva pristopa.

Prvi pristop temelji na lokalni tradiciji. Tako v ruralnih kot industrijskih področjih ustanavljanje novih podjetij izvira iz lokalne tradicije samozaposlitve in prirojene gospodarske spodbude, ki izvira iz določenih pravic do posesti. Za podjetništvo na industrijskih področjih je poleg familiarnosti, ki jo zagotavlja velik delež majhnih podjetij pomembno tudi tehnično znanje in kooperantske priložnosti, ki jih prinašajo velika podjetja s preselitvijo na določeno območje. Tako naj bi nastala visoko razvita omrežja majhnih industrijskih podjetij v severni Italiji (Kampuš, 2000, str. 148).

Drugi pristop sociokulturne teorije temelji na poklicni strukturi prebivalstva. Na območjih, kjer je veliko managerskih, profesionalnih, znanstvenih in tehničnih delavcev bo visoka stopnja ustanavljanja novih podjetij. Zagovorniki te teorije trdijo, da omenjeni poklici omogočajo najboljše učenje za podjetnike in povečujejo verjetnost pridobivanja tehničnih in tržnih informacij. Poleg tega zahtevajo tudi visoko izobrazbo in motiviranost, ki pozitivno vplivata na ustanavljanje novih podjetij. Vse to so razlogi, ki krepijo teoretično sprejemljivost vpliva strukture zaposlenih na nekem območju.

### **3.3. Teorije ekonomskega okolja (dejavnikov okolja)**

Glede vpliva ekonomskega okolja na stopnjo ustanavljanja podjetij so mnenja različna. Nekateri avtorji dajejo materialnim virom velik pomen in drugi menijo, da so drugotnega pomena. Velik pomen dajejo avtorji usposobljenosti in razpoložljivosti delovne sile.

#### **3.3.1. Trgi**

Regionalne razlike v tržnem povpraševanju so dejavnik, ki vpliva na razlike v ustanavljanju in rasti podjetij zaradi močne odvisnosti majhnih podjetij od lokalnih trgov. Večina podjetnikov ustanavlja podjetja v bližini, kjer so bili prej zaposleni, zato so prav lokalne razmere odločilni dejavnik pri ustanavljanju podjetij. In ker ni nobenega razloga, da bi pričakovali, da bo

povpraševanje po končnih in vmesnih proizvodih po regijah enako, lahko regionalne razlike v povpraševanju štejemo za enega od razlogov za prostorske razlike v ustanavljanju podjetij. Za storitveni sektor je še posebno pomemben lokalni trg, vendar po drugi strani povpraševanju ne smemo dajati prevelikega pomena. Pretirano poudarjanje trgov zastavlja vlogo inovativnih podjetnikov, ki s svojimi inovativnimi izdelki spreminjajo trge in njihovo rast. Za ustanavljanje novih podjetij so potrebne tako tržne priložnosti kot tudi ponudba podjetnikov.

### ***3.3.2. Razpoložljivost financ***

Za razpoložljivost financ lahko predpostavljamo, da pozitivno vpliva na ustanavljanje in na rast podjetij. V Sloveniji se večina novih podjetij financira iz lastnih prihrankov, v povprečju zajemajo lastni prihranki kar 76%, prihranki družin in prijateljev 14% in posojila poslovnih bank samo 6% v povprečju, sredstva skladov in zasebnih investitorjev pa so praktično zanemarljiva (Kampuš, 2000, str. 156). Iz tega lahko sklepamo, da imajo v Sloveniji večji vpliv na ustanavljanje novih podjetij dejavniki, ki so v povezavi s podjetnikovim premoženjem: višina prihrankov, lastništvo stanovanj, velikost dohodkov ipd., in ne prisotnost različnih finančnih ustanov, skladov, klubov poslovnih angelov idr. Razloge zato lahko iščemo v visokih obrestnih merah, dragih zavarovanjih in visokih jamstvih, kratkih obdobjih vračil, zapletenosti postopkov pri vlogah ter nizkimi posojili, odsotnostjo raznovrstnih finančnih instrumentov in na drugi strani v nezainteresiranosti podjetnikov za lastniške vložke. Slaba razpoložljivost financ je lahko eden od glavnih razlogov, da dokaj visoko stopnjo ustanavljanja podjetij v Sloveniji ni spremljala tudi hitra rast mikro podjetij v majhna in srednja podjetja.

### ***3.3.3 Razpoložljivost informacij***

Za razpolaganje z informacijami velja, da so ene od ključnih dejavnikov, ki ločijo uspešne podjetnike od manj uspešnih. Podjetniki zbirajo informacije iz širokega spektra virov, toda nekateri avtorji poudarjajo (Kampuš, 2000, str. 164) predvsem pomen predhodne zaposlitvene ustanove ali inkubatorskega podjetja. Večina novih podjetnikov je zaposlenih preden ustanovijo svoje podjetje. Iz tega lahko sklepamo, da bo poklicna struktura regije vplivala na razpoložljivost informacij.

Pri pretoku informacij igrajo veliko vlogo poleg novih elektronskih medijev, različne socialne in profesionalne mreže ter še posebej neformalne povezave (družinske, prijateljske, itd.).

Pri proizvodnji tehničnih in znanstvenih znanj igrajo pomembno vlogo raziskovalne ustanove v javnem in zasebnem sektorju. Slednje so ponavadi pomembnejše, saj gre za proizvodnjo direktno ekonomsko uporabnih znanj.

Tudi koncentracija podjetništva, obstoj različnih svetovalnih ter drugih storitvenih dejavnosti in dostop do različnih vladnih ustanov prispeva k razširjanju informacij.



Predvidevamo, da bo razpoložljivost informacij pozitivno vplivala na kakovost in na stopnjo ustanavljanja novih podjetij.

### **3.3.4. Kakovost in razpoložljivost delovne sile**

Dejavniki, ki jih lahko uvrstimo v to skupino so izobrazba, predhodne delovne izkušnje, motiviranost za delo in nenehno pridobivanje znanja, izkušnje in znanja s področja tehnologije, marketinga, managementa ter vzpostavljanja omrežja sodelavcev ter znancev. Glede izobrazbe so raziskave v tujini pokazale, da so najboljši podjetniki izobraženi bolj kot najboljši managerji nacionalnih korporacij. Fakultetno izobraženi podjetniki naj bi ustvarjali podjetja z višjim ustanovnim kapitalom, večjo prodajo in več zaposlenimi.

Glede delovnih izkušenj avtorji poudarjajo pomembno vlogo najvišjih menedžerskih poklicev, malo manj pomena dajejo ozko specializiranim menedžerskim, tehničnim, raziskovalnim funkcijam ter delovnim izkušnjam v malih podjetjih.

## **4. MODELI ZA RAZLAGO REGIONALNIH RAZLIK V PODJETNIŠTVU**

### **4.1. Storeyjevi indeks regionalnega podjetništva**

Storey je na podlagi spoznanj avtorjev teorij o regionalnih razlikah v podjetništvu skonstruiral »indeks regionalnega podjetništva«. Uporabil je celo vrsto spremenljivk, ki bi lahko vplivale na ustanavljanje podjetij. Vsaki spremenljivki v določeni regiji je pripisal vrednost od 1 do 11. Regija, ki je imela prednost glede določene spremenljivke je dobila višjo vrednost. Skupna vrednost točk vseh spremenljivk določene regije je tako kazala potencialno sposobnost regije za ustanavljanje novih podjetij. Storey se je v glavnem ukvarjal z razlaganjem regionalnih razlik v stopnjah rojevanja vseh podjetij, vendar je veliko spremenljivk, ki jih je uporabil povezano tudi z nastankom hitro rastočih in kvalitetnih podjetij. Pri analizi je uporabil naslednje spremenljivke (Kampuš, 2000, str.170):

- delež zaposlenih v majhnih podjetjih,
- delež zaposlenih v velikih proizvodnih podjetjih,
- delež obiskovanja univerzitetnega študija,
- delež zaposlenih brez kvalifikacij,
- delež zaposlenih v administraciji in managementu,
- delež prisotnih fizičnih delavcev,
- delež prihrankov na prebivalca,
- delež lastniških stanovanj,
- povprečne cene stanovanj,
- ovire za vstop,

- razpoložljivi dohodek.

Vpliv uporabljenih spremenljivk:

- Delež prebivalcev, ki nadaljuje univerzitetni študij, je vzet kot indikator deleža prebivalcev z višjo kvalifikacijo v regiji. Kvalifikacije zaposlenih so povezane s kakovostjo poslovanja podjetja.
- Delež fizičnih delavcev je po Storeyjevem mnenju obratno sorazmeren s stopnjami ustanavljanja podjetij zaradi manjše nagnjenosti te skupine k podjetnosti.
- Ovira za vstop je spremenljivka, ki kaže delež prebivalstva, zaposlenega v kemični, kovinskopredelovalni, strojni in ladjedelniški industriji. Ti sektorji so izpostavljeni, ker velja splošna ugotovitev, da so podjetniki nagnjeni k ustanavljanju podjetij v sektorju, v katerem so bili prej zaposleni. Omenjeni sektorji pa otežujejo proces ustanavljanja, ker je v njih minimalno potreben obseg proizvodnje, ki je še učinkovit, zelo visok. Malo verjetno je, da bi neodvisni podjetniki lahko razpolagali s kapitalom, ki je potreben za vstop v te sektorje.

Treba je povedati, da v model ni vključenih veliko spremenljivk, ki vplivajo na podjetništvo. Razlog je pomanjkanje podatkov pa tudi nemerljivost nekaterih dejavnikov (kulturni, kakovost managementa). V indeksu tudi niso vključeni dejavniki okolja. Avtor je tudi ugotovil, da bi dotok podružničnih tovarn v pasivne regije zaostрил problem odtoka najbolj sposobnih delavcev iz teh regij. Po njegovem mnenju bi posamezniki z managerskim potencialom stremeli po napredovanju po korporacijski hierarhiji, kar bi nujno pomenilo preselitev v bolj razvito regijo, kjer so sedeži velikih podjetij. Prav tako je ugotovil, da so imele tradicionalno depresivne regije v Veliki Britaniji pogosto velik delež enovitih tovarn, ki so zmanjševale možnosti kooperantskih poslov, ki velikokrat vodijo v ustanavljanje novih majhnih podjetij. Whittington je model ekonometrično testiral in ugotovil, da na stopnjo ustanavljanja podjetij vplivajo predvsem lastništvo stanovanj, delež fizičnih delavcev v prebivalstvu in nedavna sprememba v brezposelnosti (to spremenljivko je vključil sam).

Kljub omenjenim pomanjkljivostim je Storeyev indeks regionalnega podjetništva uporaben kot grob razlagalec regionalnih razlik v sposobnosti ustanavljanja novih podjetij (Kampuš, 2000, str. 170-171).

## 4.2. Johannisenovi in Bangovi modeli

Ti modeli se osredotočajo na različne mehanizme, za katere se predvideva, da so pomembni za ustanavljanje novih podjetij, in njihovo lokalno/regionalno odstopanje.

- Model pritiska posveča pozornost mehanizmu pritiska ali siljenja ljudi k podjetništvu in ustreza »teoriji recesije«. Ta razlaga, da gospodarsko upadanje z izgubljanjem zaposlitev ustvarja pritisk na ljudi, zato ti začnejo ustanavljati svoja podjetja. Glavna spremenljivka je brezposelnost.
- Model trga se osredotoča na tržne priložnosti, ki spodbujajo ustanavljanje novih podjetij. Povezan je z gospodarskim razvojem in razvojem novih trgov.

- Model virov je usmerjen k virom, ki so podlaga za novo podjetje: človeški viri, sposobnosti, rizični kapital itd.
- Model okolja se ukvarja s tem, kako okolje spodbuja ustvarjalnost in ustanavljanje novih podjetij. Povezan je z dejavniki: kulturna raznolikost, podpora kulturnim dejavnostim in etnična drugačnost zaradi dotoka priseljencev.
- Model kariere pravi, da je ustanovitev novega podjetja mogoče obravnavati kot pomemben korak v poklicni karieri osebe. Pri tem modelu je pomembno, kakšni zgledi so na voljo oziroma v kakšnem obsegu so aktivni podjetniki prisotni na območju.

Empirične analize so z visokimi stopnjami obrazložitve podprle vse razen modela pritiska. To pomeni, da različni mehanizmi delujejo v isto smer (Kampuš, 2000, str. 170).

### 4.3. Spillingov obrazložiten model

Spilling (1996) je zgradil svoj model na podlagi naslednjih skupin dejavnikov, da bi razložil regionalne razlike v ustanavljanju novih podjetij.

- Povpraševanje: Povečevanje povpraševanja je najosnovnejši dejavnik razvoja večjega števila novih podjetij. Povečanje povpraševanja lahko povežemo z neto rastjo prebivalstva ali s priseljevanjem in s povečanjem regionalnega dohodka.
- Urbanizacija/aglomeracija: Urbana območja imajo lahko prednost zaradi neposredne bližine tako potencialnih strank kot tudi dobaviteljev. Za urbana področja sta značilna tudi visoka gostota prebivalstva in s tem veliko število potencialnih podjetnikov. Po drugi strani pa imajo urbana področja za posledico visoke stroške najemnin, plač in transporta.
- Brezposelnost: Velja kot možen motiv za ustvarjanje novih podjetij.
- Osebna blaginja, blaginja gospodinjstva: Nova podjetja potrebujejo kapital, ki ga morajo zagotoviti podjetniki sami ali preko družine in prijateljev. Velja, da obstaja pozitiven odnos med gospodarskim razcvetom in ustanavljanjem novih podjetij.
- Majhna podjetja/specializacija: Predvideva se, da velik delež majhnih podjetij na nekem območju spodbuja ustanavljanje novih majhnih podjetij. Predvideva se tudi pozitivna zveza med ustanavljanjem novih podjetij in stopnjo specializacije.
- Lokalna politična usmerjenost: Predvideva se, da prevladujoči politični odnosi na nekem območju lahko vplivajo na ustanavljanje novih podjetij, ker imajo različne politične stranke različen odnos do podjetništva.
- Vladna poraba/politika: Na nova podjetja lahko posredno vpliva lokalna vladna poraba za infrastrukturo, ki lahko poveča povpraševanje po blagu in storitvah, ki jih ponujajo nova podjetja. Ta podjetja je mogoče spodbuditi tudi neposredno, in sicer s programi, ki dajejo neposredno podporo novim in majhnim podjetjem.

Spilling je z namenom, da bi pojasnil regionalne razlike v ustanavljanju novih podjetij na Norveškem uporabil osem skupin spremenljivk, ki so prikazane v tabeli. Slabost njegove izbire spremenljivk je ta, da je sociokulturna razsežnost zaradi pomanjkanja podatkov slabo pokrita.

Tabela 1: Spremenljivke v Spillingovem modelu za analiziranje regionalnih razlik v stopnji ustanavljanja podjetij.

Vrsta skupine spremenljivk	H*	Spremenljivka
1 Prebivalci	+	Celotno prebivalstvo, 1990
	+	Rast prebivalstva, 1985 – 1990
	+	Delež prebivalcev starih 25-44 let, 1990
	+	Gostota prebivalstva 1990
	+?	Delež prebivalstva z višjo izobrazbo, 1989
	+?	Rast v višji stopnji izobrazbe, 1985-1989
2 Brezposelnost	+	Delež brezposelnih, 1990
	+	Rast brezposelnosti, 1985-1990
3 Osebni ekonomski položaj	+	Povprečni osebni dohodek, 1990
	+	Povprečna zasebna lastnina, 1990
4 Centralizacija	+/-	Indeks centralizacije**
	+/-	Regionalni indeks***
5 Struktura zaposlenosti in specializacije	-	Delež spremembe v: javnih sektorjih
	+	zasebnih sektorjih, izključujoč primarni sektor
	-	primarni sektor (ribolov, kmetijstvo)
	+	Delež zaposlenih v obravnavanem sektorju
	?	Indeks heterogenosti
6 Struktura velikosti / aglomeracije	+	Gostota podjetij
	+	Delež zaposlenih v: majhnih podjetjih (0 – 20 zaposlenih)
	-	velikih podjetjih ( nad 100 zaposlenih)
7 Politična struktura	+	Relativna moč: konservativne stranke
	?	stranke centra
	-	socialdemokratske stranke
8 Državni program podpore	+	Subvencije novo ustanovljenim podjetjem, 1988-1992
	?	Subvencije, posojila in garancije regionalnega razvojnega sklada, 1988-1992
	?	Subvencije, posojila in garancije poslovne banke, 1988-1992

Opombe:

\* Kolona, označena s H (hipoteza) kaže, kakšne vrste odnosov se domnevajo med neodvisno spremenljivko in stopnjo ustanavljanja podjetij.

\*\* Indeks centralizacije ima kot najvišjo vrednost 3 in kot najmanjšo 0. Večja vrednost kaže na bolj urbano področje in manjša na bolj periferno.

\*\*\* Regionalni indeks se giblje med 1 in 6. Najvišja vrednost kaže na centralno ali urbano območje na jugu Norveške, najnižja pa na periferno območje na severu.

Vir: Kampuš, 2000, str. 173.

Tabela 1 kaže kakšne so pričakovane domneve o povezavah med pojasnjevalnimi spremenljivkami in ravni regionalnih stopenj ustanavljanja podjetij. V prvi skupini - Prebivalci - se pričakuje pozitiven odnos med spremenljivkami v zvezi s prebivalstvom in odvisno spremenljivko, razen v primeru izobrazbe. Raven izobrazbe bo na stopnjo ustanavljanja podjetij delovala tako pozitivno kot negativno. Izobrazba je zelo pomembna v določenih sektorjih oz. panogah, v drugih pa ima manjši pomen in lahko deluje celo negativno na stopnjo ustanavljanja podjetij.

Glede strukture zaposlenosti se predvideva, da naj bi visok delež zaposlenih v javnem sektorju vodil v nizko stopnjo ustanavljanja, in visok delež zaposlenih v zasebnem sektorju v visoko stopnjo. Velik delež zaposlenih v primarnih panogah naj bi prav tako vodil v nizko stopnjo ustanavljanja podjetij. Za specializacijo regij v določeni dejavnosti se predvideva pozitiven vpliv na ustanavljanje podjetij. Tudi za gostoto podjetij in velik delež zaposlenih v majhnih podjetjih se predvideva, da bosta vplivala pozitivno, medtem ko naj bi delež velikih podjetij vplival negativno.

Glede politične strukture se predvideva, da bodo konzervativne stranke vplivale pozitivno na rast podjetništva, socialdemokratske negativno, za sredinske pa se ne ve.

Na koncu se še domneva, da bodo državni podporni programi delovali pozitivno na stopnjo ustanavljanja podjetij.

Korelacijska analiza je statistično značilno potrdila le 4 izmed 26 spremenljivk, ki naj bi vplivale na stopnjo ustanavljanja podjetij, in sicer:

- delež populacije, stare med 25 in 44 let;
- gostoto podjetij;
- delež zaposlenih v majhnih podjetjih;
- delež volivcev konzervativne stranke.

V primeru modela trga delovne sile (ko stopnjo ustanavljanja podjetij ponazarja število ustanovljenih podjetij na 1000 prebivalcev) je regresijski model pojasnil več kot 70% razlik v ustanavljanju podjetij. Pri modelu poslovne populacije (ko je stopnja ustanavljanja izražena s številom novih poslovnih enot na 100 podjetij) je model pojasnil 40% razlik (Kampuš, 2000, str. 172-174).

## **5. SODOBNI PODJETNIŠKI PRISTOP K LOKALNEM RAZVOJU**

Razvoj poslovnih dejavnosti omogoča doseganje gospodarske rasti in ustvarjanje delovnih mest. Takšen razvoj se lahko ustvari s krepitvijo obstoječih podjetij, intenzivnim ustvarjanjem novih podjetij in s pomočjo priseljevanja tujih firm. Za gospodarstva z omejenimi resursi, brez

podjetniške tradicije in močno sivo ekonomijo so majhna in srednja podjetja ključ za generiranje gospodarskih dejavnosti (Glas, 2001).

V prejšnjem poglavju smo ugotovili, da na ustanavljanje podjetij in razvoj vpliva cel niz dejavnikov in mnogi izmed njih vsebujejo lokalno komponento. Zato je za spodbujanje podjetništva potrebno poznati ključne dejavnike podjetniške aktivnosti na lokalnem nivoju ter koncepte pospeševanja podjetništva.

Ključne dejavnike podjetništva na ravni občin v Sloveniji proučimo v naslednjem poglavju. V tem poglavju opišemo koncepte na katerih temelji sodobni podjetniški pristop k lokalnemu razvoju.

Na začetku obravnavamo bistvene koncepte lokalnega razvoja: koncept podjetniške kulture, regionalno koncentracijo določene gospodarske dejavnosti (industrijska okrožja) in koncept inovativnega okolja (milieu), nato opišemo koncept podjetniškega delovanja lokalne uprave. Na koncu opišemo proces lokalnega razvoja na podlagi strateškega planiranja, vlogo razvojne koalicije kot povezovalnega člana ter koncept mreže, ki krepi učinke naporov pri podpori MSP.

## **5.1 Spodbujanje lokalnega gospodarskega razvoja**

Lokalni gospodarski razvoj mora vselej slediti svojemu specifičnemu teritorialnemu okviru, v katerem se dogaja, da pridobi značilno regionalno identiteto, s katero se zakorenini v določeni regiji. Zanj je bistvena vloga lokalnih podjetnikov, saj lokalni razvoj ne more biti vnesen od zunaj. Vse večji pomen dobivajo mehanizmi endogene rasti, ki dajejo poudarek faktorjem kot so: lokalno podjetništvo in podjetniška kultura, regionalna koncentracija določene gospodarske dejavnosti (industrijska okrožja), inovativna okolja (milieu), družbene mreže, fleksibilnost faktorjev in institucionalna struktura (Glas, 2000, str. 99).

### ***5.1.1 Podjetniška kultura***

Podjetniška kultura zajema zelo različne koncepte vpliva na gospodarsko rast, ki jih lahko ustvarja lokalna struktura:

- bolj podjetniški pristop države in lokalnih oblasti;
- razvoj politik, ki spodbudijo delovanje prostega trga, zlasti z razvijanjem novih struktur ponudbe (supply side pristop);
- odpravo ovir za delovanje trga, povečanje prožnosti trga dela ter delovanje lokalnih trgov zemljišč in nepremičnin;
- aktivno sodelovanje lokalnih akterjev in institucij v opredeljevanju in izvajanju razvojne politike (»pristop od spodaj«) itd.

Jedro te politike je spodbujanje klime oziroma okolja, ki poraja lokalno podjetništvo. To se pokaže v stališčih o večjem pomenu malega gospodarstva, v ustvarjanju novih delovnih mest ter v inovativnem potencialu. Kljub temu je precej razprav o pomenu malega gospodarstva za povečanje števila delovnih mest, ker precej novih podjetij in z njimi tudi delovnih mest propade v krajšem obdobju. D'Arcy in Guissani (D'Arcy, 1996, str. 163) menita, da je enako pomembno kot ustvarjanje velikega števila novih podjetij tudi preživetje novih podjetij in njihova rast, saj samo taka podjetja lahko vplivajo na preoblikovanje lokalnega gospodarstva.

V nekaterih lokalnih okoljih so poskusili s spremembo zakonskih okvirov spodbuditi prilagajanja v lokalnem gospodarstvu, zlasti poskusi z ekonomskimi conami, kjer so nudili določen paket spodbud za razvoj novih podjetij: lažji dostop do kapitala, cenejši poslovni prostori (določeno obdobje subvencioniranja najemnin), manjše omejitve pri načrtovanju uporabe zemljišč. Seveda je v teh javno-zasebnih partnerstvih zelo prisotno vprašanje doseženih učinkov za javni in privatni kapital. V nekaj primerih so celotni projekti temeljili na obsežnih projektih, ki so zahtevali velika vlaganja v razvoj infrastrukture. Pogosto so prav ti veliki projekti porabili večino sredstev na škodo drugih lokalnih spodbud, zato je njihov neto prispevek vprašljiv, če upoštevamo visoke stroške teh projektov.

Tabela 2: Predlogi promocijskih aktivnosti podjetništva na lokalnem nivoju

<b>Aktivnost</b>	<b>Predlagani ukrep</b>
<b>Konference, okrogle mize, delavnice</b>	Okrogle mize o problemih, aktivnostih in dosežkih (z veliko pozornostjo lokalnih medijev) Obrtniške izložbe, sodelovanje na trgovinskih sejmih
<b>Promocijske aktivnosti</b>	Podjetnik leta (Ženska podjetnik, Družinsko podjetje, Novo ustvarjeno podjetje), kot »lokalni junak« Predstavitev poslovnih dosežkov Izložba inovacij
<b>Publikacije o MSP in podjetništvu</b>	Študije praktičnih primerov uspešnih poslovnih podvigov Pomoč lokalnim časopisom, ki promovirajo podjetnike Publikacija promocijskih letakov, vodiča in učbenika za podjetnike Podjetništvo v elektronskih medijih
<b>Podjetništvo v šolah</b>	Podjetništvo kot izbirni predmet na vseh nivojih formalnega izobraževanja Delavnice poslovnih načrtov Podjetniki kot gostje na šolah, učenci na obisku pri lokalnih podjetjih
<b>Promocija projektov MSP</b>	Promocija lokalnega centra za podjetništvo, kot edine pooblaščenice institucije za vse, ki razmišljajo o podjetniški karieri Promocija regionalnega in mednarodnega sodelovanja Vključevanje lokalnih podjetij v občinske dejavnosti

Vir: Glas, 2001.

Koncept podjetniške kulture ima v sebi določeno protislovje. Podjetništvo je značilen individualni proces, pri lokalnem razvoju pa računamo z izrazitim sodelovanjem med razvojnimi nosilci v družbi, s sodelovanjem države s širšo poslovno skupnostjo. Prav proces lokalnega razvoja zahteva sodelovanje večjega števila podjetnikov, če želimo učinkovito malo gospodarstvo. Sodelovanje ter zaupanje, ki se z njim oblikuje, prispeva k razvoju zaupanja v

poslovnem okolju, ki presega prevladujoči individualizem v podjetniški kulturi. Seveda pa je to opozorilo, da je treba podjetniško kulturo razvijati z izjemnim občutkom za psihologijo in socialne odnose v družbi (Glas, 2000, str. 100).

Veliko promocijskih ukrepov se da izvesti poceni z izkoriščanjem tradicionalnih dogodkov. Odstranjevanje zgodovinskih predsodkov ter drugih psiholoških in družbenih ovir ima lahko pozitiven vpliv na nastanek ugodne klime za MSP, vendar je treba delovati s skrajno previdnostjo, da ne bi sprožili nastanka napetosti med novo podjetniško kulturo in prevladujočimi tradicionalnimi stališči.

### **5.1.2 Podjetniška okrožja (industrijska okrožja)**

Koncept je nastal z delom Marshalla (1919). Marshall je opisal ta okrožja kot matriko proizvodnje, ki obsega določeno območje in ne kot individualno podjetje. Gre za območje, kjer nastane lokalna gospodarska aglomeracija. V zadnjem času se ta pojem povezuje predvsem z lokalnimi ali regionalnimi osredotočenji povezanih malih proizvajalcev, z močno socialno, kulturno in ekonomsko sestavino.

Italijanski dinamični razvoj po 2. svetovni vojni je dal spodbudo za raziskovanje industrijskih okrožij v številnih naprednih regijah. Na podlagi teh razprav so se oblikovale glavne značilnosti industrijskih okrožij:

- geografska bližina MSP,
- sektorska specializacija,
- prevladovanje MSP,
- tesno medsebojno sodelovanje (v industrijskem okrožju),
- medsebojna konkurenca temelji na inovacijah in ne na zniževanju plač,
- socialno-kulturna identiteta, ki omogoča zaupanje,
- aktivna organizacija samopomoči;
- podpora regionalne in občinske oblasti inovativnih sposobnosti lokalne industrije (Glas, 2000, str. 102).

**Geografska bližina MSP** pomeni okrožje v katerem se nahajajo podjetja z določeno prevladujočo vrsto industrije. Ta je predvsem pomembna zaradi transportnih stroškov med kooperanti in končnimi proizvajalci in lažje komunikacije med njimi.

**Sektorska specializacija** omogoča celoten spekter sorodnih proizvodov znotraj območja. Specializacija povečuje učinkovitost in kvaliteto, majhna podjetja pa zaradi svoje majhnosti ne bi mogla sama izvesti določenih funkcij, ki pa so z vidika konkurenčnih prednosti vseeno nujno potrebne. Te funkcije so npr.: financiranje razvoja, usposabljanje delavcev, načrtovanje novih izdelkov, nastop na tujih trgih, marketing, poznavanje tujih trgov itd.

**Prevladovanje MSP** omogoča fleksibilnost in hitro odzivnost celotnega okrožja, da se prilagaja na spremembe na trgu.



**Tesno medsebojno sodelovanje** (v industrijskem okrožju) se kaže pri proizvodnji izdelka, kjer sodeluje več medsebojno povezanih podjetij. Vsako podjetje pa opravlja določeno fazo proizvodnega procesa.

Pri **medsebojni konkurenci**, ki bazira na inovacijah, je poudarek konkurence znotraj industrijskega okrožja predvsem na novih izdelkih pri končnih proizvajalcih in tehnoloških postopkih pri kooperantih. Konkurenca na osnovi zniževanja plač pa zaradi zavedanja vseh udeležencev v industrijskih okrožjih o njenih rušilnih učinkih ne obstaja.

**Socio-kulturna identiteta** pospešuje zaupanje. Ta predpostavka se nanaša na človeške faktorje v industrijskem procesu. V strateških projektih se mnogokrat zanemari ravno ta vidik. V okrožjih namreč predvidevajo sodelovanje in s tem odprtost in občutek za t. i. "win-win" odnose tako med delodajalci in delavci kot tudi med ostalimi udeleženci v okrožjih. Vse to pospešuje zaupanje.

Ena od oblik **samopomoči** so tudi poslovno - razvojno - storitveni servisi. Značilnost italijanskega industrijskega okrožja je velika javna podpora, ki je osredotočena na zagotavljanje poslovno razvojnih servisov, ki so visoko specializirana za posamezna industrijska okrožja ter na njihov sektor. Več kot 130 poslovno razvojnih centrov obratuje v 56 industrijskih okrožjih. Taki centri ponujajo široko paleto storitev, ki vključujejo:

- kreditne garancije,
- izvozna zavarovanja in/ali promocije,
- organizacijo sejmov,
- dostop do informacij o razvoju tehnologij in trgu,
- bonitete strank,
- posvete,
- izobraževanja,
- ekološko kontrolo,
- kakovost in podeljevanje blagovnih znamk,
- promocijo izdelkov,
- podporo inovacijam,
- nabavo surovine,
- testiranje izdelkov.

Ti centri so trajno v javni lasti, katerih lastniki so podjetniška združenja, lokalne oblasti, MSP podporne agencije ali partnerstva med njimi.

Podpora regionalne in občinske oblasti v Italiji imajo pri nastajanju industrijskih okrožij pomembno vlogo. Njihovo podporo pa lahko razčlenimo na:

- zagotavljanje primerne prostora za industrijska okrožja in združevanje parcel;

- pomoč pri gradnji industrijskega okrožja – izločitev špekulativnih interesov gradbenih in nepremičninskih podjetij;
- zagotavljanje primernih cestnih povezav ter ostale komunalne infrastrukture;
- usposabljanje in izobraževanje, ki bo zagotavljalo zadostno število izobraženega kadra za potrebe industrijskega okrožja;
- pomoč pri ustanavljanju skupnih svetovalnih servisov;
- pomoč pri oblikovanju finančnih konzorcijev;
- pomoč pri združevanju podjetij – kooperacij.

### **Koncept evropskih grozdov podjetij (»euroclusters«)**

V Evropski Uniji se je na podlagi izkušenj o industrijskih okrožjih razvil koncept, ki teži k ustvarjanju lokalnih proizvodnih sistemov, nekakšne »virtualne tovarne« (razpršena proizvodnja) okoli ljudi z idejami, ustvarjalnostjo in organizacijskimi zmožnostmi.

- gre za dejavnosti, ki temeljijo na dolgoletni tradiciji,
- sestavljeni so iz vrste geografsko bližnjih specializiranih dopolnjevalnih MSP,
- proizvajajo izdelke za velike trge, pri čemer je vsako sodelujoče podjetje vključeno v posamezno fazo proizvodnega cikla,
- imajo fleksibilne in v veliki meri neformalne delovne metode.

V takšnem grozdu skušajo podjetja razviti proizvod, ki ga ni mogoče narediti drugje oz., ga tudi večje podjetje ne bi zmoglo izdelati. Uspešni grozdi so tisti, ki diferencirajo proizvode za globalne trge in imajo za različne trge prirejene različne proizvode. Bistveno pri tem je poiskati povezovalne elemente v regiji, zagotoviti kritično maso znanja, proizvodnega orodja, komercialnih zmožnosti, financ, surovin ter kulturo, ki spodbuja zanesljivost, sodelovanje in kvaliteto.

**Povezovalni elementi** so nekaj, kar je specifično za določeno regijo (npr. fizični, kulturni ali intelektualni elementi) in lahko služi kot osnova za eno ali več komercialnih dejavnosti.

**Kritična masa** igra primarno vlogo v pristopu evropskih grozdov. Gre za zelo operativen koncept, ki zahteva prisotnost celotnega zgoraj omenjenega spleta virov, saj je brez njih projekt nemogoče izpeljati.

**Socio-kulturni faktorji** predstavljajo človeške faktorje v industrijskem procesu. Grozdi predvidevajo sodelovanje, odprtost in zaupanje. Če se v določeni coni oz. grozdu pojavi nezaupanje ali individualizem, bo zelo težko doseči sprejemanje parcialne in specializirane organizacije proizvodnje. V takih primerih je za uspešnost delovanja clustra nujno prepričati podjetnike za delovanje na osnovi sodelovanja, kooperacije (Glas, 2000, str. 101-103).

### **5.13 Inovativna okolja (*milieu*)**

Inovativna okolja imajo mnogo skupnih lastnosti z industrijskimi conami. Še posebej to velja za močan občutek teritorialne pripadnosti v kombinaciji s poglavitno vlogo mrež in njenih učinkov. Po drugi strani pa ni nujno, da imajo področja, ki razvijajo inovativna okolja industrijsko tradicijo. Gre za nek nov model razvoja, v katerem ima inovacijski proces lokalno osnovo. Je funkcija značilnosti tega okolja in deluje kot inkubator za inovacije. Teorija inovativnega okolja trdi, da so spremembe v prostorski organizaciji proizvodnje v veliki meri posledica endogenega procesa, ki temelji na pojavu takšnega okolja. Raziskava francoskega ekonomista (Aydalo 1984) predstavlja poskus razlage vzrokov prostorskega preobrata. Pri tem so pomembni dejavniki kot: urbane spremembe, rastoča dinamika malega podjetništva, spremembe v vzorcu razlik v stopnjah rasti, novi načini dela, prostega časa in lokacijskih preferenc. Ti dejavniki so povzročili spremembe v prostorski hierarhiji Evrope, kar je v zameno povzročilo nastanek takšnih okolij. Poleg teh dejavnikov je za razvoj inovativnega okolja zelo pomembna lokacija dejavnosti visoke tehnologije. Pri visoko tehnoloških aktivnostih nastajajo pozitivne eksternalije, kot so: razvoj visoko usposobljene delovne sile, znanstveno in tehnično okolje, razpoložljiv tvegani kapital, spodbude za razvoj raziskav in razvoja, ki jih poganjajo vojaška naročila. Tako nastane okolje oziroma kompleksen teritorialni sistem formalnih in neformalnih mrež, ki nastajajo z ekonomskim in tehnološkim povezovanjem, ter spodbujajo sinergijo in inovativne procese.

Maillat (D'Arcy, 1996, str. 169) poudarja dva vidika okolja, interaktivno logiko in dinamiko učenja. Prvi je osredotočen na logiko kooperacije v inovacijskih procesih in na eksternalije, ki jih ta povzroča, drugi pa na sposobnost okolja, da si poišče določeno mesto glede na zunanje okolje, se na to okolje odziva in uči od njega. V takšnem okolju so pomembni lokalni dejavniki in institucije kot tudi zunanji vplivi. Obstajajo eksplicitni mehanizmi za proizvodnjo uporabnega znanja skozi inovacijski proces in za posledično ponotranjenje eksternalij znanja znotraj okolja. Vendar se pojavlja vprašanje v kolikšni meri je primeren takšen pristop k lokalnemu razvoju za področja brez predhodno razvitih visoko tehnoloških dejavnosti, visokošolskih izobraževalnih organizacij in javnih ter privatnih raziskovalnih zmogljivosti, ki povzročajo pozitivne eksternalije.

Raziskave so pokazale, da so v zadnjem desetletju alpski lok, atlantski lok in mediteransko območje prekosile dobro uveljavljene metropolitanske regije, vendar bi te regije težko opisali kot obrobne. Razprave v ZDA so potekale o ključnih visoko tehnoloških področjih: Route 182 in Silicijevi dolini. Medtem ko se Silicijeva dolina še vedno razvija in raste, Route 182 stagnirajo. Značilnost slednje je, da so subjekti samozadostni in znanje ter inovacije zadržujejo znotraj posameznih podjetij. Silicijeva dolina pa je bolj tehnološko dinamična in fleksibilna. Njen industrijski sistem je zgrajen na osnovi skupnega učenja, ki se odraža v regionalnih mrežah (D'Arcy, 1996, str. 163).

### **5.1.4 Koncept podjetniškega delovanja lokalne uprave**

Strateški razvojni program neke lokalne skupnosti mora delovati v dveh smereh

1. Lokalna skupnost mora identificirati lokalne prednosti ter razvijati infrastrukturo in podjetniški potencial v regiji;
2. Razviti informacijsko podlago, ugotoviti obetavne vlagatelje in predstaviti skupnost vlagateljem (marketing lokalne skupnosti).

Pri prvi smeri gre za endogeni razvojni vidik. Skupnost lahko izvaja naslednje aktivnosti:

- proučevanje možnosti investiranja (prostorske, finančne, kadrovske, ekološke);
- spodbujanje vizije razvoja;
- izobraževanje in usposabljanje ljudi;
- financiranje razvoja z lokalnimi finančnimi viri (privatnimi in javnimi);
- razvoj transportnih poti za podporo »just in time« organizaciji proizvodnje;
- planiranje tehnologije (pomen spodbudne klime za inovacije, infrastrukture, prenosa znanja, usmerjenega izobraževanja, ugleda regije);
- utrjevanje zadanih ciljev glede privabljanja podjetnikov, kapitala in tehnologije iz drugih skupnosti
- opredelitev meril uspeha kot instrumenta za merjenje učinkovitosti doseženih uspehov;
- ustvarjanje partnerstev doma in v tujini;
- pridobivanje vse možne mednarodne pomoči za partnerstvo in razvoj;
- podpiranje izobraževalnih organizacij in centrov za usposabljanje, raziskave in svetovanje pri osredotočenju na skupne raziskovalne in razvojne aktivnosti (konzorcij) in komercializaciji rezultatov;
- zagotavljanje zemljišč, komunalne infrastrukture investitorjem;
- ustvarjanje socialne zavesti o pomembnosti znanja in tehnologije za prosperiteto;
- integriranje ekonomskih prednosti s kulturno politiko, urbanistično politiko in drugimi sestavinami kvalitete življenja (Glas, 2001).

Za lokalno skupnost je pomembno, da ima že določeno tehnološko infrastrukturo v uspešnih podjetjih, ki potem nastopajo kot neke vrste inkubatorji za nove razvojne enote. Tako se lahko osredotočijo na tehnologije, ki obstoječo tehnološko bazo dopolnjujejo in razvijajo dalje. Pomembno pri tem je tudi povezovanje z drugimi regijami, kar omogoča širjenje trgov, iskanje novih tehnologij, spodbuja razvoj novih proizvodov in povečuje konkurenčnost.

Bistvo inovacijsko naravnane strategije je človeški kapital, zato se opira na nove podjetnike in MSP, ki so nosilci regionalnega oživljanja. Pri tem so pomembni predvsem instrumenti za izboljšanje svetovalnih in izobraževalnih storitev, razvoj R&R institucij ter prenos teh rezultatov in šolanje strokovnjakov. Ponudba izobraževalnih storitev mora biti ciljno usmerjena.

Za marketing regije so pomembne naslednje aktivnosti, s katerimi lahko skupnost pritegne nove investitorje so:

- preučiti in pregledati možne investitorje;

- določiti cilje skupnosti pri privabljanju podjetnikov in kapitala iz drugih okolij;
- vključevanje lokalne skupnosti v (mednarodne) mreže in institucije, kar omogoča dostop do novih informacij, tehničnega znanja in kapitala, širi trge itd.;
- oblikovati informacijsko bazo o skupnosti;
- izbrati ustrezne korporacije, ki jih skuša skupnost pritegniti (v skladu s strategijo);
- predstaviti tem korporacijam in finančnim institucijam prednosti regije.

Programi lokalne podpore podjetnikom (ki so že bili uresničeni na v Evropi lokalni ravni):

Ukrepe podpore MSP lahko razdelimo na dve skupini:

1. »Trde« oblike podpore: Financiranje MSP, prostori/lokacije, inkubatorji, tehnološki parki.
2. »Mehke« oblike podpore: Informiranje, svetovanje, izobraževanje in usposabljanje, vključevanje in usmerjanje

**Finance** so zelo pomembne za razvoj poslovnih dejavnosti, saj predstavljajo ključni dejavnik omejevanja podjetniškega procesa. Oblike finančne podpore morajo biti prilagojene različnim vrstam podjetij in različnim fazam njihovega življenjskega ciklusa: subvencionirane obrestne mere, ugodna posojila, daljši odplačilni roki, izdaja garancij. Pomoč mora biti usmerjena k premalo zastopanim skupinam podjetnikov, lahko je tudi usmerjena k določenim tipom podjetij (izvozno usmerjenim, na določene dejavnosti, nove tehnologije ali k tistim, ki ustvarjajo največ delovnih mest). Programi morajo vključevati lokalna, regionalna sredstva kot tudi sredstva iz nacionalnega nivoja. Programi kreditnih garancij so izjemno pomembni za MSP, ki težko izpolnjujejo zahteve bank glede garancij. Običajno potekajo programi na regionalnem nivoju in dajejo možnost vzpostavitve garancijskega fonda iz privatnih in javnih virov kot tudi podjetniških združenj. Garancijski fondi znižujejo obseg predvidenih tveganj s strani komercialnih bank.

**Podjetniški inkubatorji** so pomembni za nova podjetja. Dajejo možnost za uporabo uspešnih novih podjetij kot modelov, ki jih je treba posnemati. Treba jih je uskladiti z ostalimi vidiki podpore in vgraditi v poslovno okolje. Koristni so, če obstajajo razpoložljivi objekti, vendar so zelo drag instrument.

**Tehnološki parki** so koristni pri povezovanju z visoko izobraževalnimi institucijami, lahko so koristni pri ustvarjanju grozdov, dajejo koristi širši skupnosti in lahko pomenijo izvor novih tehnologij. Po drugi strani pa zahtevajo veliko časa, da se ustvari viden napredek in so zelo drag instrument.

**Svetovanje in informiranje:** Neposredna tehnična pomoč v paketu različnih poslovnih funkcij je pomembna za ustvarjanje in razvoj podjetij. Podjetniki ponavadi ne zaznajo potrebe po tovrstnih uslugah, ki bi lahko zapolnile praznino pri ustreznem planiranju dela, oceni investicij in dokumentaciji pri MSP. Zagotavljanje tovrstnih uslug s strani javnega sektorja je lahko le začasno, za pomoč pa se lahko obrnejo na upokojene managerje in ostalo osebje partnerskih organizacij kot poceni dajalcev tovrstnih uslug. Instrument je precej cenejši od zgoraj navedenih, poleg tega pa so njegovi učinki vidni že na kratek rok.

**Izobraževanje in usposabljanje** sta zelo pomembna dejavnika ustanavljanja in rasti novih podjetij. Nove tehnologije in dejavnosti zahtevajo nove veščine, ki še niso dostopne na lokalnem trgu dela. Potrebna je analiza manjkajočih veščin in nadzor usposabljanja. Pri analizi potreb usposabljanja je pomemben pristop »od spodaj«. Usposabljanje mora biti prilagojeno lokalnim potrebam ter časovnemu razporedu podjetnikov. Tu lahko predlagamo strateško planiranje potrebnih veščin za prihodnost, s katerim lahko do neke mere usmerjamo razvoj lokalnih skupnosti.

**Promocija poslovnih mrež** je instrument, s katerim povezujemo podjetja, raziskovalne ter izobraževalne institucije in organe oblasti (podrobneje na str. 29-31).

**Programi za razvoj skupnosti** so pomembni z vidika promocije socialnega podjetništva. Neprofitne dejavnosti se izvajajo z namenom reševanja ogroženih urbanih področij. Gre za mešanico privatnih in javnih sredstev s privatno iniciativo. Pomembni so programi dostopa do kapitala, prenove stanovanjskih naselij itd (Glas, 2001).

## **5.2 Proces lokalnega razvoja in ustvarjanja malih podjetij**

Lokalni ekonomski razvoj se mora začeti z oblikovanjem strategije. Strateško planiranje je idealna oblika planiranja za lokalni razvoj, ker so sredstva občin omejena, poleg tega se pri lokalnem razvoju, ki nima jasno izdelane strategije, pojavijo negotovosti glede prioritet in ukrepov, ki jih je treba izvesti. Proces strateškega planiranja ima pet korakov (Swinburn, 2000):

- organizacija aktivnosti,
- izdelava analize konkurenčnosti,
- oblikovanje strategije lokalnega razvoja,
- implementacija strategije,
- kontrola strategije.

### **Korak 1: Organizacija aktivnosti s pomočjo razvojne koalicije**

Prvi pomemben korak ustanovitev razvojne koalicije. Sestavljajo jo uradniki, predstavniki različnih sektorjev poslovnih aktivnosti in socialnih skupin. V tej fazi se zastavijo okvirni cilji (zmanjšati brezposelnost, povezati obstoječe dejavnosti in ugotoviti možnosti za ustvarjanje delovnih mest). Informacija med agenti in prebivalstvom je dvosmerna, kar omogoča zaznavo večjih ovir že v tej fazi in s tem odpravo pomanjkanja zaupanja.

### **Korak 2: Izdelava analize konkurenčnosti**

Analiza konkurenčnosti občine je bistvena za oblikovanje strategije za prihodnost in poznavanje lokalnega gospodarstva. Na podlagi ocen obstoječega kvantitativnega in kvalitativnega znanja, veščin ter drugih resursov se identificirajo strateške usmeritve. Analiza mora zajemati naslednje kategorije: trenutne ekonomske dejavnosti in trendi, popis poslovnih dejavnosti, trendi prebivalstva, fizična infrastruktura, naravni viri, poslovna kultura, značilnosti

lokalne skupnosti, geografija, lokalno vodstvo, kadri in sposobnosti, razpoložljivost financ, lokalni R&R, centri za usposabljanje, občinske kapacitete. Instrument za analiziranje konkurenčnosti je lahko SWOT analiza. Analiza mora vključevati tudi identifikacijo sredstev za zagotovitev sodelovanja glavnih partnerjev.

### **Korak 3: Oblikovanje strategije lokalnega razvoja**

V tej fazi morajo biti definirani specifični cilji in sredstva za doseganje teh ciljev, še posebno preko tehničnega in poklicnega usposabljanja. Definirani morajo biti prioritetni projekti, ki so časovno omejeni in stroškovno določeni. S strani podpornih organizacij mora biti zagotovljena celotna koordinacija.

### **Korak 4: Implementacija strategije**

Implementacija strategije se udejanja na podlagi izvedbenih načrtov za projekte, ki imajo zadostno podporo med razvojnimi agenti. Načrti morajo vsebovati hierarhijo nalog, odgovornih oseb, realen časovni raspored, resurse, pričakovane rezultate in merljive kriterije za ocenjevanje napredka.

### **Korak 5: Kontrola strategije**

Kontrola mora potekati vsaj enkrat letno in mora vključevati pregled rezultatov, procesov implementacije, nivo participacije ter dinamiko spreminjanja lokalnih razmer. Takšen proces ustvarjanja podjetij naj bi izboljšal možnosti preživetja 60% malim podjetjem, ki ne preživijo prvih pet let (Julien, 1999, str. 60).

## **5.3 Ključni akterji lokalnega razvoja**

Lokalni razvoj vključuje poleg izvoljenih uradnikov ter predstavnikov podjetij še predstavnike nekaterih socioekonomskih organizacij. Slednje organizacije v povezavi s podjetniki zagotavljajo območju skladnost, ki je potrebna za zunanjo intervencijo. Te organizacije so:

- kooperativni sektor: trgovinske zbornice, zveze za gospodarski razvoj, združenja delodajalcev in vodilnih gospodarstvenikov, kooperative, strokovne organizacije, združenja občanov,
- finančni sektor: poslovne banke, lokalne hranilnice in dobavitelji tveganega kapitala,
- izobraževalne institucije, ki zagotavljajo posebne programe urjenja za tiste, ki so odgovorni za projekte ustvarjanja novih podjetij,
- tiskani in elektronski mediji, ki širijo informacije in dvigajo zavest v povezavi z ukrepi in prioritetai,
- lokalna administracija: predstavniki različnih ravni vlad in lokalni uradniki.

Odkvisno od okoliščin in obstoječega potenciala se lahko pojavijo še drugi akterji: sindikati, velika podjetja in drugi zainteresirani za sodelovanje pri promociji skupnosti. Ko enkrat nek specifičen akter (gospodarska zbornica, razvojna koalicija), ki prevzame vlogo voditelja, sproži proces, stopi partnersko usmerjen pristop v tek. Informacije, ki so potrebne za napredovanje

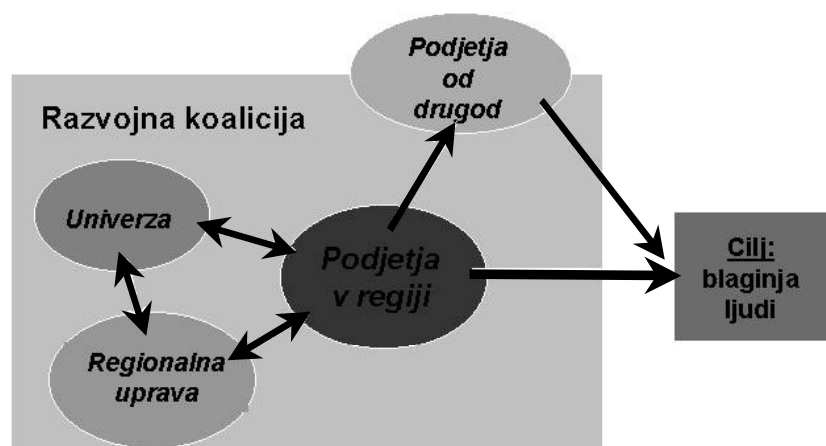
različnih razvojnih projektov potujejo skozi različne ravni mreže odločanja, ki ji pravimo »partnerska mreža« oz. razvojna koalicija. Bistvena naloga razvojne koalicije je povezava zgoraj navedenih akterjev lokalnega razvoja (Julien, 1999, str. 61).

### 5.3.1 Koncept razvojne koalicije

Koncept razvojne koalicije predstavlja inovacijo na področju medorganizacijskih odnosov. Razvojna koalicija ponavadi nastopa kot pobudnik in nosilec razvojne strategije. Njena naloga je (Glas, 2000, str. 111):

- definiranje in soglasna implementacija razvojne strategije,
- upravljanje razvoja (koordinacija razvojnih pobud in resursov v smeri strateških ciljev),
- ustvarjanje organizacijske strukture, ki podpira te procese in je odprta za številne nove iniciative.

Slika 3: Koncept razvojne koalicije



Vir: Glas, 2000, str. 111.

V okolju, kjer pojmujejo MSP kot motor gospodarskega razvoja, se z delovanjem koalicije oblikujejo mreže v katerih ima vsaka organizacija specializirano funkcijo podpore podjetjem. Mreže med akterji so še posebej pomembne v povezavi s pretokom informacij po neformalnih mrežah (družinski člani, prijatelji, osebni in poslovni kontakti) na katere se zanašajo podjetniki pri ustvarjanju svojega posla. Nekateri avtorji uporabljajo koncept mreže kot primer medsebojne odvisnosti, ki nastane med malimi podjetji z vstopom v teritorialno proizvodno mrežo. Teritorialna integracija takšnih podjetij predstavlja v bistvu eno izmed njihovih skupnih lastnosti. Zato lahko izgledajo kot sistem trdno povezanih mrež, ki se lahko prebije preko lokalnih nesoglasij zahvaljujoč se ustvarjanju usklajenih programov in sodelovanju s teritorialnimi in nacionalnimi vejami oblasti (Julien, 1999, str. 62).

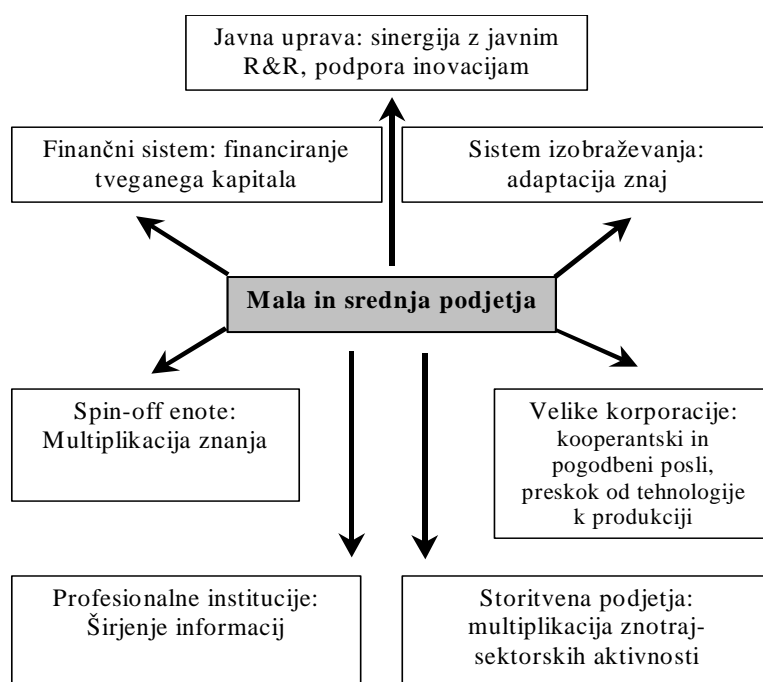
Razvojne koalicije vodilnih poslovnežev, potrošnikov, vladnih in lokalnih organizacij ekonomisti skoraj vedno opisujejo sočasno z neformalnimi povezavami, ki obstajajo med različnimi akterji. Srečanja z vladnimi predstavniki lahko prinesejo informacije o novih



programih subvencij, z javnimi uslužbenci, o novih programih usposabljanja, poslovneži lahko izmenjujejo mnenja itd. Takšni sestanki so lahko vir rešitev problemov z dobavo, zaposlovanjem kvalitetne delovne sile, z novimi viri kapitala itd. Torej sestavljanje razvojnih načrtov povezuje različne akterje v organizacijsko strukturo, ki spodbuja pretok informacij in s tem učinkovitost.

Pequeur (Julien, 1999, str. 63) navaja dve vrsti mrež. Prvi tip mreže je tako imenovana proizvodna mreža. To je mreža malih podjetij, ki so v stalnem kontaktu. Vključuje več kot le povezave, ki nastanejo z nabavo in prodajo ter iskanjem kapitala, saj je del partnersko usmerjenega delovanja, ki lahko vpliva na ekonomski razvoj iz neposrednega okolja. Drugi tip mreže so tako imenovane neformalne mreže. Gre za družinske, poslovne in institucionalne mreže. Družinske mreže so vir financiranja, ki mu v ZDA pravijo prijateljsko financiranje. Poslovne mreže zagotavljajo nasvete in informacije, ki so jih poslovneži pridobili z izvajanjem svojih specifičnih aktivnosti. Tovrstne mreže izboljšujejo konkurenčnost, vplivajo na rast prodaje in nižanje stroškov. Institucionalne mreže spadajo v posebno kategorijo in jih sestavljajo organizacije, ki povezujejo mala podjetja in podpirajo vodje projektov pri različnih fazah ustvarjanja podjetij.

Slika 4: Lokalna/regionalna mreža podpore MSP



Vir: Glas, 1999, str. 64.

Mnenja o mrežah so deljena. Nekateri ekonomisti opozarjajo glede pojmovanja mreže kot odgovor na vse probleme podjetništva, mreže namreč ni mogoče izdelati. Mreža se ne da ustvariti z aktom, lahko jo le opazujemo. Največ kar lahko naredimo je, da povežemo različne akterje z obstoječimi strukturami. Nekateri menijo, da je vpliv mrež na delovanje malih podjetij

minimalen. Na tem področju torej prevladuje veliko konceptov in prepričanj. Kot koncept ima mreža precej nejasen načrt, kar v neki meri pojasnjuje razhajanja v mnenjih. Obstoje sestavnih elementov mreže še ne garantira, da bo mreža učinkovito funkcionirala. Ko so vse komponente na svojih mestih in bi morale spodbujati dialog med seboj, se lahko zgodi, da udeleženi akterji nekatere komponente ignorirajo.

Problem v zvezi z napotki za koncept mreže je, da jo nekateri avtorji uporabljajo samo v določenem kontekstu, drugi pa jo pojmujejo zelo široko. Vsak avtor definira vrste mrež, ki pa so bolj ali manj podobne gornjim. Proulx (Julien, 1999, str. 64) definira tri vrste mrež. Prva je »naravna mreža«, ki predstavlja osnovno strukturo družbe. Pogosto jih imenujejo socialne ali osebne mreže, za katere je značilno, da povečujejo osebno zadovoljstvo ljudi glede na socialne, kulturne in v manjši meri tudi ekonomske zahteve. Naslednja vrsta mrež so funkcionalne mreže. Te vključujejo operativni okvir, ki ga izdelajo različne organizacije na danem področju. Vsi akterji, bodisi privatni ali javni, so vključeni v te mreže in dejansko predstavljajo njihove centre (kot mreže strank, oskrbovalci z naravnimi viri itd.). Zadnjo kategorijo pa predstavljajo tako imenovane utilitaristične mreže. Po naravi so zelo raznovrstne, njihov namen pa je zvišati učinkovitost funkcionalnih mrež.

Funkcionalne mreže predstavljajo osnovo za raziskovanje organizacije in razvoja regionalnih področij, ki je plod M.U. Proulx-a. Vključujejo posredovalne strukture, ki so v Kanadi in drugod prevzele mesto industrijskih parkov oziroma con. Infrastruktura je sicer splošno uporabna, potrebna, vendar ni bistvena sestavina za uspeh lokalnega podjetništva. V zadnjem času je poudarek predvsem na človeških virih. S tem pridobivajo na pomenu mehki načini podpore podjetjem (ki so cenejši): izobraževanje in usposabljanje, informiranje, svetovanje, vključevanje in usmerjanje ter razne druge poslovne storitve.

## **6. DEJAVNIKI LOKALNIH RAZLIK V PODJETNIŠTVU V SLOVENIJI V 1990-IH LETIH**

Namen tega poglavja je najprej ugotoviti ali so v Sloveniji v 1990-ih obstajale razlike v ustanavljanju novih podjetij. Nato poskušamo ugotoviti, kateri dejavniki so bistveno vplivali na razlike v ustanavljanju novih podjetij v občinah Republike Slovenije v devetdesetih letih. Dejavnike je pomembno proučiti zato, da lahko svetujemo lokalnim skupnostim, kam usmeriti napore pri pospeševanju podjetništva na lokalni ravni. V ta namen izvedemo korelacijsko analizo ter oblikujemo regresijski model za razlago lokalnih razlik v podjetništvu v Sloveniji v 1990-ih.

### **6.1 Metodologija**

Najprej je naša naloga opredeliti enoto, ki jo proučujemo. Ker nas zanima lokalni razvoj podjetništva z vidika ukrepanja in spodbujanja podjetništva, je naša proučevana enota-občina,

opredeljena v skladu z administrativno in politično prostorsko razdelitvijo Slovenije. Ta opredelitev ima prednost zaradi dostopnosti podatkov, poleg tega so administrativne enote homogene glede instrumentov ekonomske politike (More, 1985, str.7).

Razlike v ustanavljanju podjetij med občinami preverimo s pomočjo primerjave tako imenovanih »mestnih občin« in ostalih (»perifernih«) občin. Med mestne občine štejemo: Celje, Koper, Kranj, Ljubljano, Maribor, Murska Sobota, Nova Gorica, Novo mesto, Ptuj, Slovenj Gradec in Velenje. Razlike ugotovimo z analizo variance.

V modelu testiramo vpliv večine spremenljivk iz Spillingovega modela. Testiramo tudi vpliv nekaterih drugih spremenljivk, ki jih oblikujemo na podlagi spoznanj drugih modelov oz. teorij. Spremenljivke prilagodimo glede na razpoložljivost podatkov ter medsebojno odvisnost.

Model lokalnih razlik v ustanavljanju novih podjetij v Sloveniji v devetdesetih letih razdelimo na dve podobdobji: od 1990-1994 in 1995-1999. Model za obdobje 1990-1994 bomo v nadaljevanju imenovali Model I, model za obdobje 1995-99 Model II. Razlogi za ločeno proučevanje so dveh vrst.

Prvi, metodološki, so nastali zaradi različnih statusnih preoblikovanj in sprememb organizacijskih oblik podjetij ter upravno teritorialnih sprememb, ki povzročajo neprimerljivost podatkov. Od leta 1994 naprej se namreč obrtna dejavnost lahko opravlja v okviru gospodarskih družb ali v okviru samostojnih podjetnikov, zato je ne smemo več enačiti s fizičnimi osebami. Poleg tega je prišlo v obdobju od 1991-1999 do sprememb v upravno teritorialni razdelitvi Republike Slovenije. Leta 1991 smo imeli v Sloveniji le 62 občin, leta 1995 jih je bilo 147, v letu 1998 se je njihovo število povečalo na 192. Zato je model lokalnih razlik v podjetništvu v obdobju od 1991-1994 zgrajen na podlagi podatkov za 62 opazovanih enot, v obdobju 1995-1999 pa na podlagi 147 enot. Podatki za leto 1999 so preračunani iz 192 na 147 občin na podlagi podatkov SURS in Geodetske uprave Republike Slovenije.

Drugi, vsebinski razlog, je v tem, da je prišlo v obdobju po osamosvojitvi do leta 1994 do zelo hitrega naraščanja tako obratovalnic kot tudi vseh drugih oblik gospodarskih družb. Po mnenju J. Smoleta (Smole, 2000, str. 64) je ta pojav nastal predvsem zaradi zapolnjevanja novo nastalih tržnih niš in ne zaradi sistemske podpore države. Prišlo je do polnjenja socialistične črne luknje z nastankom novih podjetij kot tudi z razpadom velikih na MSP. Ta proces se je v drugem obdobju od 1995-1999 precej upočasnil, zato modela proučujemo ločeno.

Zaradi majhnega števila opazovanih enot v Modelu I, ta model razčlenimo na štiri različne modele. Ti so osredotočeni na različne mehanizme, ki so pomembni pri pojasnjevanju razlik v ustanavljanju novih podjetij. Oblikujemo naslednje modele: model znanja in sposobnosti, model resursov, model strukture gospodarstva, model aglomeracij in sestavljeni model, ki vsebuje najpomembnejše dejavnike z vseh področij. Predvidevamo, da v sestavljeni model ne bo možno vključiti veliko spremenljivk, saj so problemi multikolinearnosti v modelih z malo enot zelo resni.

## 6.2 Model

Odvisna spremenljivka v modelu je število novoustanovljenih podjetij v občinah (v proučevanem obdobju) na 1000 prebivalcev (na začetku obdobja). Novoustanovljena podjetja v modelu razumemo kot vsa registrirana podjetja v obliki gospodarskih družb in obratovalnic oz. po letu 1994 fizičnih oseb, ne glede ali so bila ta dejansko aktivna. Pojasnjevalne spremenljivke, ki jih preverjamo v modelih za razlago lokalnih razlik v ustanavljanju novih podjetij razdelimo na pet skupin (glej tabelo 3 na str. 34).

### **Skupina znanja in sposobnosti:**

V prvo skupino so uvrščene spremenljivke, ki izražajo znanje in sposobnosti prebivalstva. Kot prvo spremenljivko preverjamo vpliv deleža prebivalstva starega 30 do 44 let. Ta segment prebivalstva naj bi bil dinamičen in nagnjen k ustanavljanju podjetij. Zato predvidevamo, da starostna skupina prebivalstva med 30 in 44 let pozitivno vpliva na ustanavljanje novih podjetij. Modelu I preverjamo vpliv deleža aktivnega prebivalstva (ker podatkov o starostni strukturi prebivalstva ni na voljo). Pri razlagi vzročnosti te spremenljivke je potrebna previdnost, saj je mogoče, da »bolj podjetniške« regije privlačijo prav ta segment ljudi in ne, da ta segment vpliva na ustanavljanje podjetij.

Prisotnost visoko kvalificirane delovne sile v občinah izraža spremenljivka število študentov na tisoč prebivalcev. To je groba mera za teoretično sprejemljivo spremenljivko, ki jo zaradi pomanjkanja podatkov uporabimo v Modelu II. Prisotnost visoko kvalificirane delovne sile bolje ponazorimo v Modelu I s številom fakultetno izobraženih oseb na 1000 prebivalcev. Predvidevamo, da bo izobraženost pozitivno vplivala na ustanavljanje novih podjetij. Glede podatkov o izobraženosti lahko predvidevamo tudi, da so zaradi začasnih delovnih migracij precenjeni v občinah, ki so revnejše z vidika zaposlitvenih možnosti, medtem ko so v bogatejših občinah podcenjeni.

Vpliv delovnih izkušenj uvrstimo v skupino panožne strukture, ki jo opišemo v nadaljevanju. Na tem mestu omenimo samo naša predvidevanja. Predvidevamo, da delovne izkušnje iz terciarnih in kvartarnih dejavnosti pozitivno vplivajo na ustanavljanje novih podjetij, iz primarnih in sekundarnih negativno. Podatkov o poklicni strukturi na ravni občin ni na voljo.

V modelu manjkajo še mnoge spremenljivke s področja izobrazbe, znanj, sposobnosti ter izkušenj, ki so potrebne za podjetništvo. Manjkajo prisotnost managerskih, marketinških izkušenj, sposobnosti vzpostavljanja mrež sodelavcev in poznanstev sposobnosti premišljenega tveganja, inovativnost, intuicija, vizija, inteligenca, delavnost, odločnost, komunikativnost, samozavest itd. V večini gre za spremenljivke, ki jih je težko številsko izraziti, poleg tega zbiranje tovrstnih podatkov presega okvirje diplomskega dela.

Tabela 3: Spremenljivke za analiziranje regionalnih razlik v stopnji ustanavljanja podjetij v Sloveniji v 1990-ih

Skupine spremenljivk	Spremenljivka*
1. Znanje in sposobnosti	Delež prebivalstva starega 30-44 Število študentov na 1000 prebivalcev Število fakultetno izobraženih oseb na 1000 prebivalcev
2. Človeški, finančni in fizični resursi	Rast prebivalstva (v proučevanem obdobju) Delež brezposelnega prebivalstva Povprečni osebni dohodek Bruto osnova za dohodnino Povprečna višina stalnih sredstev na gospodarsko družbo
3. Struktura gospodarstva** (panožna, velikostna)	Delež podjetij v primarnem, sekundarnem, terciarnem in kvartarnem sektorju med vsemi podjetji Delež storitvenih podjetij med vsemi podjetji Visoke vstopne ovire (delež zaposlenih v kemični, kovinskopredelovalni industriji, proizvodnji vozil in plovil med gospodarskimi družbami) Nizke vstopne ovire (delež zaposlenih v finančnem posredništvu, nepremičninah in poslovnih storitvah med gospodarskimi družbami) Število javnih ustanov na 1000 prebivalcev (sredi obdobja) Delež obratovalnic med vsemi podjetji Delež MSP med vsemi podjetji Delež prihodka iz velikih podjetij med gospodarskimi družbami
4. Aglomeracije/podjetniška razvitost	Celotno prebivalstvo Število vseh podjetij Gostota prebivalstva Gostota podjetij Število podjetij na 1000 prebivalcev
5. Podporno okolje (in politična struktura)	Prisotnost lokalnega/regionalnega centra za podporo Podjetništvu (neprava spremenljivka) Delež vladajoče stranke (LDS) na lokalnih volitvah

Opombe:

\* Vrednosti spremenljivk se nanašajo na začetek proučevanega obdobja, če ni drugače navedeno.

\*\* V Modelu I proučujemo delež zaposlenih v določeni dejavnosti, v Modelu II delež podjetij, ki spadajo v določeno dejavnost.

Vir: Kampuš, 2000

### Skupina resursov:

Prva pojasnjevalna spremenljivka v skupini resursov je stopnja rasti prebivalstva v proučevanem obdobju v odstotkih. Predvidevamo, da bo rast prebivalstva pozitivno vplivala na ustanavljanje novih podjetij. To lahko predvidevamo na podlagi aglomeracijskih učinkov

(povečano povpraševanje, pretok informacij, ekonomije obsega itd.). Poleg tega ponavadi razvitejše regije

(občine) privlačijo bolj izobraženo in bolj produktivno delovno silo iz okolice, kar še dodatno povečuje razlike v razvitosti občin (Peschel, 1997, str. 49). Pri interpretaciji vzročnih učinkov te spremenljivke je potrebna pazljivost, saj lahko rast prebivalstva nastopa kot vzrok za podjetniške aktivnosti ali kot posledica le-teh.

Naslednja spremenljivka je delež nezaposlenih v delovno aktivnem prebivalstvu. Zanja velja, da lahko deluje kot »potisni« faktor. Poleg tega je tudi kazalec proste delovne sile, ki je na voljo na

trgu. Predvidevamo, da je njen vpliv na ustanavljanje podjetij pozitiven predvsem z vidika motivacije. Motiviranost je področje, ki je v modelu sicer slabo zastopano. Med dejavnike, ki poleg brezposelnosti motivirajo k podjetništvu, uvrščamo: obetavne priložnosti, nezadovoljstvo z zaposlitvijo v javni službi, z zaslužkom, družinska tradicija, želja po samo uresničevanju itd. Analiza vseh razlogov za izbiro podjetniške kariere po občinah presega okvire našega diplomskega dela, zato na tem področju predlagamo nadaljnje raziskave.

Višino osebnih dohodkov uporabimo kot kazalec razpoložljivosti finančnih sredstev v občinah oz. v povezavi z drugimi dejavniki (rast prebivalstva), kot kazalec razmer lokalnega povpraševanja. Predvidevamo, da je vpliv razpoložljivih finančnih sredstev na podjetniško aktivnost pozitiven, čeprav lahko visoke plače tudi odvrčajo od podjetništva. V Modelu I uporabimo višino povprečnih mesečnih čistih osebnih dohodkov v podjetjih in drugih organizacijah (razen zasebnih) leta 1991, v Modelu II bruto osnovo za dohodnino na prebivalca v letu 1995. Slabosti teh kazalcev so predvsem v neupoštevajo nagnjenosti k uvozu in varčevanju ter da, ne moremo trditi, da vpliva na velikost porabe vmesnih proizvodov.

S povprečno višino stalnih sredstev gospodarskih družb izrazimo opremljenost podjetij s fizičnimi sredstvi. Ponavadi imajo so s fizičnimi sredstvi bolj opremljena industrijska podjetja, zato predvidevamo, da bo opremljenost s fizičnimi sredstvi negativno vplivala na ustanavljanje novih podjetij. Podatki o opremljenosti s fizičnimi sredstvi so na voljo samo za obdobje 1995-1999.

### **Skupina strukture gospodarstva:**

Izmed spremenljivk, ki odražajo panožno strukturo gospodarstva, v Modelu I preverjamo vpliv deleža zaposlenih v primarnem, sekundarnem, terciarnem in kvartarnem sektorju<sup>2</sup> leta 1991. Predvidevamo, da bo vpliv prvih dveh na ustanavljanje novih podjetij negativen in drugih dveh pozitiven. Proučevanje zaposlenosti po posameznih dejavnostih je v Modelu I zaradi majhnosti vzorca nesmiselno. V modelu II najprej testiramo vpliv deleža podjetij v primarnem sektorju

---

<sup>2</sup> Primarni sektor: kmetijstvo in ribištvo, gozdarstvo in vodno gospodarstvo;

Sekundarni sektor: industrija in rudarstvo, gradbeništvo, obrt in osebne storitve;

Terciarni sektor: promet in zveze, trgovina, gostinstvo in turizem, stanovanjsko-komunalne storitve;

Kvartarni sektor: finančne in druge poslovne storitve, izobraževanje, znanost, kultura;

med vsemi podjetji, delež storitvenih podjetij med vsemi podjetji. Uporabimo strukturo podjetij in ne zaposlenosti, ker nimamo podatkov o strukturi zaposlenosti po dejavnostih fizičnih oseb. Za dejavnosti, kjer se podjetniki srečujejo z visokimi vstopnimi ovirami (kemična, kovinskopredelovalna industrija, proizvodnja vozil in plovil) uporabimo strukturo zaposlenosti v gospodarskih družbah, ker predvidevamo, da je delež tovrstnih dejavnosti med fizičnimi osebami zanemarljiv. Prav tako uporabimo strukturo zaposlenosti pri dejavnostih, ki imajo nizke vstopne ovire (finančno posredništvo, nepremičnine in poslovne storitve).

V model vključimo spremenljivko število poslovnih subjektov v dejavnosti javna uprava, obramba, socialno zavarovanje na prebivalca na sredini obdobja. Izražala naj bi, v kolikšni meri je zagotovljeno delovanje tržnih institucij, pravne države in civilne družbe. To je precej »kruta« mera za teoretično ustrezno spremenljivko. Glede zagotavljanja javnih storitev teh ustanov podjetnikom, bi lahko sklepali, da bo imela spremenljivka pozitiven vpliv na ustanavljanje podjetij. Z vidika zaposlitvene oziroma panožne strukture pa predvidevamo, da vpliv javnega sektorja negativen. Podatki za to dejavnost so bili na voljo le za model v obdobju 1995-1999.

Vpliv velikostne strukture na ustanavljanje novih podjetij v Modelu I preverjamo s pomočjo deleža obratovalnic med vsemi podjetji (podatkov o velikostni strukturi podjetij za leto 1991 ni). Delovne izkušnje v malih podjetjih naj bi pozitivno vplivale na ustanavljanje novih podjetij. Po drugi strani velik delež velikih podjetij daje veliko prostora majhnim podjetjem (kooperantske možnosti itd.). V modelu II testiramo vpliv deleža MSP v vseh podjetjih ter delež prihodka velikih podjetij v celotnem prihodku gospodarskih družb. Delež MSP predstavlja delež majhnih in srednjih podjetij med vsemi podjetji. K majhnim podjetjem štejemo vse samostojne podjetnike in podjetja z največ 50 zaposlenimi, k srednjim pa tista, ki imajo do 250 zaposlenih. Podatki o s.p. vsebujejo vsa registrirana podjetja, podatki o gospodarskih družbah pa samo delujoča podjetja. Uporabili smo strukturo podjetij in ne zaposlenosti v MSP, ker podatka o zaposlenosti v okviru samostojnih podjetnikov ni na voljo. Za delovne izkušnje v MSP lahko pričakujemo, da bodo pozitivno vplivale na ustanavljanje novih podjetij.

### **Skupina aglomeracij:**

Vpliv koncentracije v modelu preverjamo s pomočjo števila podjetij ali prebivalstva ter gostote podjetij ali gostote prebivalstva. Podatek o številu prebivalstva po občinah za leto 1995 ne obstaja, zato smo podatek ocenili kot aritmetično sredino števila prebivalstva v letih 1994 in 1996. S številom prebivalstva izrazimo velikost trga oz. povpraševanja, z gostoto prebivalstva in podjetij izrazimo gostoto razvoja.

Koncentracijo prebivalstva (in podjetij) v gosto naseljenih urbanih regijah lahko pripišemo trem dejavnikom: naraščajočim donosom, transportnim stroškom in povpraševanju (Pašalić, 2000, str. 88). Transportni stroški povzročajo, da je za različne dejavnosti koristnejše, če se nahajajo blizu druga druge. Vertikalne integracije med podjetij povečujejo učinkovitost podjetij in omogočajo stabilnost poslovanja tudi v spremenljivih tržnih razmerah. Gostota ima predvsem pozitiven vpliv na pretok informacij ter nizke transportne stroške. Koncentracija podjetij posamezne vrste dejavnosti omogoča različne prihranke stroškov, koncentracija podjetij

različnih dejavnosti pa omogoča prihranke pridobivanja informacij. Lokalizacija dejavnosti povzroča tudi: doseganje kritične mase specializirane delovne sile, ponudbo specializiranih inputov in storitev ter tehnološki »spillover« (Pašalić, 2000, str. 89). Poleg tega raznolikost dobaviteljev in kupcev znižuje tveganje tržnega uspeha novih proizvodov in storitev (Davelaar, 1991, str. 36-38). Za vse mere koncentracije predvidevamo pozitiven vpliv na ustanavljanje novih podjetij.

Za mero podjetniške razvitosti uporabimo število podjetij na prebivalca v začetnem obdobju. Predvidevamo, da bo razvitost pozitivno vplivala na ustanavljanje novih podjetij.

### **Skupina podpornega okolja:**

V zadnji skupini spremenljivk preverjamo vpliv lokalnih oz. regionalnih razvojnih centrov ter vpliv vladajoče politične stranke na podjetništvo. Predvidevamo, da razvojni centri pozitivno vplivajo na ustanavljanje novih podjetij.

## **6.3 Ugotovitve**

### **6.3.1 Obdobje od 1991-94 (MODEL I):**

Analiza variance pokaže, da se stopnje ustanavljanja podjetij med mestnimi in perifernimi občinami razlikujejo. Sklep postavimo pri stopnji značilnosti  $\alpha=0,01$ . V mestnih občinah so v obdobju 1991-94 ustvarili v povprečju več novih podjetij kot na periferiji. Dejavnike, ki so vplivali na te razlike proučimo v nadaljevanju. Rezultati analize variance so v prilogi.

### **Model znanja in sposobnosti ima naslednjo obliko:**

$$\text{RASTPOD} = \beta_0 + \beta_1 \text{FAKULTET} + \beta_2 \text{TERCIAR}$$

kjer je:

RASTPOD = število novoustvarjenih podjetij v občini na 1000 prebivalcev v obdobju 1991-1994

FAKULTET = delež fakultetno izobraženega prebivalstva občine leta 1991

TERCIAR= delež aktivnega prebivalstva zaposlenega v terciarnih dejavnostih v občini leta 1991

Model kot celota zadovoljivo pojasnjuje razlike v ustanavljanju podjetij ( $\alpha=0.001$ ). Predznaki regresijskih koeficientov so v skladu s pričakovanji in statistično značilni pri  $\alpha=0.01$  in  $\alpha=0.1$ ,  $R^2=0.569$ . Vpliv izobrazbe na ustanavljanje novih podjetij je pozitiven in večji od vpliva terciarnega sektorja. Korelacijska analiza je pokazala, da je vpliv deleža zaposlenih tudi v ostalih sektorjih v skladu s pričakovanji in statistično značilen. To lahko vidimo v korelacijski matriki v prilogi 2. Bivariatni korelacijski koeficient R med ustanavljanjem novih podjetij in



deležem zaposlenih v kvartarnem sektorju znaša 0,646\*\*\* (v sekundarnem=-0,391\*\*\*, primarnem=-0,462). Vendar teh spremenljivk zaradi premočne korelacije z deležem fakultetno izobraženih prebivalcev nismo vključili v model. Korelacija med deležem fakultetno izobraženih prebivalcev in deležem zaposlenih v kvartarnem sektorju je močna in pozitivna (R=0,856\*\*\*), primarni in sekundarni sektor sta v negativni korelaciji z deležem fakultetno izobraženega prebivalstva (R=-0,590\*\*\*, R=-0,427\*\*\*). Delež aktivnega prebivalstva je imel negativen vpliv na ustanavljanje novih podjetij (R=-0,357\*\*\*), vendar zaradi multikolinearnosti ni vključen v model. Vpliv je v nasprotju s pričakovanji in ga na tej ravni raziskave ne moremo razložiti. Na tem mestu predlagamo nadaljnje raziskave.

Tabela 4: Model znanja in sposobnosti

Spremenljivka	$\beta$	s.e.	std. $\beta$	t
Konstanta	3,551	13,898		0,256
FAKULTET	0,119*** <sup>3</sup>	0,022	0,615	5,501
TERCIAR	0,231**	0,111	0,226	2,181
mere primernosti	$R^2$	adj. $R^2$	F	Sig.
regresijskega. modela	0,569	0,554	25,544	0,000

Vir: avtor

Ugotavljamo, da je fakultetna izobrazba zelo pomemben dejavnik za pojasnjevanje razlik v ustanavljanju novih podjetij. Tudi srednja izobrazba je v pozitivni korelaciji z ustanavljanjem novih podjetij (R=0,567\*\*\*).

#### Model resursov ima naslednjo obliko:

$$\text{RASTPOD} = \beta_0 + \beta_1 \text{RASTPREB} + \beta_2 \text{NEZAP} + \beta_3 \text{OSDOH}$$

kjer je:

RASTPREB = stopnja rasti prebivalstva občine v obdobju 1991- 1994

NEZAP = delež nezaposlenega prebivalstva v aktivnem prebivalstvu v občini leta 1991

OSDOH= povprečni mesečni čisti osebni dohodki zaposlenih v podjetjih in drugih organizacijah razen zasebnih v občini leta 1991 v SIT

Model resursov kot celota zadovoljivo pojasnjuje razlike v ustanavljanju podjetij ( $\alpha=0.001$ ). Predznaki regresijskih koeficientov so v skladu s pričakovanji in statistično značilni pri  $\alpha=0.01$  in  $\alpha=0.1$ ,  $R^2=0.266$ . Determinacijski koeficient je precej nizek, kar kaže nizko pojasnjevalno moč resursov pri pojasnjevanju razlik v ustanavljanju novih podjetij. Največji vpliv na ustanavljanje novih podjetij v skupini resursov ima višina osebnega dohodka. Ta je pozitivno povezan z izobraženostjo, deležem zaposlenih v terciarnem in kvartarnem sektorju in gostoto naseljenosti.

<sup>3</sup> \* ( $\alpha = 0,1$ ), \*\* ( $\alpha = 0,05$ ), \*\*\* ( $\alpha = 0,01$ )

Tabela 5: Model resursov

Spremenljivka	$\beta$	s.e.	std. $\beta$	t
Konstanta	-15,481 *	7,790		-1,987
RASTPREB	0,755 *	0,408	0,209	1,853
NEZAP	14,990 *	8,969	0,189	1,671
OSDOH	0,003 ***	0,001	0,449	3,981
mere primernosti regresijskega. modela	$R^2$	adj. $R^2$	F	Sig.
	0,266	0,228	7,002	0,000

Vir: avtor

**Model strukture gospodarstva ima naslednjo obliko:**

$$\text{RASTPOD} = \beta_0 + \beta_1 \text{PRIMARNI} + \beta_2 \text{SEKUNDAR} + \beta_3 \text{DELOBRAT}$$

kjer je:

PRIMARNI = delež aktivnega prebivalstva zaposlenega v primarnem sektorju v občini leta 1991

SEKUNDAR = delež aktivnega prebivalstva zaposlenega v sekundarnem sektorju v občini leta 1991

DELOBRAT = delež obratovalnic med vsemi podjetji v občini leta 1991

Tabela 6: Model strukture gospodarstva

Spremenljivka	$\beta$	s.e.	std. $\beta$	T
Konstanta	44,722 ***	5,247		8,523
PRIMARNI	-0,322 ***	0,065	-0,535	-4,937
SEKUNDAR	-0,320 ***	0,064	-0,504	-5,021
DELOBRAT	-10,209	7,6	-0,143	-1,343
mere primernosti regresijskega. modela	$R^2$	adj. $R^2$	F	Sig.
	0,508	0,483	19,959	0,000

Vir: avtor

Model strukture gospodarstva kot celota zadovoljivo pojasnjuje razlike v ustanavljanju podjetij:  $\alpha=0.001$  in  $R^2=0.508$ . Vpliv panožne strukture gospodarstva je v skladu s pričakovanji. Vpliv primarnega in sekundarnega sektorja na ustanavljanje podjetij je negativen. V model zaradi multikolinearnosti nismo vključili terciarnega in kvartarnega sektorja (oba sta v negativni povezavi s primarnim in sekundarnim sektorjem), vendar je njun vpliv na ustanavljanje podjetij pozitiven ( $R=0,558***$ ,  $R=0,646***$ ). Vpliv deleža obratovalnic med vsemi podjetji na ustanavljanje podjetij je negativen, vendar ni statistično značilen. Negativen vpliv deleža obratovalnic med vsemi podjetji lahko pojasnimo s pomanjkanjem priložnosti za mala podjetja, ki se ponujajo ob prisotnosti velikih podjetij. Bolj verjetna razlaga pa izhaja iz strukture obratovalnic po dejavnostih. Večina obratovalnic posluje v tradicionalnih dejavnostih, za katere

je značilna nizka raven ustanavljanja podjetij. Finančne in druge poslovne storitve so običajno organizirane v obliki delniških družb oz. družb z omejeno odgovornostjo. Poleg tega je delež obratovalnic močno negativno povezan z ravniyo visoke izobrazbe ( $R=-0,680^{***}$ ), kar kaže na nizko izobraženost malih podjetnikov.

**Model aglomeracij ima naslednjo obliko:**

$$\text{RASTPOD} = \beta_0 + \beta_1 \text{VSAPOD} + \beta_2 \text{GOSTPOD} + \beta_3 \text{RASTPREB} + \beta_4 \text{PODPREB}$$

kjer je:

VSAPOD =       število vseh podjetij v občini leta 1991

GOSTPOD =     gostota podjetij v občini leta 1991

PODPREB =     število podjetij na 1000 prebivalcev v občini leta 1991

Tabela 7: Model aglomeracij

Spremenljivka	B	s.e.	std. $\beta$	t
Konstanta	10,604 ***	1,429		7,419
VSAPOD	0,002 ***	0,001	0,277	2,816
GOSTPOD	0,052 ***	0,012	0,434	4,157
RASTPREB	0,612 *	0,357	0,169	1,712
PODPREB	0,084 **	0,039	0,235	2,170
mere primernosti	$R^2$	adj. $R^2$	F	Sig.
regresijskega. modela	0,544	0,512	17,016	0,000

Vir: avtor

Model aglomeracij kot celota zadovoljivo pojasnjuje razlike v ustanavljanju podjetij:  $\alpha=0,001$ ,  $R^2=0,544$ . Predznaki regresijskih koeficientov so v skladu s pričakovanji in večina je statistično značilnih pri  $\alpha=0,01$ , vsi statistično značilni pri  $\alpha=0,1$ . Determinacijski koeficient je dokaj velik, kar nam pove, da imajo aglomeracije velik vpliv na ustanavljanje novih podjetij. Naj pomembnejši izmed dejavnikov v tej skupini je gostota podjetij, sledi število podjetij, podjetniška razvitost in rast prebivalstva. Gostota podjetij je pozitivno povezana z izobrazbo, osebnimi dohodki in kvartarnim sektorjem. Torej lahko trdimo, da zgoščitvena območja ustvarijo in pritegnejo več visoko izobražene delovne sile (ponujajo boljše izobraževalne in zaposlitvene možnosti) ter ustvarjajo večje dohodke. Poslovne, informacijske ter finančne storitve se koncentrirajo predvsem v večjih, gosteje naseljenih mestih. Gostota podjetij je negativno povezana z deležem obratovalnic med vsemi podjetji. Za ta pojav ni jasne razlage, lahko sklepamo, da je to posledica pozitivne povezave predvsem s primarnim in sekundarnim sektorjem.

Ugotovili smo, da imajo vse spremenljivke v skupini aglomeracij pozitiven vpliv na ustanavljanje podjetij ter na dohodek prebivalstva.

**Sestavljeni model ima naslednjo obliko:**

$$\text{RASTPOD} = \beta_0 + \beta_1 \text{FAKULTET} + \beta_2 \text{RASTPREB} + \beta_3 \text{NEZAP} + \beta_4 \text{TERCIAR} + \beta_5 \text{GOSTPOD}$$

Tabela 8: Sestavljeni model

Spremenljivka		Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
Konstanta	$\beta$	8,720 ***	7,750 ***	6,108 ***	4,396 **	5,143 ***
	S.E.	1,175	1,173	1,348	1,707	1,732
	std $\beta$					
	t	7,419	6,608	4,531	2,575	2,969
FAKULTET	$\beta$	0,144 ***	0,146 ***	0,147 ***	0,130 ***	0,091 ***
	S.E.	0,017	0,017	0,016	0,019	0,029
	std $\beta$	0,731	0,740	0,745	0,658	0,464
	t	8,290	8,824	9,186	6,784	3,153
RASTPREB	$\beta$		0,825 ***	0,869 ***	0,779 **	0,882 ***
	S.E.		0,303	0,294	0,295	0,296
	std $\beta$		0,228	0,240	0,215	0,244
	t		2,721	2,958	2,637	2,977
NEZAP	$\beta$			14,547 **	13,354 **	13,798 **
	S.E.			6,450	6,409	6,304
	std $\beta$			0,183	0,168	0,174
	t			2,255	2,084	2,189
TERCIAR	$\beta$				0,168	0,226 **
	S.E.				0,105	0,109
	std $\beta$				0,157	0,210
	t				1,599	2,080
GOSTPOD	$\beta$					0,026 *
	S.E.					0,015
	std $\beta$					0,222
	t					1,734
$R^2$		0,534	0,586	0,619	0,636	0,654
adj. $R^2$		0,526	0,572	0,600	0,610	0,623

Vir: avtor

Spremenljivke smo v model dodajali posamično. Izločili smo jih na podlagi preverjanja multikolinearnosti in statistične značilnosti koeficientov. V modelu ni heteroskedastičnosti. Vrednost  $R^2$  celotnega modela (model 5) je 0,65, kar je zadovoljivo za naš vzorec podatkov, vsi koeficienti imajo pričakovane predznake in so statistično značilni.

V prvi skupini spremenljivk smo testirali vpliv deleža aktivnega prebivalstva in števila fakultetno izobraženih oseb na 1000 prebivalcev. Statistično značilno ( $\alpha=0.01$ ) lahko potrdimo vpliv na ustanavljanje novih podjetij za število fakultetno izobraženih oseb na 1000 prebivalcev. Spremenljivka pozitivno vpliva na ustanavljanje novih podjetij, z njenim linearnim vplivom je pojasnjeno 53,4% variance novo ustvarjenih podjetij na 1000 prebivalcev v obdobju 1991-1994. Vpliva deleža aktivnega prebivalstva na ustanavljanje novih podjetij v modelu ne moremo statistično značilno potrditi. Korelacija med ustanavljanjem novih podjetij in deležem aktivnega prebivalstva je negativna in srednje močna ( $R=-0,357^{***}$ ). Vendar spremenljivka z vsebinskega vidika ni povsem ustrezna, poleg tega povzroča multikolinearnost, ki sicer ni kritična ( $VIF=5,3$ ), vendar si je v modelu s tako malo enotami ne moremo privoščiti. Zato spremenljivko izločimo iz modela.

V drugi skupini preverjamo vpliv stopnje rasti prebivalstva, deleža nezaposlenih in dohodka. Rast prebivalstva poveča  $R^2$  na 0,59 in ima pozitiven vpliv na ustanavljanje podjetij. Z vključitvijo deleža nezaposlenih v aktivnem prebivalstvu se  $R^2$  poveča na 61,9%. Vpliv nezaposlenosti na ustanavljanje novih podjetij je pozitiven, statistično značilen, spremenljivka ne povzroča multikolinearnosti. Pozitivnega vpliva višine osebnih dohodkov na ustanavljanje podjetij v tem modelu ne moremo potrditi. Vzrok temu lahko pripišemo multikolinearnosti, ki jo ta spremenljivka povzroča. Obstaja močna pozitivna korelacija med višino osebnih dohodkov in prisotnostjo visoko izobraženih oseb v občinah ( $R=0,633^{***}$ ) ter srednje močna korelacija s spremenljivkami koncentracij in aglomeracij. Spremenljivko izključimo iz modela.

Glede panožne strukture gospodarstva lahko statistično značilno potrdimo pozitiven vpliv deleža zaposlenih v terciarnem sektorju. Smer vpliva zaposlenih v ostalih treh sektorjih je v skladu s pričakovanji, vendar njihovega vpliva zaradi velike medsebojne korelacije v modelu ne moremo potrditi.

V zadnji skupini lahko statistično značilno potrdimo pozitiven vpliv gostote podjetij.

Korelacijska analiza vpliva proučevanih 16 spremenljivk na stopnjo ustanavljanja podjetij statistično značilno potrdi naslednje spremenljivke:

- delež aktivnega prebivalstva,
- delež fakultetno izobraženega prebivalstva,
- višino osebnih dohodkov,
- delež zaposlenih v primarnem sektorju,
- delež zaposlenih v sekundarnem sektorju,
- delež zaposlenih v terciarnem sektorju,
- delež zaposlenih v kvartarnem sektorju,
- delež obratovalnic med vsemi podjetji,
- število podjetij na začetku obdobja,
- gostoto prebivalstva,
- gostoto podjetij,
- število podjetij na 1000 prebivalcev na začetku obdobja.

Testirali smo še nekatere druge (sorodne) spremenljivke in ugotovili, da na ustanavljanje podjetij statistično značilno vpliva: število študentov na 1000 prebivalcev, povprečna leta šolanja prebivalstva, delež srednje izobraženega prebivalstva, delež kmečkega prebivalstva ter delež prebivalstva zaposlenega v dejavnostih gostinstva in turizma.

### **6.3.2 Obdobje od 1995-99 (MODEL II):**

Analiza variance pokaže, da se stopnje ustanavljanja podjetij med mestnimi in perifernimi občinami razlikujejo. Sklep postavimo pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,01$ . V mestnih občinah so tudi v obdobju 1995-1999 ustvarili v povprečju več novih podjetij na prebivalca kot na periferiji. Dejavnike, ki so vplivali na te razlike proučimo v nadaljevanju.

**Model II ima naslednjo obliko:**

$$\text{RASTPOD} = \beta_0 + \beta_1 \text{PREB3044} + \beta_2 \text{STUDENT} + \beta_3 \text{NEZAP} + \beta_4 \text{RASTPREB} + \beta_5 \text{PRIMARNI} + \beta_6 \text{STORITVE} + \beta_7 \text{VVO} + \beta_8 \text{NVO} + \beta_9 \text{DELEZMSP} + \beta_{10} \text{VSAPOD} + \beta_{11} \text{LOKCENTR} + \beta_{12} \text{LDS}$$

kjer je:

PREB3044 =	Delež prebivalstva starega med 30 in 44 let v občini leta 1995
STUDENT =	Število študentov na 1000 prebivalcev v občini leta 1995
VVO =	Delež zaposlenih v kemični, kovinskopredelovalni industriji, proizvodnji vozil in plovil med gospodarskimi družbami v občini leta 1995
NVO =	Delež zaposlenih v finančnem posredništvu, nepremičninah in poslovnih storitvah med gospodarskimi družbami v občini leta 1995
LOKCENTR =	Prisotnost lokalnega/regionalnega podjetniškega centra (vrednost 1 ali 0)
LDS =	Delež glasov stranke LDS na lokalnih volitvah leta 1994

Spremenljivke smo v model dodajali enako kot v prejšnjem modelu. V modelu ni heteroskedastičnosti. Vrednost  $R^2$  modela II je 0,48, kar je zadovoljivo za naš vzorec podatkov, vsi koeficienti, razen deleža prebivalstva starega med 30 in 44 let, imajo pričakovane predznake in večina je statistično značilnih. Nižjo vrednost  $R^2$  lahko delno pripišemo slabšim podatkom o izobrazbi ter strukturi zaposlenosti.

V prvi skupini spremenljivk lahko statistično značilno potrdimo vpliv na ustanavljanje novih podjetij za število študentov na 1000 prebivalcev ter deleža prebivalstva starega med 30 in 44 let. Izobrazba pozitivno vpliva na ustanavljanje novih podjetij, starostna skupina med 30 in 44 let pa negativno. Vpliva slednje na tej stopnji analize ne moremo pojasniti, zato na tem področju predlagamo nadaljnje raziskave.

Tabela 9: Model II

Skupina spremenljivk	Spremenljivka		Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	
	konstanta	$\beta$	9,064 **	9,835 **	-28,127	-31,403	-49,924	
		S.E.	4,200	4,125	36,419	36,067	35,986	
		t	2,158	2,384	-0,772	-0,871	-1,387	
<b>Znanje in sposobnosti</b>	PREB3044	$\beta$	-47,346 **	-45,791 **	-51,884 ***	-52,186 ***	-45,593 ***	
		S.E.	18,700	18,768	18,155	17,961	17,773	
		t	-2,532	-2,4399	-2,858	-2,906	-2,565	
	STUDENT	$\beta$	0,338 ***	0,280 ***	0,260 ***	0,218 **	0,246 ***	
		S.E.	0,043	0,049	0,047	0,051	0,055	
		t	7,813	5,715	5,475	4,237	4,493	
<b>Človeški, finančni in fizični resursi</b>	NEZAP	$\beta$		-0,019	-0,043	-0,056	-0,052	
		S.E.		0,075	0,072	0,071	0,070	
		t		-0,259	-0,595	-0,781	-0,735	
	RASTPREB	$\beta$		26,816 ***	34,526 ***	38,429 ***	36,962 ***	
		S.E.		9,891	9,806	9,896	9,879	
		t		2,711	3,521	3,883	3,742	
<b>Struktura gospodarstva (panožna, velikostna)</b>	PRIMARNI	$\beta$			-0,276 **	-0,272 **	-0,291 **	
		S.E.			0,131	0,130	0,128	
		t			-2,106	-2,097	-2,273	
	STORITVE	$\beta$			0,093 **	0,079 **	0,089 **	
		S.E.			0,037	0,037	0,037	
		t			2,548	2,150	2,443	
	VVO	$\beta$			-2,351 **	-2,332 **	-1,906 *	
		S.E.			1,087	1,075	1,065	
		t			-2,163	-2,169	-1,789	
	NVO	$\beta$			5,908 *	4,967	4,476	
		S.E.			3,077	3,080	3,030	
		t			1,920	1,613	1,477	
	DELEZMSP	$\beta$			34,695	39,664	56,689	
		S.E.			35,891	35,594	35,404	
		t			0,967	1,114	1,601	
<b>Aglomeracije koncentracija</b>	VSAPOD	$\beta$				0,0001 **	0,0001	
		S.E.				0,000	0,000	
		t				1,995	1,521	
<b>Podporno okolje in politična struktura</b>	LOKCENTR	$\beta$					0,670	
		S.E.					0,567	
		t					1,182	
	LDS	$\beta$						-0,084 *
		S.E.						0,031
		t						-2,678
	$R^2$		0,298	0,335	0,436	0,452	0,482	
	adj. $R^2$		0,288	0,316	0,399	0,411	0,436	

Vir: avtor

V drugi skupini preverjamo vpliv stopnje rasti prebivalstva, deleža nezaposlenih, bruto osnove za dohodnino ter povprečne višine stalnih sredstev na gospodarsko družbo. Rast prebivalstva ima pozitiven ter značilen vpliv na ustanavljanje podjetij. Delež nezaposlenih je v drugem obdobju za razliko od prvega vplival negativno. V modelu vpliva sicer ne moremo statistično značilno potrditi, vendar bivariatni korelacijski koeficient negativen in statistično značilen ( $R=-0,265***$ ). Spremembo smeri vpliva nezaposlenosti lahko pojasnimo z izčrpanjem

podjetniškega potenciala med nezaposlenimi v prvi polovici devetdesetih. Višina dohodkov je vplivala pozitivno na ustanavljanje podjetij ( $R=0,386^*$ ), vendar je zaradi močne korelacije s številom študentov na 1000 prebivalcev, nismo vključili v model. Opremljenost podjetij s fizičnim kapitalom ne vpliva statistično značilno na ustanavljanje podjetij.

Glede panožne strukture gospodarstva lahko statistično značilno potrdimo pozitiven vpliv deleža storitvenih podjetij ter panog z nizkimi vstopnimi ovirami in negativen primarnega sektorja. Delež MSP ima v obdobju 1995-1999 pozitiven vpliv.

Korelacijska analiza statistično značilno potrди pozitiven vpliv vseh spremenljivk iz skupine aglomeracij, vendar lahko zaradi njihove velike medsebojne korelacije v modelu potrdimo samo število vseh podjetij na začetku obdobja. Tudi podjetniška razvitost občin je imela pozitiven vpliv na ustanavljanje podjetij ( $R=0,376^{***}$ ), kar pomeni, da so se razlike v razvitosti občin povečevale.

Prisotnost lokalnih oz. regionalnih centrov za pospeševanje podjetništva ima pozitiven vpliv na ustanavljanje novih podjetij. To potrди korelacijska analiza ( $R=0,165^*$ ), v modelu tega vpliva ne moremo potrditi. Relativno šibak pozitiven vpliv lahko pripišemo temu, da so ti centri še niso prisotni dovolj časa, da bi bili njihovi rezultati prepričljivi. V modelu statistično značilno potrdimo negativen vpliv deleža glasov vladajoče stranke (LDS) na lokalnih volitvah leta 1994. To lahko pojasnimo z željo vladajoče stranke po ohranitvi obstoječega stanja oz. pomanjkanjem želje po spremembah. Vlada in lokalne oblasti se ne posvečajo dovolj razvoju podjetništva.

Korelacijska analiza vpliva proučevanih 20 spremenljivk na stopnjo ustanavljanja podjetij statistično značilno potrди naslednje spremenljivke:

- Število študentov na 1000 prebivalcev
- Rast prebivalstva
- Delež nezaposlenih
- Bruto osnovo za dohodnino
- Delež podjetij v primarnem sektorju
- Število prebivalstva
- Število podjetij
- Gostoto podjetij
- Gostoto prebivalstva
- Število podjetij na 1000 prebivalcev
- Prisotnost lokalnega centra za podjetništvo



## 7. Sklep

Podjetništvo je v zadnjem desetletju doživelo izjemen razcvet. To še posebej velja za prvo polovico devetdesetih let. Tega procesa ni spremljala politika, ki bi zagotavljala enakomeren razvoj, zato so imela razvita urbana središča prednost pred obrobni občini. To je povzročilo, da so se razlike v razvitosti občin še povečale. Drobljenje občin je dodatno zmanjševalo ekonomsko moč občin in s tem možnosti za vpliv na lasten razvoj.

Vendar menimo, da ni razloga za pesimizem. Občine, ki bodo spoznale pomen malega gospodarstva za njihov razvoj in bodo pripravljene zagotoviti podjetnikom prijazno okolje, imajo za spodbudo malega gospodarstva na voljo širok spekter možnosti. Rešitev je treba poiskati predvsem v ljudeh.

Velik pomen ima razvoj zavesti o malem gospodarstvu. V poglavju o podjetniški kulturi smo navedli vrsto promocijskih akcij, ki jih lahko izvajajo občine: od podjetniških krožkov v šolah, okroglih miz, podjetniških izložb itd. Uprava se mora začeti obnašati bolj podjetno, začeti poenostavljati postopke, nuditi informacije ter zagotavljati prostorske rešitve.

Ugotovili smo, da sta imela med dejavniki, ki smo jih proučevali izobrazba in koncentracija poglavitni vpliv na ustanavljanje podjetij. Velik vpliv je imela tudi panožna struktura.

Predlagamo, da se v občinah promovira izobraževanje, še posebej pa izobraževanje in usposabljanje že obstoječih podjetnikov. Izobraževanje mora biti usmerjeno in v skladu s strategijo, ki si jo je izbrala občina. Majhne občine namreč ne morejo konkurirati velikim s široko paleto dejavnosti, zato lahko iščejo svojo možnost v specializaciji. Koncept evropskih grozdov je primernejši za raven celotne države kot za občinsko raven. Za občine je primernejši koncept industrijskega okrožja.

Občine se morajo začeti povezovati med seboj ter s podjetniki. Potrebno je tudi povezovanje med podjetniki samimi ter večja odprtost za (so)lastniške vire financiranja. Velik pomen imajo lahko pri tem poslovne mreže ter mreže za podporo MSP. Lokalni podjetniški centri lahko povezujejo male podjetnike preko predstavitev na sejnih, povezovanje lahko poteka v okviru velikih poslovnih projektov itd.

Pred nami je še dolga pot do podjetniške razvitosti.

## LITERATURA:

1. D'Arcy Eamonn, Bruno Guissani: Local economic development: changing the parameters? Entrepreneurship & regional development. 1996, str. 159-178.
2. Davelaar, Evert Jan: Regional economic analysis of innovation and incubation. Aldershot: Avebury, 1991. 337 str.
3. Glas Miroslav: Opčine i lokalni ekonomski razvoj. Sarajevo: SEED, 2001.
4. Glas Miroslav: Podjetništvo – izziv za 21. stoletje. Ljubljana: Gea Collegge, 2000. 498 str.
5. Gwen Swinburn: Lokalni ekonomski razvoj. Sarajevo: SEED, 2001.
6. Jože Smole: Razvoj malega gospodarstva v Sloveniji. Glas Miroslav, ur., Podjetništvo – izziv za 21. stoletje. Ljubljana: Gea Collegge, 2000, str. 64-81.
7. Julien Pierre-Andre: The state of the art in small business & entrepreneurship. Aldershot: Ashgate, 1998.
8. Karin Peschel: Regional growth and regional policy within the framework of European integration. Heidelberg: Physica-Verlag, 1997. 197 str.
9. Matej More: Regionalni modeli rasti v teoriji in jugoslovanski praksi. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1985. 165 str.
10. Vida Kampuš Trop: Podjetništvo v Sloveniji - regionalne razlike v ustanavljanju in razvoju novih podjetij. Doktorska disertacija. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000. 358 str.
11. Želimir Pašalić: Lokalni sustavi malih poduzeća. Split, 2000. 186 str.

## VIRI:

1. PASEF. [URL: [http://www.ef.uni-lj.si/pasef/\\_zakljucni/](http://www.ef.uni-lj.si/pasef/_zakljucni/)], 15.5.2002.
2. Regionalni vidiki razvoja Slovenije s poudarkom na finančnih rezultatih poslovanja gospodarskih družb v letu 1995. Ljubljana: Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj, 1996. 106 str.
3. Statistični letopis Republike Slovenije 1991. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za
4. statistiko, 1991. 659 str.
5. Statistični letopis Republike Slovenije 1992. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za
6. statistiko, 1993. 530 str.
7. Statistični letopis Republike Slovenije 1996. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za
8. statistiko, 1996. 621 str.
9. Statistični letopis Republike Slovenije 2000. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za
10. statistiko, 2000. 687 str.

# PRILOGA:

## Analiza variance 1991-94

### ANOVA

#### RASTPOD

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	307,809	1	307,809	8,132	,006
Within Groups	2270,973	60	37,850		
Total	2578,782	61			

## Korelacijska analiza 1991-1994

### Correlations

	RASTPOD	AKTIVNO	FAKULTET	RASTPREB	NEZAP	OSDOH	PRIMARNI	SEKUNDAR	TERCIAR	KVARTAR	DELOBRAT	PREB	VSAPOD	GOSTPREB	GOSTPOD	PODPREB	VOLITVE	
RASTPOD	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	1,000 ,004 62	,731** ,000 62	,198 ,122 62	,148 ,252 62	,438** ,000 62	-,462** ,000 62	-,391** ,002 62	,558** ,000 62	,646** ,000 62	-,447** ,000 62	,242 ,058 62	,498** ,000 62	,551** ,000 62	,557** ,000 62	,557** ,000 62	-,178 ,165 62	
AKTIVNO	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	-,357** ,004 62	1,000 ,000 62	-,487** ,008 62	,334** ,865 62	-,022 ,057 62	-,244 ,000 62	,712** ,166 62	-,178 ,008 62	-,333** ,000 62	-,445** ,000 62	-,241 ,059 62	-,005 ,968 62	-,188 ,143 62	-,375** ,003 62	-,384** ,002 62	-,397** ,001 62	-,244 ,056 62
FAKULTET	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,731** ,000 62	-,487** ,000 62	1,000 ,755 62	-,040 ,838 62	-,027 ,000 62	,633** ,000 62	-,590** ,000 62	-,427** ,001 62	,549** ,000 62	,856** ,000 62	-,680** ,000 62	,439** ,000 62	,714** ,000 62	,763** ,000 62	,746** ,000 62	,597** ,000 62	-,130 ,313 62
RASTPREB	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,198 ,122 62	,334** ,008 62	-,040 ,755 62	1,000 ,612 62	-,066 ,976 62	,004 ,813 62	,031 ,522 62	-,083 ,313 62	,130 ,791 62	-,034 ,548 62	,078 ,400 62	,109 ,116 62	,202 ,087 62	-,219 ,132 62	-,194 ,057 62	,243 ,694 62	-,051 ,624 62
NEZAP	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,148 ,252 62	-,022 ,865 62	-,027 ,838 62	-,066 ,612 62	1,000 ,637 62	-,061 ,236 62	,153 ,007 62	-,216 ,003 62	,071 ,585 62	,015 ,906 62	,191 ,137 62	,126 ,329 62	,069 ,596 62	-,076 ,555 62	-,057 ,660 62	,066 ,609 62	-,207 ,107 62
OSDOH	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,438** ,000 62	-,244 ,057 62	,633** ,000 62	-,004 ,976 62	-,061 ,637 62	1,000 ,007 62	-,338** ,003 62	-,367** ,000 62	,447** ,000 62	,541** ,000 62	-,446** ,024 62	,286** ,000 62	,464** ,000 62	,483** ,000 62	,476** ,000 62	,390** ,002 62	-,113 ,381 62
PRIMARNI	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	-,462** ,000 62	,712** ,000 62	-,590** ,000 62	,031 ,813 62	-,153 ,236 62	1,000 ,007 62	-,259** ,042 62	-,474** ,000 62	-,610** ,001 62	,406** ,063 62	-,238 ,001 62	-,444** ,000 62	-,280** ,027 62	-,263** ,039 62	-,423** ,001 62	-,170 ,187 62	
SEKUNDAR	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	-,391** ,166 62	-,178 ,001 62	-,427** ,001 62	-,083 ,522 62	-,216 ,092 62	-,367** ,003 62	1,000 ,042 62	-,521** ,000 62	-,501** ,179 62	,173 ,095 62	-,214 ,007 62	-,340** ,006 62	-,346** ,006 62	-,363** ,004 62	-,352** ,005 62	,453** ,000 62	
TERCIAR	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,558** ,008 62	-,333** ,000 62	,549** ,000 62	,130 ,313 62	,071 ,585 62	-,447** ,000 62	-,521** ,000 62	1,000 ,000 62	,511** ,000 62	-,088 ,498 62	-,202 ,116 62	,493** ,000 62	,190 ,138 62	,219 ,087 62	,729** ,000 62	-,180 ,162 62	
KVARTAR	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,646** ,000 62	-,445** ,000 62	,856** ,000 62	-,034 ,791 62	,015 ,906 62	-,610** ,000 62	-,501** ,000 62	,511** ,000 62	1,000 ,000 62	-,645** ,000 62	,404** ,001 62	,608** ,000 62	,626** ,000 62	,604** ,000 62	,436** ,000 62	-,195 ,128 62	
DELOBRAT	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	-,447** ,000 62	,241 ,059 62	-,680** ,000 62	,078 ,548 62	,191 ,137 62	-,446** ,001 62	,406** ,179 62	,173 ,498 62	-,088 ,000 62	-,645** ,000 62	1,000 ,000 62	-,501** ,000 62	-,545** ,000 62	-,564** ,000 62	-,504** ,000 62	,006 ,963 62	,216 ,092 62
PREB	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,242 ,058 62	-,005 ,968 62	,439** ,000 62	,109 ,400 62	,126 ,329 62	-,238 ,024 62	-,214 ,063 62	,202 ,116 62	,404** ,001 62	-,501** ,000 62	1,000 ,000 62	,888** ,000 62	,092 ,475 62	,035 ,784 62	-,007 ,958 62	-,333** ,008 62	
VSAPOD	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,498** ,000 62	-,188 ,143 62	,714** ,000 62	,202 ,116 62	,069 ,596 62	-,444** ,000 62	-,340** ,007 62	,493** ,000 62	,608** ,000 62	-,545** ,000 62	,888** ,000 62	1,000 ,000 62	,258** ,043 62	,223 ,081 62	,383** ,002 62	-,255** ,045 62	
GOSTPREB	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,551** ,000 62	-,375** ,003 62	,763** ,000 62	-,219 ,087 62	-,076 ,555 62	-,280** ,027 62	-,346** ,006 62	,190 ,138 62	,626** ,000 62	-,564** ,000 62	,092 ,475 62	,258** ,043 62	1,000 ,000 62	,994** ,000 62	,342** ,006 62	-,098 ,450 62	
GOSTPOD	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,557** ,000 62	-,384** ,002 62	,746** ,000 62	-,194 ,132 62	-,057 ,660 62	-,263** ,039 62	-,363** ,004 62	,219 ,087 62	,604** ,000 62	-,504** ,000 62	,035 ,784 62	,223 ,081 62	,994** ,000 62	1,000 ,000 62	,403** ,001 62	-,071 ,581 62	
PODPREB	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	,557** ,000 62	-,397** ,001 62	,597** ,000 62	,243 ,057 62	,066 ,609 62	-,423** ,001 62	-,352** ,005 62	,729** ,000 62	,436** ,000 62	,006 ,963 62	-,007 ,958 62	,383** ,002 62	,342** ,006 62	,403** ,001 62	1,000 ,000 62	,115 ,374 62	
VOLITVE	Pearson Correlat Sig. (2-tailed) N	-,178 ,165 62	-,244 ,056 62	-,130 ,313 62	-,051 ,694 62	-,207 ,107 62	-,113 ,381 62	-,170 ,187 62	,453** ,000 62	-,180 ,162 62	-,195 ,128 62	,216 ,092 62	-,333** ,008 62	-,255** ,045 62	-,098 ,450 62	-,071 ,581 62	,115 ,374 62	1,000 ,000 62

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Correlations**

		RASTPOD	STUD91	SOLANJE	SREDSOLA	KMECPREB	GOSTURIZ
RASTPOD	Pearson Correlation	1,000	,555**	,653**	,567**	-,445**	,425**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,001
	N	62	62	62	62	62	62
STUD91	Pearson Correlation	,555**	1,000	,839**	,760**	-,612**	,063
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,627
	N	62	62	62	62	62	62
SOLANJE	Pearson Correlation	,653**	,839**	1,000	,812**	-,612**	,300*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,018
	N	62	62	62	62	62	62
SREDSOLA	Pearson Correlation	,567**	,760**	,812**	1,000	-,776**	,285*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,025
	N	62	62	62	62	62	62
KMECPREB	Pearson Correlation	-,445**	-,612**	-,612**	-,776**	1,000	-,250
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,051
	N	62	62	62	62	62	62
GOSTURIZ	Pearson Correlation	,425**	,063	,300*	,285*	-,250	1,000
	Sig. (2-tailed)	,001	,627	,018	,025	,051	
	N	62	62	62	62	62	62

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Analiza variance 1995-1999

**ANOVA**

RAST

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	96,606	1	96,606	8,095	,005
Within Groups	1730,442	145	11,934		
Total	1827,048	146			

# Korelacijska analiza 1995-1999

## Correlations

	RAST	PREB304	STUDENT	RASTPRE	NEZAP	DOHODNI	RED_PO	PRIMARNI	STORITVE	VVO	NVO	DELEZMS	PRIHVELK	PREB	VSAPOD	GOSTPOC	GOSTPRE	PODPREE	LOKCENTR	LDS		
RAST	Pearson Correlat	1,000	-.017	,516**	,395*	-.265*	,386*	-.076	-.272**	,138	-.063	,099	,024	,135	,270*	,294*	,289*	,275*	,376**	,165*	-.026	
	Sig. (2-tailed)		,834	,000	,000	,001	,000	,362	,001	,096	,450	,232	,774	,103	,001	,000	,000	,001	,000	,005	,754	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	
PREB304	Pearson Correlat	-.017	1,000	,294**	,117	,087	,287**	,068	-.163*	,152	,103	,040	-.191*	,257**	,218**	,180*	,313*	,381**	,201*	,139	,232*	
	Sig. (2-tailed)			,834	,000	,159	,294	,000	,411	,049	,066	,216	,631	,021	,002	,008	,029	,000	,000	,014	,093	,005
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	
STUDENT	Pearson Correlat	,516**	,294**	1,000	,427**	-.354**	,790**	,169*	-.231**	,076	,122	-.070	-.208*	,414**	,394**	,383**	,422**	,421**	,689**	,313**	,325*	
	Sig. (2-tailed)				,000	,000	,000	,041	,005	,359	,140	,400	,012	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	
RASTPRE	Pearson Correlat	,395**	,117	,427**	1,000	-.299*	,432**	-.028	-.144	-.222**	,185*	,041	-.141	,231**	-.068	-.051	,010	-.049	,345**	-.093	,007	
	Sig. (2-tailed)					,000	,000	,741	,081	,007	,025	,621	,088	,005	,412	,537	,906	,554	,000	,262	,933	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	
NEZAP	Pearson Correlat	-.265**	,087	-.354**	-.299**	1,000	-.461**	,060	,142	,156	-.103	,056	,028	-.161	,043	,015	,083	,098	-.210**	,049	-.021	
	Sig. (2-tailed)						,000	,472	,086	,059	,213	,503	,736	,051	,605	,861	,319	,236	,011	,554	,801	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	
DOHODNI	Pearson Correlat	,386**	,287**	,790**	,432**	-.461**	1,000	,156	-.263**	,086	-.166*	-.096	-.188*	,414**	,340**	,350**	,381**	,356**	,662**	,188*	,339*	
	Sig. (2-tailed)							,059	,001	,299	,045	,249	,023	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,023	,000	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	
SRED_PO	Pearson Correlat	-.076	,068	,169**	-.028	,060	,156	1,000	-.046	,037	-.003	-.108	-.354**	,531**	,112	,097	,093	,107	,092	,046	,143	
	Sig. (2-tailed)						,059		,579	,659	,967	,194	,000	,000	,177	,240	,263	,199	,270	,579	,084	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	
PRIMARNI	Pearson Correlat	-.272**	-.163*	-.231**	-.144	,142	-.263**	1,000	-.208*	-.066	,102	,015	-.131	-.114	-.109	-.151	-.172**	-.195**	,010	-.127		
	Sig. (2-tailed)						,001		,012	,428	,220	,861	,115	,169	,189	,069	,037	,018	,907	,126		
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
STORITVE	Pearson Correlat	,138	,152	,076	-.222**	,156	,086	,037	-.208*	1,000	,021	-.098	,094	,023	,283**	,264**	,269**	,290**	,109	,208*	,235*	
	Sig. (2-tailed)						,299	,659	,012		,801	,237	,258	,784	,001	,001	,001	,000	,187	,012	,004	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
VVO	Pearson Correlat	,063	,103	,122	,185*	-.103	,166*	,003	-.066	,021	1,000	-.126	-.049	,146	,014	-.005	-.061	-.028	,020	,010	,176*	
	Sig. (2-tailed)					,045	,967	,428	,801			,129	,552	,077	,868	,953	,467	,740	,809	,908	,033	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
NVO	Pearson Correlat	,099	,040	-.070	,041	,056	-.096	-.108	,102	-.098	1,000	,208*	-.234**	,061	,071	,145	,216**	,029	-.073	-.111		
	Sig. (2-tailed)						,249	,194	,220	,237			,011	,004	,464	,390	,080	,009	,731	,377	,180	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
DELEZMS	Pearson Correlat	,024	-.191*	-.208*	-.141	,028	-.188*	-.354**	,015	,094	-.049	,208*	1,000	-.656**	-.096	-.088	-.156	-.115	-.079	-.080	,074	
	Sig. (2-tailed)						,023	,000	,861	,258	,552	,011		,000	,250	,291	,059	,166	,340	,333	,373	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
PRIHVELK	Pearson Correlat	,135	,257**	,414**	,231**	-.161	,414**	,531**	-.131	,023	,146	-.234**	-.656**	1,000	,200*	,174*	,194*	,173*	,251**	,197*	,199*	
	Sig. (2-tailed)						,000	,000	,115	,784	,077	,004	,000		,015	,036	,018	,036	,002	,017	,015	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
PREB	Pearson Correlat	,270**	,218*	,394**	-.068	,043	,340**	,112	-.114	,283**	,014	,061	-.096	,200*	1,000	,985**	,699*	,778**	,313**	,383**	,132	
	Sig. (2-tailed)						,000	,177	,169	,001	,868	,464	,250	,015		,000	,000	,000	,000	,000	,111	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
VSAPOD	Pearson Correlat	,294**	,180*	,383**	-.051	,015	,350**	,097	-.109	,264**	-.005	,071	-.088	,174*	,985**	1,000	,731**	,769**	,357**	,328**	,096	
	Sig. (2-tailed)						,000	,240	,189	,001	,953	,390	,291	,036	,000		,000	,000	,000	,000	,249	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
GOSTPOC	Pearson Correlat	,289**	,313**	,422**	,010	,083	,381**	,093	-.151	,269**	-.061	,145	-.156	,194*	,699**	,731**	1,000	,911**	,518**	,161	,079	
	Sig. (2-tailed)						,000	,263	,069	,001	,467	,080	,059	,018	,000	,000		,000	,000	,051	,344	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
GOSTPRE	Pearson Correlat	,275**	,381**	,421**	-.049	,098	,356**	,107	-.172**	,290**	-.028	,216**	-.115	,173*	,778**	,769**	,911**	1,000	,359**	,229**	,135	
	Sig. (2-tailed)						,000	,199	,037	,000	,740	,009	,166	,036	,000	,000	,000		,000	,005	,104	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
PODPREE	Pearson Correlat	,376**	,201*	,689**	,345**	-.210*	,662**	,092	-.195*	,109	,020	,029	-.079	,251**	,313*	,357**	,518*	,359**	1,000	,238**	,148	
	Sig. (2-tailed)						,000	,011	,000	,270	,018	,187	,809	,731	,340	,002	,000	,000		,004	,073	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
LOKCENTR	Pearson Correlat	,165*	,139	,313**	-.093	,049	,188*	,046	,010	,208*	,010	-.073	-.080	,197*	,383**	,328**	,161	,229**	,238**	1,000	,257**	
	Sig. (2-tailed)						,023	,579	,907	,012	,908	,377	,333	,017	,000	,000	,051	,005	,004		,002	
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		
LDS	Pearson Correlat	-.026	,232**	,325**	,007	-.021	-.339**	,143	-.127	,235**	-.176*	-.111	,074	,199*	,132	,096	,079	,135	,148	,257**	1,000	
	Sig. (2-tailed)						,000	,084	,126	,004	,033	,180	,373	,015	,111	,249	,344	,104	,073	,002		
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147		

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).