

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO
PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI

Ljubljana, maj 2004

DEJAN RISTIČ

IZJAVA

Študent _____ izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom _____ in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

1. UVOD	1
2. TEORIJE PODJETNIŠTVA	2
2.1 Klasične teorije podjetništva	2
2.2 Sodobne teorije podjetništva	4
2.2.1 Motivacijska teorija	7
3. PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI IN SLOVENCİ KOT PODJETNIKI	10
3.1 Razvoj podjetništva v Sloveniji in dejavniki, ki so nanj bistveno vplivali	12
3.2 Slovenci kot podjetniki in nepodjetniki	16
3.2.1 Osebnostne značilnosti uspešnih podjetnikov	17
3.2.2 Slovenski nacionalni karakter - (ne)podjetniški potencial	19
3.3 Motivi in razlogi za ustanovitev lastnega podjetja	25
4. ODNOS DRŽAVE DO PODJETNIŠTVA	32
4.1 Vrste podpornih institucij za malo gospodarstvo v Sloveniji	34
4.1.1 Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG)	36
4.1.2 Sekcija slovenskega tveganega kapitala SLEVCA	39
4.1.3 Podjetniški inkubatorji (BIG)	39
4.2 Vzpodbude podjetnikom v letošnjem letu	40
5. SKLEP	41
6. LITERATURA	43
7. VIRI	45

1. UVOD

Pojem sodobnega podjetništva lahko proučujemo z dveh vidikov (Plut, 1995, str. 20-21):

- a.) kot zunanje podjetništvo (entrepreneurship), ki pomeni ustanovitev novih podjetij
- b.) kot notranje podjetništvo (intrapreneurship), s katerim označujemo podjetništvo v obstoječem podjetju¹.

V svoji diplomski nalogi sem se osredotočil na podjetništvo v Sloveniji, saj je podjetništvo kot tako v zadnjem času doživelo pravi razcvet. Jeffrey A. Timmons je v svoji najnovejši izdaji *New Venture Creation* (2003) to poimenoval "tiha revolucija".

Začetek revolucije ob koncu 20. stoletja je vezan na Združene države Amerike, ki so na podlagi številnih novih podjetij spet prevzele vodilni gospodarski položaj (Glas, 2000, str. 14). V Sloveniji se ta razcvet šele začne, čeprav imamo že mnogo izkušenj pri proučevanju podjetništva, saj smo v prednosti pred vrsto evropskih držav (Pšeničny et al., 2000, str. V).

Moje mnenje je, da v Sloveniji primanjkuje malih in srednje velikih podjetij. V diplomski nalogi sem skušal najti razloge za tako stanje, čeprav skuša državna politika delovati stimulatивно na razvoj malega podjetništva. Prve spodbude segajo že v leto 1988, ko je bil sprejet Zakon o podjetjih in je omogočil ustanavljanje podjetij v zasebni lasti (Glas, 2000, str. 26). Statistika pa je v zadnjih letih zabeležila celo zmanjšanje števila novoustanovljenih podjetij. Razloge bo očitno treba iskati drugje. Moja teza je, da je za takšno stanje malega gospodarstva kriva miselnost ljudi, ki je odraz bivšega socialističnega sistema in naše preteklosti.

Teme podjetništva kot proces ustanovitve novega podjetja sem se lotil zato, ker se mi zdi, da ima Slovenija na področju podjetništva velike rezerve. Mnenja sem, da bomo priča mnogo višji gospodarski rasti, kot jo imamo sedaj², ko bo podjetništvo v Sloveniji zacvetelo s polno močjo. Obstajajo analize o pozitivni povezavi med številom novoustanovljenih podjetij ter gospodarsko rastjo. Nova podjetja namreč (Glas, 2000, str. 20-25):

- ustvarjajo delovna mesta
- so vir informacij
- prodirajo na trge drugih regij in držav in s tem povečujejo dohodek
- so zibelka srednjih in velikih podjetij
- so del regionalne gospodarske strukture

V svoji nalogi sem s pomočjo teorije ter predhodnih analiz poskušal pokazati temeljne faktorje, ki zavirajo podjetništvo v Sloveniji.

V prvem delu sem podal teoretično osnovo. K temu sodijo klasične definicije o podjetništvu.

¹ V diplomski nalogi pojem podjetništvo pomeni zunanje podjetništvo.

² Povprečna letna stopnja rasti se v zadnjem desetletju giblje okoli 4,01 % (Žargi Štefan: Evropa je edini izhod. Gorenjski glas, Kranj, 12, 2004, str. 17)

Diplomska naloga to temo obravnava tudi s psihološkega vidika, zato sem klasičnim definicijam dodal še sodobne, posebej motivacijsko teorijo, katere avtorja sta McClelland in Atkinson.

V drugem delu diplomske naloge sem prikazal zgodovinski razvoj podjetništva v Sloveniji. Tu sem opisal možne dejavnike, ki po mojem mnenju bistveno vplivajo na današnje stanje v podjetništvu. Kasneje sem to utemeljeval tudi z različnimi anketami in drugimi obširnimi predhodnimi analizami. Ugotavljal sem tudi motive in razloge za ustanovitev lastnega podjetja pri slovenskih podjetnikih.

V tretjem, vsebinsko zadnjem delu diplomske naloge, sem opisal podjetniško okolje oz. pogoje za podjetništvo v Sloveniji, ki so danes na voljo podjetnikom. V tem delu sem pisal o državni pomoči novim podjetnikom, ki to pomoč seveda nujno potrebujejo. Še posebej je ta pomoč nujna v državah v tranziciji, to je v prehodu iz enega v drug družbeni sistem. Med te države Slovenija definitivno sodi, saj smo še pred dobrim desetletjem imeli socialistični režim, danes pa plansko gospodarstvo menjamo s tržnim in smo že dodobra v kapitalistični ureditvi.

2. TEORIJE PODJETNIŠTVA

Pojem podjetništva bi lahko poimenovali "gospodarjenje (z vizijo)" (Pšeničny et al., 2000, str. 6). Sicer pa je podjetništvo zelo težko definirati, saj obstaja mnogo različnih pogledov nanj in je zato tudi toliko definicij.

Podjetništvo lahko razumemo kot vse dejavnosti posameznika ali tima, ki vodijo od tržne potrebe (prepoznane tržne priložnosti), organiziranja, vključitve in kombiniranja vseh potrebnih sredstev do uresničitve poslovne priložnosti in s tem do ustvarjanja dobička (Pšeničny et al., 2000, str. 6).

Na podjetništvo lahko gledamo z različnih vidikov. Sprva je bila najbolj prisotna naslednja disciplina: ekonomika, ravnanje in vodenje poslov, kasneje pa so podjetništvo obravnavali tudi s psihološkega, sociološkega in drugih vidikov (Pšeničny et al., 2000, str. 6).

V diplomski nalogi sem najprej podal klasične definicije podjetništva in glavne zagovornike, potem pa sem nekaj napisal še o sodobnih teorijah.

2.1 Klasične teorije podjetništva

V okviru podjetništva igra glavno vlogo podjetnik. Za Rebernika je podjetnik oseba, ki (Pšeničny et al., 2000, str. 10):

- nosi tveganje
- zagotavlja finančni kapital

- je inovator
- je menedžer ali superintendant
- je organizator in usklajevalec ekonomskih virov
- je lastnik podjetja
- odloča v podjetju
- zaposluje proizvodne vire
- alocira proizvodne vire med različne alternativne uporabe

V nadaljevanju sem ugotavljal, kako na podjetnike gledajo pomembni ekonomisti.

Prvi je o tem pisal Richard Cantillon v delu Esej o bistvu trgovine (Bučar, 1998, str. 3). V tem delu je v ekonomsko literaturo prvi uvedel pojem "entrepreneur" – podjetnik. Podjetnik³ je zanj človek, ki danes kupuje po določeni ceni in jutri prodaja po svobodni (nepredvidljivi) ceni. Cantillon tu poudarja predvsem podjetnikovo funkcijo in ne osebnost (Pšeničny et al., 2000, str. 11). J. S. Mill prvi loči podjetnika od menedžerja. Prvi namreč pri ustanovitvi novega podjetja nase prevzame tudi tveganje⁴. Say je prvi poudaril podjetniške funkcije kot kombiniranje različnih proizvodnih faktorjev v okviru določenega ekonomskega sistema – podjetja, kar se kasneje pojavi tudi v neoklasični ekonomski teoriji. Poleg tega, da je podjetnik koordinator, je tudi agent, ki zbere plačila od prodaje in jih razdeli med proizvodne tvorce. Kar ostane, pripada njemu (Pšeničny et al., 2000, str. 13). I. M. Kirzner določa podjetništvo kot način iskanja in pridobivanja tržnih možnosti, proučevanje in prilagajanje na trgu pa sta temeljni funkciji podjetnika (Pšeničny et al., 2000, str. 17).

J. W. Carland definira podjetnika kot človeka, ki oblikuje in vodi podjetnika z namenom maksimiranja profita in razvoja podjetja. Osnovne značilnosti podjetniškega procesa so inovativnost, strateško planiranje in reinvestiranje. G. Bannock vidi izhodišče podjetništva v modernih razvojnih podjetjih, saj se podjetništvo ne glede na tržno strukturo in organizacijske oblike (mala, srednja, velika podjetja) vedno povezuje z relativno majhnimi enotami (nova podjetja ali notranja decentralizacija velikih podjetij). Nenazadnje je potrebno omeniti tudi Josepha Schumpetra, ki je začetnik modernega razumevanja podjetništva. Tudi zanj je ekonomski razvoj dinamičen proces, podjetnik pa je sila, ki ta razvoj povzroča. Dodal je še pojem kreativne destrukcije, kar pa pomeni zanikanje neoklasične ideje, kjer pasivni prodajalci in kupci reagirajo na spremembo cen in s tem vzpostavljajo tržno ravnovesje. Zanj je bistvo ekonomskega razvoja podjetniško ustvarjanje nove vrednosti z uničevanjem obstoječih tržnih struktur, kar imenujemo teorija kreativne destrukcije. Temeljna značilnost podjetnika je inovativnost. Podjetnik je avtor novih idej, inovacij, proizvodov in storitev, novih proizvodnih programov, tehnologij, raziskovalec novih trgov in oblikovalec novih ponudb. Inovacije tako rušijo obstoječe trge in ustvarjajo novo ponudbo in povpraševanje (Pšeničny et al., 2000, str. 14).

³ Beseda podjetnik (ang. entrepreneur) izhaja iz francoskega jezika in dobesedno pomeni podvzeti oz. vzeti vmes.

⁴ Podjetnik se sooča z naslednjimi tveganji: poslovno, finančno, karierno, psihološko tveganje. Podrobneje o tem pišejo v modernejših definicijah podjetništva.

2.2 Sodobne teorije podjetništva

Neoklasična teorija med drugim poudarja, da so za gospodarsko rast pomembna velika podjetja. To tezo je ovrgla raziskava ameriškega ekonomista Davida Birchja iz leta 1979. Pokazalo se je, da so v letih 1969-76 podjetja z manj kot 100 zaposlenimi ustvarila kar 81 % novih delovnih mest v ZDA. Schumpetrova teorija kreativne destrukcije je postala mnogo bolj primerna za razlago kapitalističnega gospodarstva. Čeprav obstaja kar nekaj sodobnih teorij o podjetništvu, imajo naslednje skupne ugotovitve (Glas, 2000, str. 30):

- podjetniki so ustvarjalci narodnega bogastva z uvajanjem inovacij
- podjetniki so glavni motor gospodarske rasti in ustvarjalci novih delovnih mest
- 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. Zanima jih, 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 z vprašanjem KAKO in analizirajo značilnosti podjetniškega upravljanja.

Pristope k tej temi je mogoče deliti v dve skupini. Makro pristop razlaga podjetništvo z vidika podjetja eksterno, 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 obravnava interne faktorje. To so faktorji, na katere ima podjetnik/podjetje vpliv, saj jih 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.
- Klasična šola podjetništva izhaja iz Schumpetrove definicije podjetnika (podjetnik kot inovator).
- Menedžerska šola proučuje menedžerske sposobnosti podjetnikov. Podjetnik je organizator, ki organizira in izpelje določen podjetniški projekt s ciljem ustvariti dobiček, pri tem pa nase prevzema tveganje za morebiten neuspeh. Ima veliko menedžerskega

znanja in izkušenj, ima izredno sposobnost prepoznavanja priložnosti itd. Zagovarja 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 komunikiranja in manipuliranja z ljudmi, dober motivator in mentor, saj je njegova ključna naloga usmerjati, motivirati in voditi sodelavce.
- Notranjepodjetniška šola se je pojavila kot odgovor na pomankanje 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.
- Psihološka šola usmerja svojo pozornost na osebne karakteristike posameznika in zagovarja stališče, da podjetnike odlikuje poseben sistem vrednot, odnos do dela in življenja nasploh. Trdijo, da podjetnikov ni mogoče ustvarjati z izobrazbo. Glavno vprašanje, ki se v tej šoli poraja, je odnos med osebnostnimi razločevalnimi značilnostmi in nagnjenostjo k ustanovitvi podjetja ter vzpostavitev te povezave z uspehom podjetja. Zagovorniki te šole pravijo, da se podjetniki od nepodjetnikov ločijo po osebnostnih lastnosti (Žnidaršič, 2003, str. 8). McClelland (Antončič et al., 2002, str. 87) sklepa, da je ta razločevalna lastnost "potreba po dosežkih"⁵. Lastnosti uspešnega podjetnika sta zmerno prevzemanje tveganja in osebna odgovornost za odločitve. Druge pomembne lastnosti podjetnika po tej teoriji so naslednje: samozaupanje in samonadzor, ustvarjalnost, inovativnost, potreba po neodvisnosti, potreba po dosežkih.

Kasneje se je pokazalo, da se je precej stvari, ki vplivajo na oblikovanje profila podjetnika, mogoče naučiti. Mnogi avtorji (Richardson, Clark, Timmons) so kasneje dokazovali, da nekatere osebne značilnosti podjetnikov ugodno vplivajo na njihovo podjetniško kariero, vendar je njihovo delovanje omejeno⁶ ali spodbujeno z okoljem, v katerem živijo. Gre za vpliv podjetniške kulture okolja in za vpliv družine (Žnidaršič, 2003, str. 8). Profil podjetnikov je po obnašanju in značilnostih pri vseh precej podoben. Uspešni podjetniki so zelo pridni, delavni, vztrajni, optimistični. Imajo željo po zmagovanju, porazov se ne bojijo. Močno verjamejo vase in v svoje sposobnosti (Timmons, 1990, str. 22).

Drugi neekonomski pristopi k podjetništvu so behavioristična teorija podjetništva, teorija okolja v podjetništvu ter sociološka teorija o podjetništvu (Pšeničny et al., 2000, str. 29-30):

- Behavioristična teorija podjetništva izhaja iz psihologije, industrijske psihologije, psihiatrije, psihoanalize. Behavioristi so raziskovali predvsem vedenje podjetnikov. Začeli so jih opazovati, testirati, analizirali so njihovo vedenje pri podjetniških aktivnostih. Pri tem jih je zanimal le funkcijski vidik. Prišli so do definicije, da je uspešen tisti podjetnik,

⁵ Kasneje so to kritizirali, kajti ugotovili so, da imajo potrebo po dosežkih tudi menedžerji, zato ta lastnost ne more biti glavna pri razločevanju med podjetniki in nepodjetniki (Carsrud, B. I., str. 3).

⁶ Omejitve pri sprejemanju psihološko-socioloških teorij na področju podjetništva: slaba (poenostavljena) uporaba znanja iz teh teorij, nejasnosti zaradi različnih nivojev analize (makro in mikro), pomanjkanje sistematičnega raziskovanja, proces podjetništva je nestabilen proces, zato je takšno posploševanje neprimerno (Carsrud, B.I., str. 1-4).

katerega podjetje posluje neprekinjeno najmanj dve leti; kasneje so to obdobje razširili na pet let.

- Teorija okolja v podjetništvu pravi, da na število in tip podjetnikov vplivata okolje in delovna sredina. Podjetniki so v različnih časih in okoljih različno uspešni, ker na njihovo dejavnost vplivajo vrednote in socialni sistem. Pri tem je pomembno tudi, v katerih socialnih skupinah se podjetnik giblje in deluje. Močan vpliv ima namreč tudi družina, kajti če družina prihaja iz podjetniškega okolja, podjetnik že v mladosti pridobi veliko znanja in sposobnosti iz poslovnega sveta. Obstajajo pa tudi drugi socialni dejavniki, ki imajo lahko velik vpliv na podjetnika, npr. poslovni partnerji, prijatelji, zakonski partnerji, mentorji, sošolci itd. Močan podjetniški naboj je čutiti tudi pri narodnostnih manjšinah in etničnih skupinah, ki migrirajo po svetu. Primer za to so kitajske, indijske, filipinske, afriške in druge etnične skupnosti. Njihov glavni motiv je bolje preživeti v novem okolju. Poseben primer predstavlja židovska skupnost. Tu je šlo za negativno reakcijo okolja in v večini primerov se je skupnost bila primorana samozaposliti. Tako je s podjetništvom in trgovanjem dosegla socialno mobilnost, ki je še danes v svetu izjemno cenjena. Dejstvo pa je, da družbe različno cenijo podjetništvo. Tako je na primer v ZDA, Kanadi, Izraelu stopnja podjetniške aktivnosti 6,9%⁷, medtem ko imajo Danska, Finska, Francija, Nemčija in Japonska to stopnjo le na ravni 1,8 % (Pšeničny et al., 2000, str. 35).
- Sociološka šola kot nauk o družbi in njenih zakonitostih obravnava povezave med okoljem, podjetnikom ter njegovim vplivom na okolje. Tu gre na nek način za prepletanje s psihološko šolo. Pomemben zagovornik te šole je Weber s svojim znamenitim delom Protestantska etika in duh kapitalizma. Zagovarja tezo, da na podjetništvo lahko vpliva tudi religija. Sociologija proučuje tudi nastajanje socialnih mrež, ki pripomorejo k oblikovanju in razvoju podjetništva. Trdijo, da ima sleherna družba izgrajene mehanizme oz. podporno okolje za razvoj podjetništva. Drug pomemben zagovornik te šole pa je Vesper, ki verjame, da podjetništvo pospešujejo naslednji dejavniki: družbene deviacije, pričakovane vloge v družinah, migracije, spodbude k inovacijam, blagostanje, razslojevanje, spoštovanje dela, družbene vrednote in socialni sistem, stopnja neregistrirane (sive) ekonomije.

Sam sem pri obravnavi podjetništva imel interdisciplinarni pristop, saj sem skušal upoštevati čim več faktorjev. Vsaka teorija ima namreč dobre in slabe strani.

V sklopu sodobnih teorij sem v nadaljevanju podrobneje predstavil teorijo motivacije, katere avtorja sta McClelland in Atkinson. Raziskave (McClelland et al., 1976, str. 23) so pokazale, da na nastanek novega podjetja najbolj vpliva potreba po dosežkih. To je najmočnejša sila, ki žene podjetnike. Ta raziskava je bila narejena v ZDA. V motivacijski teoriji sem skušal pokazati, kaj pravzaprav motivacija je in kateri so glavni dejavniki, ki nanjo najbolj vplivajo. Motiviranost vsakega posameznika je namreč temeljni element izgradnje podjetniškega sistema (Plut, 1995, str. 11). V Sloveniji motiviranosti za podjetništvo še vedno primanjkuje, kar je tudi razlog, da podjetniška aktivnost v Sloveniji zaostaja. Zaradi pomena motivacijske

⁷ Število novih podjetij na sto prebivalcev.

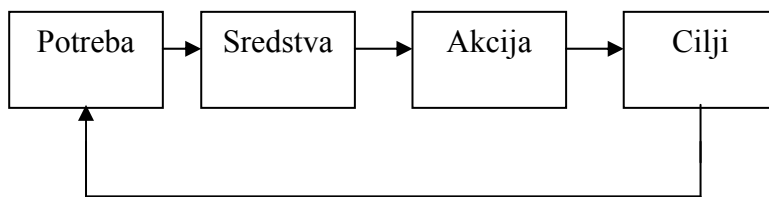
teorije sem o motivih in ralogih za podjetništvo v Sloveniji podrobneje pisal v tretjem poglavju.

2.2.1 Motivacijska teorija

Ob opredeljevanju in iskanju motivov za podjetništvo je dobro poznati teorije motivacije in teh je kar nekaj. Sam sem predstavil teorijo storilnostne motivacije oz. motivacije za dosežki, katere avtorja sta McClelland in Atkinson. Pred tem sem definiral pojem motivacije.

Motivacija je proces, ki povzroča, da se ljudje vedejo in delujejo v določeni smeri. V podjetništvu motiviranje pomeni vzpodbujanje ljudi z določenimi sredstvi, da bodo učinkovito in na podlagi lastne odločitve opravili dane naloge. Sredstva so lahko različne nagrade ali druge stimulacije, ki usmerjajo delovanje ljudi v pozitivno smer. Obratno pa grožnje in kazni pomenijo negativno vzpodbujanje. Sam proces motivacije vsebuje nezadovoljene potrebe, cilj, ki ga želimo doseči ter akcije in sredstva, s katerimi cilj dosežemo (Plut, 1995, str. 67). Povezave med njimi kaže Slika 1.

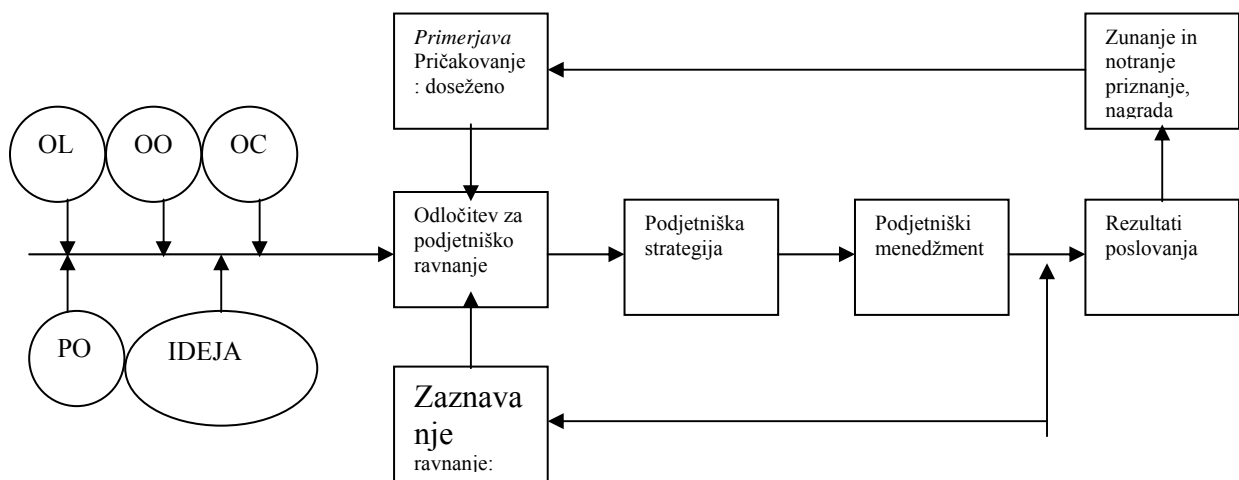
Slika1: Proces motivacije



Vir: Plut, 1995, str. 67.

To sliko bi lahko tudi nekoliko razširili. Na odločitev za podjetništvo vpliva mnogo več faktorjev, kot je prikazano. Poleg podjetniškega motiva je potrebno upoštevati tudi osebnostne lastnosti posameznika ter poslovno okolje. Ko se pričakovani rezultat podjetnikovega ravnanja ujame z njegovimi pričakovanji, dobi podjetnik vzgon za novo podjetniško odločitev (Pšeničny et al., 2000, str. 71-72). Te povezave so jasne prikazane na Sliki 2.

Slika 2: Model podjetniške motivacije



Legenda: OL – osebne lastnosti, OC – osebni cilji, OO – osebno okolje, PO – podjetniško okolje

Vir: Kuratko, Hodgets, 1995, str. 57.

Teorija storilnostne motivacije

Teorija storilnostne motivacije (Plut, 1995, str. 64-66) razlikuje dva pojma:

- pozitivna storilnostna motivacija
- negativna storilnostna motivacija

O prvi govorimo, kadar posameznika pri njegovem delu motivira želja po dosežkih in uspehih. Kadar pa nekdo delo opravlja samo zato, da se izogne kazni oz. neuspehu, govorimo o negativni storilnostni motivaciji. To sem ugotavljal tudi v točki, ki govori o slovenskih podjetnikih.

Teorija storilnostne motivacije definira stremljenje po dosežkih kot tisto, ki prebudi motivacijo po dosežkih. Miner, Smith, Bracker (Plut, 1995, str. 64) so definirali pet lastnosti stremjenja po dosežkih:

- individualna odgovornost
- tveganje kot funkcija sposobnosti
- poznavanje rezultatov odločitev
- nova instrumentalna odločitev
- anticipacija bodočih možnosti

McClelland (Plut, 1995, str. 64) se tudi strinja, da na razvoj motivacije po dosežkih in na prisotnost le-te pri podjetnikih vpliva vzgoja. Ugotavlja, da družba z višjo stopnjo razvitosti motivacije po dosežkih ustvari več podjetnikov to pa povzroča hitrejši ekonomski razvoj. Na motiviranost pa vpliva tudi trening. Zagovarja tezo, da je mogoče podjetniško motiviranost pridobiti tudi z ustreznim učenjem.

Atkinson (1964) storilnostno motivacijo pojmuje nekoliko drugače. Zanj je to konfliktna situacija, saj vzbuja tako upanje na uspeh kot strah pred neuspehom. Gre za vsoto težnje po uspehu in težnje po izogibanju neuspehu.

Atkinson in Feather sta ugotovila, da ljudje, ki so zavzeti za delo, težijo k nalogam, kjer obstaja precejšnja verjetnost uspeha. Ne marajo nalog, ki so prelahke in jih zato ne stimulirajo, ter pretežkih nalog, ker se boje poraza. Pomembno vlogo ima torej verjetnost uspeha pri odločitvah, ali sprejeti nalogo ali ne. Kritika te teorije je v neupoštevanju dejstva, da delavca lahko stimulira k aktivnosti nekaj, kar je zunaj njega.

Mandler in Sarason sta v raziskavi prišla do naslednjih zaključkov (Plut, 1995, str. 65):

- pri osebah z visoko storilnostno motivacijo neuspeh motivacijo poveča
- pri osebah z nizko storilnostno motivacijo neuspeh motivacijo zmanjša
- pri osebah z visoko storilnostno motivacijo uspeh motivacijo zmanjša
- pri osebah z nizko storilnostno motivacijo uspeh motivacijo poveča

Storilnostna motivacija loči notranjo (intrinzično) ter zunanjo (ekstrinzično) motivacijo. V prvem primeru govorimo o notranjem zanimanju posameznika, v drugem primeru pa je motivacija povezana z zunanjimi nagradami. Notranja motivacija je vedno pozitivna, zunanja pa je lahko tako pozitivna kot negativna.

Pomemben pojem v zvezi s tem je tudi "mesto kontrole" (Locus of Control). To je občutek posameznika, ki pove, od kod izvira kontrola nad njegovim življenjem. Lahko je to v njem samem, ali v silah zunaj njega (sreča, priložnost, drugi ljudje). Rotter pravi, da imajo prvi notranje mesto kontrole in jih definira kot interne, drugi pa imajo zunanje mesto kontrole in jih definira kot eksterne. Razlika se kaže v tem, da imajo interni večje možnosti za kontrolo lastnega razvoja, ker so bolj nagnjeni k lastnim akcijam kot eksterni. Boljše se učijo, lažje rešujejo probleme in uporabljajo informacije. Zanje velja tudi to, da imajo večji občutek kontrole nad razvojem okolja, so bolj avtonomni, dajo več povratnih informacij pri delu in lažje ter hitreje zapustijo situacijo nezadovoljstva. Imajo večjo motivacijo in verjamejo v uspeh, zato so bolj uspešni pri delu kot eksterni.

O storilnostni motivaciji lahko sklenemo, da le-ta ni prirojena, ampak je relativno trajna osebna lastnost, ki se oblikuje z vzgojo v otroštvu.

Podobna tej teoriji je teorija delovne motivacije, s katero so se ukvarjali Miner, Smith in Bracker. Pomembne so naslednje ugotovitve:

- a.) Delovna motivacija je višja pri podjetnikih kot pri nepodjetnikih.
- b.) Razpoložljivi kapital pred začetkom posla močno vpliva na delovno motivacijo.

Raziskave so pokazale, da imajo podjetniki, ki iščejo kapital pri bankah in drugih finančnih ustanovah, manjšo motivacijo kot podjetniki, ki uporabljajo lasten kapital. Uporaba virov lastnega kapitala se nanaša na željo po povratni informaciji, načrtovanju prihodnosti in razumnem tveganju na podlagi lastnih zmožnosti.

c.) Izvor motivacije za delo so tudi ambicije.

Miner ugotavlja, da so uspešni tisti, ki imajo velike ambicije. Kljub intenzivni ambicioznosti je posameznik lahko tudi neuspešen. Do tega lahko pride v naslednjih primerih:

- ko se posameznik pri delu sreča z mnogimi ovirami
- ko uporablja napačno tehniko
- ko ne dosega postavljenih ciljev

3. PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI IN SLOVENCİ KOT PODJETNIKI

Razvoj družbe je vzpodbudilo podjetništvo, ki je danes strategija vseh držav, razvitih in nerazvitih. Stopnja razvitosti se po državah precej razlikuje. Težko je določiti, kateri faktorji najbolj vplivajo na stopnjo razvitosti. To so lahko prevladujoča ideologija oz. religija, družbena in politična ureditev, sposobnost voditeljev, naravna bogastva, zemljepisna lega. Temeljna vzroka za razlike med razvitimi in nerazvitimi državami so predvsem stopnja svobode in stopnja izpolnjevanja ostalih pogojev, ki so pomembni za razvoj podjetništva (Plut, 1995, str. 27). Ti pogoji oz. ovire za podjetništvo so ekonomski, politični in sociološki.

a.) Ekonomski pogoji podjetništva

Ekonomski pogoji uspešnega podjetništva so povezani s trgom in temeljnimi institucijami tržnega gospodarstva, tj. privatno lastnino, kapitalom, konkurenco in tržno strukturo. Gre za povezovanje ljudi, kapitala, znanja, tveganja itd. v podjetju. Pomembna je tudi tržna struktura, ki se kaže v velikosti podjetij in v prostem vstopu ali izstopu iz panoge. Za netržno gospodarstvo je značilna centralizacija podjetij (oligopoli) in nekonkurenčnost. Učinkovit trg je konkurenčen trg, ki pa ni možen brez množičnega nastajanja novih podjetij. Le-to pa ni možno brez podjetnikov kot nosilcev podjetništva.

b.) Sociološki pogoji podjetništva

Na podjetništvo vplivajo najširša družbena razmerja (politični in ideološki sistem) ter vrednostni odnosi v družbi (Kovač, 1990, str. 13-15). S tega vidika na uspešnost vplivata predvsem mobilnost in izobrazba. Ekonomsko obnašanje podjetnikov, ki temelji na privatni lastnini in tržni konkurenci, vpliva na socialno mobilnost in slojno razčlenjenost družbe. Povečevanje socialne mobilnosti pomeni oblikovanje srednjega sloja, ki je temelj za razvoj in ohranjanje novih podjetnikov. Pomembne so tudi vrednote ljudi, ki predstavljajo vzvod podjetniškega razvoja. Ponekod so podjetniki cenjeni, drugod ne in tudi to vpliva na razvoj podjetništva v neki državi.

c.) Politični pogoji podjetništva

Pomemben vpliv na podjetništvo imajo tudi ekonomske in politične vrednote kot so demokracija, svoboda, liberalizem. Od teh vrednostnih stališč in političnih razmerij je odvisna celotna logika tržnih institucij. Politična ekonomska svoboda posameznika in skupine daje posamezniku moč, ki omogoča podjetniško delovanje. To bi lahko imenovali svobodno

podjetništvo, ki se na političnem področju povezuje s pravno državo in civilno družbo. Ugodni pogoji so tisti, ki omogočajo ljudem dostop do potrebnih sredstev, proste roke pri uporabi le-teh in možnost merjenja lastnih rezultatov. Prosto lahko oblikujejo podjetniški tim, kupujejo, najemajo ali kako drugače pridobivajo delovne, materialne in finančne resurse.

Iz tega lahko strnemo, da so ugodni pogoji za podjetništvo dani takrat, ko imamo tržno gospodarstvo, pravno državo in se priznavajo državljske pravice. Z vidika podjetnikov pa je potrebna volja oz. motivacija za ustanovitev in vodenje lastnega podjetja (Plut, 1995, str. 28-29). Pogoje podjetništva sem prikazal tudi na Sliki 3.

Slika 3: Pogoji podjetništva

TRŽNE INSTITUCIJE
- privatna lastnina
- kapital
- konkurenca
- motiv za čim večjim dobičkom

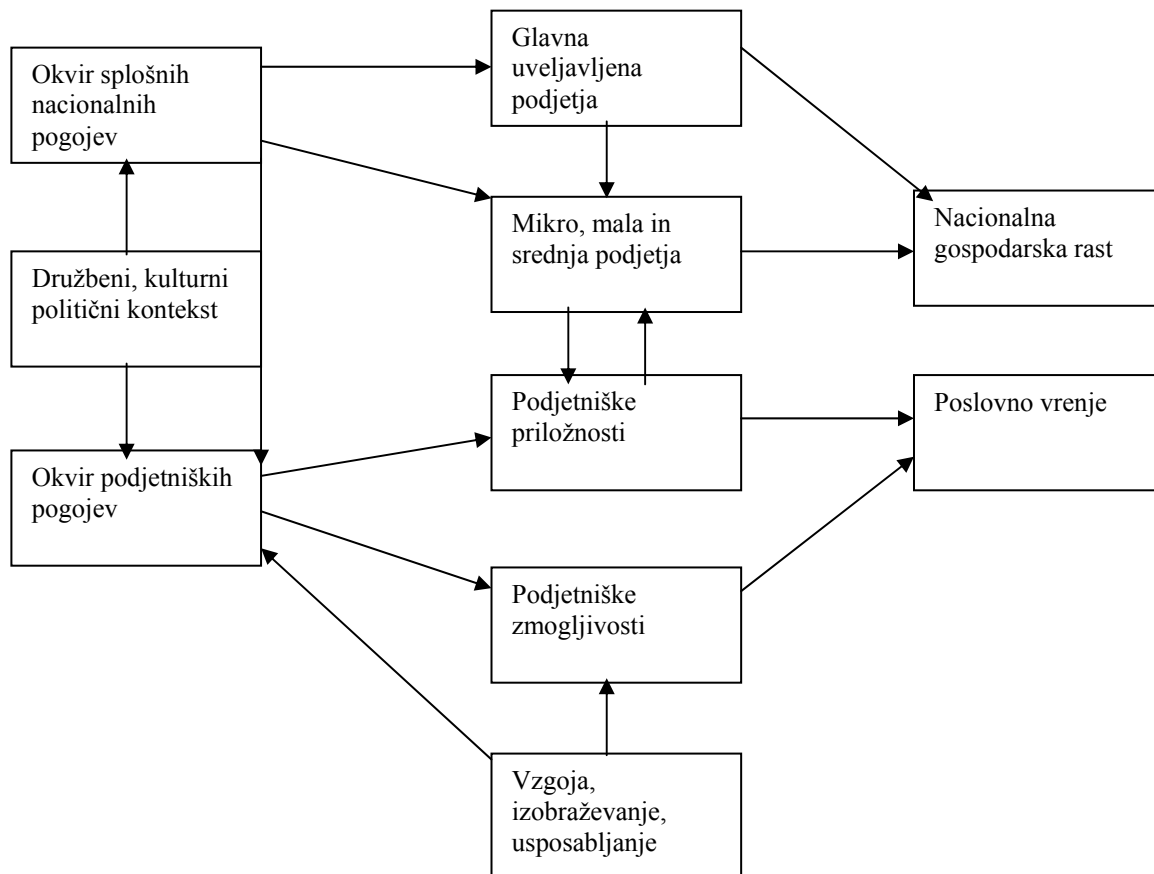
PRAVNA DRŽAVA
- ločitev sodne, izvršne in zakonodajne oblasti
- natančna zakonodaja
- parlamentarna demokracija

CIVILNA DRUŽBA
- svoboda in različnost posameznika
- pluralizem in različnost interesov
- zaščita človekovih pravic in svoboščin

Vir: Kovač, 1990, str. 16.

Vplive teh pogojev bi lahko prikazali na nekoliko podrobnejši način, in sicer s teoretičnim modelom pogojev podjetništva. Model GEM (Global Entrepreneurship Monitoring) temelji na sklepu, da na podjetništvo v posamezni državi vplivajo okoliščine, ki omogočajo (onemogočajo) izvajanje podjetniške aktivnosti. Le-te pa vplivajo na gospodarsko rast in razvoj. To kaže Slika 4.

Slika 4: Teoretični model pogojev podjetništva



Vir: GEM analiza, 2002, str. 17.

V Sloveniji so danes pogoji za podjetništvo precej ugodni. Imamo vse zgoraj opisane elemente, ki so potrebni za razvoj podjetništva, vendar v Sloveniji podjetništvo še ni v razcvetu. O tem priča podatek, da je bilo število novoustanovljenih podjetij v letu 2003 pri nas negativno. Razlogi za takšno stanje očitno niso le v makroekonomskih pogojih, ki jih nudi država, temveč deloma tudi v slovenski zgodovini. To sem opisal v nadaljevanju.

3.1 Razvoj podjetništva v Sloveniji in dejavniki, ki so nanj bistveno vplivali

Razvoj podjetništva v Sloveniji moramo obravnavati v kontekstu zgodovinskega dogajanja, ki je bilo zelo pestro. Slovenci smo šele od leta 1991 samostojni gospodarski in politični sistem. Pred tem smo bili v sklopu drugih držav: Avstroogrska monarhija, Italija, Jugoslavija. Težava pa ni bila v tem, da nismo imeli svoje države, pač pa centralnoplanski sistem, ki ga je vlada uvedla leta 1945. Ta sistem je z ukrepi (nacionalizacija, agrarna reforma) ukinil zasebno lastnino in tako uničil zasebni sektor (Pšeničny et al., 2000, str. 36). Edina možna zasebna lastnina je bila obrt (Tajnikar, 2000, str. 51) in ravno v tem delu se najbolj razlikujemo od ostalih vzhodnoevropskih držav. Obrtništvo na Slovenskem se je dobro razvijalo in to so zametki podjetništva. Pomembno obdobje je bil čas med obema vojnama. Leta 1922 smo

imeli registriranih že 60 različnih obrtnih zadrug ali združenj obrtnikov. Sicer pa je to čas, ko je Avstroogrška razpadla in smo prešli iz industrijsko razvite monarhije v agrarno in industrijsko slabo razvito Jugoslavijo. V tem času smo približno 60 % letnega narodnega dohodka črpali iz kmetijstva, 40 % pa iz industrije (Pšeničny, 2000, str. 38-39).

Našemu podjetništvu je pustil najpomembnejši pečat centralnoplanski sistem iz leta 1945, ki je s socialističnim zaviranjem razvoja podjetništva vplival predvsem na malo gospodarstvo in s tem na razvoj v Sloveniji. To je tudi razlog, da sem v nadaljevanju podrobneje opisal podjetništvo v času socializma.

Podjetništvo v času socializma

Narodno gospodarsko okolje, ki je bilo v tistem času značilno za socialistične dežele, je bilo zaprto za pretok idej, ljudi, kapitala in blaga⁸. Podjetnost posameznika ni bila zaželeno in ta zaprtost je uničila tako idejo kot tudi svobodo posameznika. Dolgoročno je to obsojeno na propad.

Ta sistem je bil uspešen le v fazi pospešene industrializacije, ko so bile produktivne sile še nerazvite; kasneje se je učinkovitost zmanjšala, prav tako tudi motiviranost za racionalno gospodarjenje. Tržnega mehanizma ni bilo, zato ga je nadomestila državna regulativa. S tem je osrednjo ekonomsko funkcijo prevzela država (politika) in znanost se je ločila od gospodarstva.

Lastninska struktura je bila taka, da je bila država pravni in ekonomski lastnik oz. upravitelj proizvodnih sredstev, ki je tudi s centralnoadministrativnimi plani odločala o vsem. Določala je investicije, cene, potrošnjo, inovacije, razdelitev, menjavo. Razvoj v takih razmerah ni bil mogoč, kar se ujema s Schumpetrovimi ugotovitvami o nepodjetnosti birojev in komitejev. V tem času na veljavi pridobiva vrednota enakost, ne pa tekmovalnost.

Podjetništvo je takrat pomenilo rop, izkoriščevalski način pridobivanja presežnih vrednosti in ga srečamo le v sivi ekonomiji in v izigravanju institucionalnih uredb. Pomanjkanje podjetništva je bilo v socializmu posledica pomanjkanja konkurence, neučinkovite uporabe proizvodnih dejavnikov in netržnega racioniranja. Slednje pomeni, da ne investira tisti, ki ima uspešno, na trgu preverjeno investicijo, temveč tisti, ki ima največjo politično moč. Posledica vsega tega je, da je socializem zašel v fazo krize, in sicer v krizo gospodarskega preživetja in obstoja. Pojavila se je težnja po reformah; enopartijski politični sistem naj bi zamenjal večstrankarski politični sistem, državno lastnino kot prevladujočo lastninsko obliko naj bi zamenjal pluralizem lastninskih oblik, odločilno vlogo države v gospodarstvu pa naj bi zamenjalo tržno gospodarstvo. Do tega sklepa je prišlo zaradi spoznanja, da v socialističnih državah podjetja močno zaostajajo za kapitalističnimi tekmeci in da je ta podjetja zelo težko revitalizirati.

⁸ Za Slovenijo to ne velja v polni meri, saj so bili obrtniki tudi izvozniki.

Posledica tega je tudi nizka vrednost teh podjetij (Plut, 1995, str. 37-39). V tem času je bila razvita obrt, saj je bilo leta 1973 12.500 obratovalnic, leta 1979 19.000, leta 1985 26.800 in leta 1991 že kar 35.600 obratovalnic. V 80. letih so se slovenska podjetja odprla na svetovni trg. Pojavila so se tudi skupna vlaganja in kooperacije s tujimi podjetji. S tem se je ustvarjala mreža poslovnih stikov, obenem pa so "podjetniki" pridobivali menedžerska znanja in zmožnosti (Glas, 1999, str. 2). Za razcvet pravega podjetništva je bilo nujno spremeniti sistem in prvi pomemben korak se je zgodil leta 1979, ko je bil sprejet slovenski Obrtni zakon. Novi podjetniki so začeli svojo dejavnost z odpiranjem popoldanske obrti. O razcvetu podjetništva na Slovenskem pa lahko govorimo po letu 1988, ko je bil sprejet jugoslovanski Zakon o podjetjih, ki je določal, da je lahko podjetnik vsakdo, ki je pogumen in vloži veliko časa in nekaj sredstev za rizično obdobje preživetja, dokler z redno dejavnostjo ne začne dosecati dobička (Plut, 1995, str. 43).

Obdobje tranzicije (prehoda) v tržno gospodarstvo

Z Zakonom o podjetjih se je torej začel proces ustvarjanja novih malih podjetij na slovenskih tleh, saj je nov zakon dovoljeval zasebni kapital v podjetjih. Pravno podlago za razvoj malega podjetništva v Sloveniji pa je dal Zakon o razvoju malega gospodarstva, ki je bil sprejet leta 1991. Ta zakon je zagotavljal pomoč pri ustanavljanju, poenostavljene upravne postopke in določena sredstva financiranja ter pomeni podlago za nastanek sklada za razvoj malega gospodarstva in pospeševalnega centra za malo gospodarstvo (Pšeničny, 2000, str. 40). V tem času je potekala privatizacija, a zastoj v začetku 90 let je vzpodbudil številne menedžerje, da so ustanovili samostojna podjetja, ki so pomenila konkurenco velikim podjetjem, obenem pa so zadovoljevala lokalne trge in zapolnjevala tržne niše. Tu je šlo predvsem za storitvene dejavnosti (Glas, 1999, str. 2). V tem času so bile zakonske zahteve pri ustanavljanju družb z vidika ustanovitvenega kapitala skromne, kar je spodbudilo hitro nastajanje novih podjetij. Kljub temu je bilo pridobivanje finančnih sredstev glavni problem pri ustanavljanju novih podjetij, saj so bile banke pri financiranju novih podjetij zelo zadržane, medtem ko rizičnega kapitala praktično ni bilo. Tako so morali podjetniki uporabiti predvsem lastna sredstva ali pa so si izposojali pri prijateljih in družinah. Drug velik problem je bil tudi v pridobivanju lokacij in prostorov, saj so bila kmetijska zemljišča zaščitena, poslovnih con pa ni bilo veliko. Tudi nerazvit trg nepremičnin ni nudil ugodnih možnosti najema ali leasinga proizvodnih in drugih poslovnih prostorov. Tretji problem pa je bila lokalna birokracija, saj so bili postopki registracije in pričetka poslovanja pogosto zamudni in birokratski (Glas, 1999, str. 2).

Naslednja tabela kaže število registriranih podjetij tistega časa, kjer je skoraj ves prirastek število novih, zasebnih malih podjetij. Potrebno je poudariti tudi to, da precejšen delež vendarle še ni posloval, saj so bili ustanovitelji še vedno zaposleni v večjih podjetjih in jim nova zasebna podjetja pomenijo le nekakšno "rezervo". Ocena je, da je bilo le med 60-65 % registriranih podjetij dejansko aktivnih (Glas, 1999, str. 2).

Tabela 1: Število registriranih podjetij in družb v Sloveniji v obdobju 1989-99

Leto	1989	1990	1991	1992	1993	1994
št. podjetij	4.112	10.528	21.527	29.128	41.661	48.158
Leto	1995	1996	1997	1998	1999	
št. podjetij	51.605	52.193	52.837	54.350	55.824	

Presek stanj po letih na dan 30. 06.

Vir: Glas, 1999, str. 4.

Tabela zelo nazorno kaže hitro rast števila novoustanovljenih podjetij od leta 1989 do leta 1994. Leta 1989 je bilo registriranih 4.112 zasebnih gospodarskih družb, naslednje leto se je ta številka več kot podvojila. Podoben trend se je nadaljeval v letu 1991, potem se je rast nekoliko omejila in skoraj končala leta 1994. Prišlo je do zastoja. Možni razlogi za tako stanje so naslednji (Glas, 2000, str. 28):

- podjetniški potencial se je postopoma izčrpal
- tržne niše so se z vedno višjim številom novoustanovljenih podjetij postopoma zapolnile in nastala je ostra konkurenca
- pojavila se je konkurenca tujih proizvajalcev, saj se je uvoz sprostil
- večja podjetja so se po lastniškem preoblikovanju posvetila domačemu trgu in izboljšala ponudbo
- država je zvišala zahtevani ustanovitveni kapital z namenom, da bi zaščitila kupce in posojilodajalce pred špekulativnimi podjetniki
- rast brezposelnosti se je ustavila, zato ni več takšnega priliva samozaposlovanja iz vrst brezposelnih oseb

Predzadnja postavka se nanaša na Zakon o gospodarskih družbah (1993) in Obrtni zakon (1994), saj sta za družbe z omejeno odgovornostjo in delniške družbe postavila zelo visoke knjigovodske in računovodske zahteve, obenem pa se je za ustanovitev teh družb predpisal višji ustanovitveni kapital. Vse skupaj je močno zmanjšalo zanimanje za podjetja. Prišlo je tudi do velikih pravno-organizacijskih sprememb, saj je večina "starih" obrtnikov s poslovanjem nadaljevala kot komanditna družba in družba z neomejeno odgovornostjo, medtem ko je bila popoldanska obrt kot način dodatnega zaslužka za mnoge ljudi ukinjena (Pšeničny, 2000, str. 40). Pravne oblike registriranih gospodarskih družb iz tega časa kaže Tabela 2. Za primerjavo sem dodal še leto 2003.

Tabela 2: Pravne oblike registriranih gospodarskih družb

Pravna oblika	1991		1995		1998		2003	
	število	%	število	%	število	%	število	%
Družba z omejeno odgovornostjo	21.225	90,9	47.194	91	47.815	88,1	38.071	85,2
Družba z neomejeno odgovornostjo	3	0,01	1.625	3,1	3.419	6,3	3.368	7,5
Delniška družba	312	1,3	879	1,7	1.339	2,5	1.202	2,6
Komanditna družba	5	0,02	293	0,6	806	1,5	1.233	2,7
Družbena podjetja	1.365	5,9	1.030	2	1.007	1,9	57	0,1
Zadruga	77	0,3	362	0,7	519	1	425	0,9
Podružnice tujih podjetij	-	-	117	0,2	222	0,4	268	0,6
Javna podjetja	57	0,2	54	0,1	52	0,09	41	0,09
SKUPAJ	23.348	100	51.875	100	54.297	100	44665	100

Opomba: v letu 2003 se podatki nanašajo na dan 30. 09. 2003

Vir: Statistične informacije, Statistični urad RS, str. 2.

Podobno rast števila novoustanovljenih podjetij bi lahko zasledili tudi v drugih socialističnih deželah, npr. v Ruski federaciji, kjer je prišlo do preloma že leta 1993 (Glas, 1999, str. 2).

Če bi na kratko strnili posledice obdobja po letu 1988, ko je bila sprejeta "podjetniška" zakonodaja, bi lahko povzeli naslednje (Plut, 1995, str. 44):

- množično nastajanje novih malih in srednje velikih privatnih podjetij
- nastajanje prvih oblik usposabljanja in izobraževanja podjetnikov (šole, tečaji)
- država prvič nudi podporo podjetništvu s podjetniškimi inkubatorji, podjetniško inovacijskimi centri, klubi za pospeševanje podjetniških pobud, svetovalnimi centri, projekti, ki se ukvarjajo z razvojem infrastrukture v podjetništvu
- konference na področju podjetništva in sodelovanja s tujimi strokovnjaki in institucijami
- izobraževanja s področja ustanavljanja in vodenja novih podjetij

Podjetništvo v Sloveniji je torej dobilo dobro osnovo za razvoj podjetništva, ki pa se ga seveda ne da razviti "čez noč". Glede na število novoustanovljenih podjetij po letu 1994 lahko ugotovimo, da je prišlo do zastoja oz. do minimalne rasti števila novih podjetij. V lanskem letu je bilo to število celo negativno in postavlja se vprašanje, ali imamo pri nas dovolj podjetniškega potenciala za razvoj podjetništva. Da bi dobili odgovor na to vprašanje, je potrebno proučiti nacionalni karakter Slovencev. To pomeni ugotoviti povprečje značajskih lastnosti posameznikov, ki jih je zelo težko spreminjati. Bivši socialistični sistem je pustil velik pečat na ljudeh in njihovih vrednotah. V nadaljevanju sem to tudi opisal.

3.2 Slovenci kot podjetniki in nepodjetniki

V tem poglavju sem predstavil splošne osebnostne lastnosti Slovencev, ki sestavljajo slovenski nacionalni karakter ter jih glede na podjetniški potencial razdelil na podjetniške in

nepodjetniške lastnosti. Za lažje razumevanje sem na začetku na kratko opredelil in pojasnil, katere so osebnostne lastnosti uspešnih podjetnikov in s tem definiral podjetniški potencial.

3.2.1 Osebnostne značilnosti uspešnih podjetnikov

Podjetniki so "snovalci in uresničevalci novih podjetij, ki prevzemajo tveganje, ustvarjajo in inovirajo ne le produkte, ampak tudi celotne procese, finančno vlagajo, povezujejo poslovne priložnosti z viri, ki jih znajo poiskati, medsebojno kombinirati, in produkte tudi prodajajo na trgu" (Pšeničny, 2000, str. 62). Gre torej za splet osebnih lastnosti podjetnika, znanja in sposobnosti, zmožnosti in motiviranosti (Pšeničny, 2000, str. 62). Lastnosti uspešnih podjetnikov sem naštel in na kratko opisal v naslednji tabeli:

Tabela 3: Lastnosti in opis značilnosti uspešnih podjetnikov

OSEBNOSTNE LASTNOSTI USPEŠNIH PODJETNIKOV	KRATEK OPIS LASTNOSTI
Želja po uspehu	Mnogi ekonomisti se strinjajo, da je želja po uspehu glavni podjetniški motiv za ustanovitev lastnega podjetja.
Usmeritev na ideje, priložnosti in cilje	Glavni podjetniški silnici sta ideja in priložnost. Do ideje pride podjetnik zaradi ustvarjalnega razmišljanja o problemih, nato pa določeno idejo preveri na trgu in si s tem ustvari podjetniško priložnost. Podjetniki so tudi ciljno orientirani, saj svojo energijo usmerjajo k dolgoročnim ciljem, ki so si jih zastavili.
Prezemanje pobude in osebne odgovornosti	Podjetniki so samoiniciativni, saj prevzemajo pobudo in se čutijo osebne odgovorne za uspeh ali neuspeh podjetja.
Vztrajnost, ambicioznost in tekmovalnost	Podjetniki so vztrajni in dosledni na poti, ki pelje do rešitve problema, saj se problemov ne bojijo in jih želijo rešiti ter s tem zaključiti delo. Imajo tudi močno željo po tekmovanju tako z drugimi kot tudi s samim s seboj, kar pomeni, da tekmujejo s cilji, ki so si jih zastavili sami.
Realistična presoja, intuitivnost	Podjetniške ocene, kaj zmorejo in kje lahko najdejo pomoč za rešitev problemov, so zelo realne, zato navadno ne razočarajo samih sebe. Znajo presoditi svojo moč ali slabost, svoje partnerje, konkurente. Pri tem gre za kombinacijo sposobnosti domišljije, dobrega občutka, samozaupanja ter spoznavanja specifičnosti podjetja in okolja. Za podjetnike je značilna tudi intuitivnost. To je lastnost, s katero podjetnik ugiba in ugotavlja na osnovi slutnje in jo imenujemo tudi neposredna notranja spoznava. To je izrazita pozitivna lastnost.
Optimizem in smisel za humor	Za podjetnike pravijo, da vidijo kozarec napol poln, nekdo drug pa napol prazen, čeprav je v obeh primerih v njem enako tekočine (Pšeničny, 2000, str. 63). Optimistični realizem pa velikokrat združijo z občutkom humorja, ki jim znižuje notranjo napetost, stres.

Nadaljevanje tabele 3

Iskanje in uporaba povratnih informacij	Podjetnikom so zelo pomembne povratne informacije, ki jim povejo, kako dobro so se izkazali in kakšni so rezultati njihovega dela. Iz napak se tudi učijo in so zato zelo hitri učenci.
Internalnost	Podjetniki se čutijo gospodarje svoje usode, saj verjamejo vase in vedo, da vzroke za svoje vedenje, dejanja, uspehe oz. neuspehe ne gre pripisovati naključju. To z angleškim izrazom imenujemo Internal Locus of Control.
Obvladovanje negotovosti in stresa	Pogoja za obvladovanje negotovosti in stresa sta zdrava osebnost ter odlična psihofizična kondicija. Slednje pomeni veliko zmogljivost opravljanja psihičnih nalog in fizičnih naporov.
Preračunano tveganje in razporeditev tveganja na več ljudi	Podjetništvo pomeni žrtvovanje svojega časa in vlaganje sredstev in naporov, čeprav ni zagotovila za uspeh in nagrado. Podjetniki torej tvegajo, ampak previdno, saj tveganje skrbno preračunajo. Tveganje zmanjšujejo z dolgoročnim načrtovanjem in ga pogosto delijo s svojimi zaupniki.
Nizka potreba po statusu in moči	Glavni podjetniški motiv je želja po uspehu, medtem ko sta status in moč rezultat aktivnosti. Slednja prideta sama od sebe in ni potreba, ki bi motivirala podjetnika.
Poštenost in zaupanje	Uspešni podjetniki morajo biti odprti in sposobni stopiti v stik z drugimi ljudmi, saj tako tkejo nujno potrebne podjetniške mreže. Če želijo biti pri tem dolgoročno gledano uspešni, morajo biti pošteni in si pridobiti zaupanje ljudi.
Samostojnost in odločnost	Naslednja podjetniška lastnost je samozavest in občutek odgovornosti za rezultate. Pri odločanju so samostojni, predvsem pa so odgovorni za posledice odločitev, zato v poslih delujejo odločno.
Načrtovanje	Značilna je potreba po dolgoročnem načrtovanju, s katerim podjetniki predvidijo morebitne ovire, ki jih bo potrebno premagati na poti do uspeha, pri tem pa jasno zmanjšujejo tveganje, da v poslu ne bodo uspeli.
Sprejemanje napak	Podjetniki so, hitri učenci, saj za neuspehe jemljejo kot šolo za bodoče akcije. Zanje negativna povratna informacija pomeni novo priložnost in nasvet, zato jih ne razočara.
Vizionarstvo	Vizija je slika prihodnosti in uspešnim podjetnikom je ta slika zelo jasna, saj "živijo v prihodnosti".
Inovativnost, kreativnost, prilagodljivost in originalnost	Schumpeter je podjetnike definiral kot inovatorje, ustvarjalce sprememb, ki znajo tudi hitro reagirati na spremembe in jih izkoristiti kot dano možnost. Podjetniki želijo ustvarjati in iskati vedno nekaj novega in boljšega, zato morajo biti prilagodljivi, iznajdljivi, kreativni in inovativni. Podjetniška inovativnost ne pomeni samo prodiranje na trg z novimi produkti, pač pa tudi pravočasno odkrivanje poslovnih priložnosti in hitro usmerjanje oz. preusmerjanje delovanja na področja, ki omogočajo razvoj podjetja.

Nadaljevanje tabele 3

Analitična, verbalna in organizacijska sposobnost	Podjetniki morajo imeti razvito levo in desno polovico možganov. Leva vsebuje sposobnost analitičnega, verbalnega ter logičnega mišljenja, desna pa ima sposobnost sintetičnega, intuitivnega ter ustvarjalnega mišljenja. Podjetniki morajo torej imeti razvite tako "moške" kot tudi "ženske" sposobnosti.
Sposobnost ustvarjanja skupin	Ustvarjanje delovne skupine je za podjetnike nujno, ker sčasoma ne želijo in ne zmorejo vsega postoriti sami. Nujno morajo izbrati uspešnega menedžerja ter razviti mrežo zelenih odnosov, s katerimi vplivajo na ljudi, da postanejo takšni, kakršne potrebujejo.

Vir: Plut, 1995, str. 76-80.

To so lastnosti, ki naj bi jih imel uspešen podjetnik, vendar je potrebno poudariti, da so ljudje z vsemi naštetimi razvitimi podjetniškimi lastnostmi zelo redki. Na srečo velja načelo, ki pravi: "Vedeti, da nimamo razvite določene podjetniške lastnosti, in vedeti, kako jo lahko razvijemo, je lahko vredno toliko, kot če jo imamo razvito." (Plut, 1995, str. 80).

Pri tem je potrebno poudariti tudi to, da je nekatere lastnosti lažje, nekatere pa težje pridobiti. Med tistimi, ki jih je lažje razviti, Timmons navaja naslednje (Pšeničny, 2000, str. 64):

- predanost in odločenost
- obsedenost s priložnostjo
- strpnost do tveganja in negotovosti
- ustvarjalnost, samozaupanje in prilagodljivost
- motiviranost za doseganje rezultatov
- sposobnost vodenja

Lastnosti, ki jih je težje razviti oz pridobiti, pa so (Pšeničny, 2000, str. 64):

- energičnost, zdravje in čustvena stabilnost
- ustvarjalnost in inovativnost
- inteligenca
- sposobnost za motiviranje drugih (podjetniki so bolj ali manj karizmatični)
- osebne vrednote

3.2.2 Slovenski nacionalni karakter - (ne)podjetniški potencial

V nadaljevanju sem opisal podjetniški potencial v Sloveniji. Pri tem sem se osredotočil na nacionalni karakter, kajti na splošno lahko sklepamo, da so si ljudje, ki pripadajo določeni državi, podobni. Družbene institucije predstavljajo okvir, v katerem poteka socializacijski proces. Na podlagi tega procesa imajo pripadniki te družbe določene skupne vrednote, stališča in značilnosti (Žnidaršič, 2003, str. 26).

Trstenjak pravi, da je za slovenski nacionalni karakter značilno naslednje (Trstenjak, 1992, str. 12-34):

- a.) mejnost
- b.) razdeljenost
- c.) discipliniranost
- d.) ustvarjalnost
- e.) nevrotičnost
- f.) sprtost
- g.) poštenost

- a.) Mejnost slovenskega človeka se nanaša na geografsko lego in velikost. Tu gre za stalni vpliv od zunaj. Trstenjak pravi, da se mejni človek stalno prilagaja sosedom na dva načina. En način je tekmovalnost, kjer gre za stopnjevanje samostojnosti, ki noče prilagajanja in prehaja v nasprotovanje, drug način je prilagajanje z izgubljanjem svoje prvobitnosti in samozavesti. Pri nas je šlo predvsem za slednjo različico. To se kaže, ko trčimo na tujce in moramo govoriti v njihovem jeziku, ker smo pač manjši - tu se kaže tudi manjvrednostni kompleks. Obrtnikov majhnost Slovenije na srečo ni preveč motila, saj so bili odprti in so dobro sodelovali s tujino. To potrjuje podatek, da smo imeli že pred 1. svetovno vojno nekaj podjetij, ki so bila pomembna celo v svetovnem merilu⁹ (Pšeničny, 2000, str. 38).
- b.) Slovenci smo bili vso preteklost politično razdeljeni v več avstrijskih dežel: Kranjska, Štajerska, Koroška. To je razlog, da se enotna narodna zavest sploh ni mogla razviti. Razdeljenost pokrajin pa je kasneje povzročila neenakomeren razvoj in naraščanje razlik med posameznimi območji v Sloveniji. Po regijah obstajajo občutne razlike v številu podjetij in po velikostnih razredih¹⁰ (Pšeničny, 2000, str. 52).
- c.) Avstrija se je pod Habsburško monarhijo razvijala v vedno bolj birokratsko urejeno administrativno državo, ki je vzgajala svoje državljane v pridne, disciplinirane, poštene delavce na vseh področjih. Tako se je razvil tip vdanega državljana, ki je vestno plačeval predpisane davke in se ravnal po predpisih. Tako smo se Slovenci, ki smo bili dolga leta pod avstrijsko nadvlado, razvili v disciplinirane delavce in poštene podjetnike. Slovenci smo imeli motivacijo za takšno poslušnost tudi zaradi nenehne turške nevarnosti, pred katero nas je varoval deželni poglavar s svojo vojsko. Tako je slovenski človek v avstrijski nadvladi doživljal zavest varnosti in vsaj relativnega miru. Ravno to pa je tudi smisel in cilj vsake državne oblasti.
- d.) Kar se tiče ustvarjalnosti, Trstenjak pravi, da Slovenci smo in nismo ustvarjalni. Ustvarjalni smo na vseh področjih, razen na političnem, kjer smo zadovoljni že z drobtinicami. Smo ponižni, nismo sposobni nobene velike močne kretnje, nihče ničesar ne tvega. Na srečo smo drugačni na drugih področjih. Smo zelo dojemljivi za kulturo, predvsem pa velja pohvaliti obrtnike, ki so bili izredni izumitelji, iznajdljivi in inovativni.

⁹ Taka podjetja so bila npr.: Rudnik antimona v Trbovljah, Tovarna krede v Celju, Suknarna v Mostah pri Žirovnici, Tovarna usnja Baumann v Slovenskih Konjicah. Ta podjetja so izvozila skoraj celotno proizvodnjo.

¹⁰ Največ podjetij je v osrednjeslovenski regiji (28.014), najmanj pa v zasavski (1.344) (Slovenski podjetniški observatorij, 2003)

Majhen narod mora biti ustvarjalen, če želi preživeti in lahko tekmuje z velikimi samo v kakovosti (kvaliteti) in ne v kvantiteti (količini).

- e.) Erwin Ringel, dunajski profesor psihiatrije, je ugotavljal, da so Avstrijci v povprečju nevrotične osebnosti in ker smo bili Slovenci do leta 1918 pod avstrijsko nadvlado, naj bi to držalo tudi za nas. Pravi, da smo Slovenci zelo občutljivi, zamerljivi, prepirljivi, polni zavisti, nagnjeni k potrtosti (depresiji), malodušnosti in obsojanju samega sebe.
- f.) Naslednja lastnost, ki je tipična za slovenski narod je sprtost. Slovenci so se že od nekdaj delili na katoličane in nekatoličane, ki naj bi bili liberalci. Glede tega nam morajo biti zgled Judje, ki so znotraj velikih narodov preživeli zaradi složnosti. Pri njih velja načelo, da nihče ne sme gospodarsko propasti.
- g.) Trstenjak pravi, da obstaja mnogo dogodkov, ki pričajo o poštenosti slovenskega naroda, tudi podjetniki oz. obrtniki so pošteni, a ta poštenost počasi blede¹¹.

Glede na opisane značilnosti slovenskega naroda, ne bo težko izpeljati temeljnih osebnostnih lastnosti Slovencev. Musek pripisuje Slovincem naslednje značilnosti (Plut, 1995, str. 44-45):

- Usmerjenost k sebi – introvertiranost¹²; v povprečju smo egoisti, trezni, zadržani, hladni, manj družabni in aktivni, vendar preišljeni in odgovorni.
- Psihoticizem; v povprečju smo dominantni, dogmatični, neljubeznivi, netolerantni (tudi do neuspeha), agresivni, sumničavi, egoistični in grobi, pa tudi ambiciozni ter nepripravljeni trpeti odvisnost in podrejenost (Musek, 1993, str. 318).
- Neiskrenost; prihaja do težnje po prikazovanju sebe v lepši luči, dajemo odgovore, ki so sicer socialno in kulturno zaželeni, niso pa povsem iskreni. Ta lastnost je značilna za okolja, kjer sta vzgoja in politične razmere bolj represivne.
- Želja po uveljavitvi in potrditvi; ta težnja se po eni strani prikrije v introvertni zadržanosti, po drugi strani pa se troši v egoizmu in pomanjkanju čuta za sodelovanje. Za Slovence je značilen relativno šibak občutek skupinske odgovornosti in kooperativnosti.
- Nevroticizem in visoka stopnja samoagresivnosti; gre za agresivnost in introvertiranost, kar je lahko osnova za visok odstotek samomorilnosti. V povprečju smo čustveno labilni, kar se odraža v depresivnosti, morečih občutkih, občutkih nesreče in krivde ter v pesimizmu.
- Pridnost, disciplina, ambicioznost; kot sem že napisal, veljamo za pridne, disciplinirane, organizirane, marljive in vestne ljudi, kar je po Trstenjakovem mnenju vpliv avstrijske nadvlade. Smo pa tudi precej individualistično naravnani, zato naša ambicioznost in delavnost ne prideta toliko do izraza kot npr. pri Nemcih. Če bomo bolj skupinsko povezani in konstruktivni, bi se naša produktivnost lahko bistveno povečala, vendar se to zgodi le v atmosferi zdrave medsebojne tekmovalnosti, ne pa v atmosferi medsebojne zavistnosti in ljubosumnosti.
- Zavist.

¹¹ V podjetništvu se to kaže v plačilni nedisciplini

¹² V raziskavi o dinamičnih podjetnikih iz leta 2000, je bilo med drugim ugotovljeno, da kar 36 % podjetnikov ne čuti želje oz. potrebe do vključitve v kakršnokoli podjetniško organizacijo in kar 38 % podjetnikov neradi navezujejo stike z drugimi ljudmi (Pšeničny, 2001, str. 7).

V prvem delu sem predstavil podjetniške lastnosti, v drugem delu povprečne lastnosti Slovencev in če to združimo, lahko ugotovimo, da psihološke značilnosti Slovencev ne sovpadajo s psihološkimi značilnostmi podjetnikov. Ugotovimo lahko, da imamo le nekaj podjetniških lastnosti, in sicer so to pridnost, disciplina, ambicioznost, ustvarjalnost ter poštenost. Izrazito nepodjetniški lastnosti pa sta zavist in čustvena labilnost. To prikazuje Tabela 3, kjer sem na levi strani naštel lastnosti Slovencev (po Musku in Trstenjaku) in sem jih opredelil kot podjetniške ali kot nepodjetniške lastnosti v ustreznem stolpcu z utemeljitvijo.

Tabela 3: Delitev psiholoških lastnosti Slovencev na podjetniške in nepodjetniške lastnosti

Lastnosti slovenskega naroda	Podjetniška lastnost	Nepodjetniška lastnost
Mejnost	Gre za odprtost do tujine, saj so že obrtniki dobro sodelovali s tujino.	
Razdeljenost		Razdeljenost po regijah vpliva na individualizem, zato pridnost in ambicioznost ob pomanjkanju timskega dela ni tako učinkovito kot npr. pri Nemcih.
Discipliniranost, pridnost	Uspešni podjetniki so delavni, disciplinirani in marljivi.	
Ustvarjalnost	Kaže se v dobrem poslovanju znotraj tujih nadvlad.	
Nevrotičnost		Smo občutljivi, zamerljivi, pesimistični, netolerantni do drugih in do podjetniških neuspehov.
Sprtost		Vpliva na individualnost in introvertiranost, kar pomeni, da je občutek skupinske odgovornosti in kooperativnosti relativno šibak.
Poštenost	Podjetnik lahko na dolgi rok uspe, če je pošten.	
Introvertiranost		Gre za egoizem, zadržanost, usmerjenost k sebi, nedružabnost.
Čustvena labilnost		Gre za depresivnost, pesimizem, občutek nesrečnosti in krivde.
Psihoticizem		Kaže se v dominantnosti, neljubeznivosti, sumničavosti, nepripravljenosti trpeti odvisnost in podrejenost.
Zavist		Naša atmosfera je atmosfera medsebojne zavistnosti in ljubosumnosti, kar onemogoča napredek in razvoj.

Vir: Musek, 1994; Trstenjak, 1992.

Tabela 3 jasno kaže prevlado nepodjetniških lastnosti nad podjetniškimi. Nepodjetniške lastnosti Slovencev lahko potrdim tudi z javnomnenjskimi analizami, ki jasno odražajo odnos Slovencev do napredovanja, tveganja, podjetništva in dela.

Odnos do napredovanja se kaže v prepričanju Slovencev, da sreča, usoda in vplivni sorodniki močnejše vplivajo na možnost napredovanja, kot pa človek sam. Preko 60 % anketirancev meni, da je za napredovanje v družbi pomembno, če človek prihaja iz bogate družine (Toš, 1999, str. 818). Takšna nesamozavest ni podjetniška lastnost, kajti za podjetnike je značilno ravno obratno prepričanje - imajo kontrolo nad svojim življenjem (Internal Locus Of Control). To tezo potrjujejo tudi odgovori na vprašanje, zakaj nekateri ljudje živijo v pomanjkanju. Preko 60 % anketirancev je odgovorilo, da je razlog v nepravilnosti družbe in da je to pač neizogibna stran napredka. Le dobrih 20 % anketirancev je odgovorilo, da je razlog za pomanjkanje v posameznikovi lenobi in šibki volji do dela oz. do življenja.

Odnos do tveganja kaže javnomnenjska raziskava, ki ugotavlja, da smo Slovenci sicer naklonjeni tržnemu sistemu in zasebni lastnini, ne pa tudi velikim družbenim razlikam in zmanjšanju socialne vloge države. Če postavimo na eno stran tehtnice vrednoto socialno varnost in na drugo stran negotovost ter tveganje, se bo tehtnica nagnila na stran socialne varnosti (Toš, 1999, str. 51). Na prvem mestu je socialna varnost, zanesljiva in univerzalna mreža socialnih storitev ter zanesljivost zaposlitve (Žnidaršič, 2003, str. 27). O tem priča tudi podatek, da bi kar 63,3 % anketirancev pri izbiri med službo v zasebnem ali javnem sektorju izbralo slednjo možnost (Toš, 1999, str. 789).

Pesimizem slovenskega naroda se kaže v mnenju, da se razmere v slovenskem gospodarstvu poslabšujejo, saj tako misli skoraj 40 % anketirancev, medtem ko jih je optimističnih dobrih 30%, približno 25% pa je indiferentnih. Podobne rezultate sta dala tudi makroekonomska indeksa CUMAX IN FUMAX. Prvi indeks kaže oceno podjetnikov o trenutnih razmerah v slovenskem gospodarstvu, drugi pa ponazarja pričakovanja podjetnikov glede razmer v slovenskem gospodarstvu. Indeks CUMAX (Current Macroeconomic Index) ima negativno vrednost, saj znaša -52,5 indeksne točke. To pomeni, da tri četrtine od 250 anketiranih podjetnikov meni, da so zdajšnje razmere v slovenski ekonomiji slabe. Nekoliko bolje ocenjujejo gospodarska gibanja v prihodnjih šestih mesecih, saj jih 38 % meni, da bo še slabše, skoraj polovica, da bodo razmere enake, 14 % pa napoveduje okrevanje slovenskega gospodarstva. Indeks FUMAX (Future Macroeconomic Index) je tako dosegel nekoliko boljšo vrednost, in sicer -24,2 indeksne točke (Grahek, Usenik, Kalacun, 2004).

Takšen je torej trend in odnos Slovencev do gospodarstva. Kako majhen ugled imajo podjetniki kaže dejstvo, da skoraj 60 % anketirancev pripisuje podjetnikom-lastnikom malih podjetij srednji ugled poklica. Če podjetnik v poslu ne uspe, se ga drži stigma "propadlega" poslovneža. Zgodi se, da tak poslovnež ne more več vstopiti v svet podjetništva (Žnidaršič, 2003, str. 27).

Zanimiv je tudi odnos Slovencev do dela. Jelovac deli ljudi glede na odnos do dela na štiri skupine, in sicer na tradicionaliste, instrumentaliste, indiferentne in na protestante. Največ je tradicionalistov (41,4 %), ki pripadajo nižje izobraženemu sloju, starejše osebe in pretežno ženske. Delo doživljajo tradicionalistično, saj je delo zanje osrednja življenjska vrednota. Pridnost je pomembnejša od znanja in znanosti, edino pravo je fizično delo. Ti ljudje verjamejo v trdo delo. Število teh ljudi se po raziskavah zmanjšuje¹³. Instrumentalisti so tisti, katerih odnos do dela je povsem instrumentalističen, kar pomeni, da delajo za plačo, za preživetje, samo toliko, kolikor morajo, da si zagotovijo osnovna sredstva za preživetje. Teh je okoli 26 % in se je število iz leta 1991 do leta 1993¹⁴ malo zmanjšalo. Indiferentni ljudje so na vprašanje zakaj delajo odgovorili z "ne vem", kar bi lahko pripisali vplivu obdobja postsocialistične tranzicije. Teh je okoli 5 %. Največje spremembe pa so nastale v četrti skupini, ki jo je Jelovac poimenoval protestanti. Gre za večinoma višji sloj in za moške, ki se trudijo, da svoje delovne obveznosti opravijo kot najboljše znajo in zmorejo v danih okoliščinah. Delo zanje ni najpomembnejša življenjska vrednota. Kakovost je zanje pomembnejša od pridnosti. To so predvsem podjetniki, obrtniki, trgovci in menedžerji, katerih glavne vrednote so kreativnost, podjetnost, uspešnost in imidž. Razveseljiv je podatek, da je številka teh ljudi narasla iz 14,8 % na 23,1 % (Jelovac, 2000, str. 21-22).

Tudi po drugih javnomnenjskih raziskavah Slovincem delo pomeni zadovoljstvo in užitek, saj se s tem strinja preko 60 % anketirancev (Toš, 1999, str. 427).

Opisane vrednote ljudi jasno kažejo, da je vpliv bivšega socialističnega sistema še vedno prisoten in da je miselnost ljudi podjetništvu še vedno precej nenaklonjena.

Naslednja tabela prikazuje primerjavo med lastnostmi Slovencev, Američanov in Nemcev. Razlog, da sem za primerjavo izbral ravno Američane je v dejstvu, da so Združene države Amerike "narod podjetnikov". Nenazadnje se je podjetništvo razvilo in zacvetelo ravno v ZDA. Nemce pa sem si izbral zato, ker smo jim Slovenci precej podobni po karakterju, saj smo bili dolga leta pod avstrijsko Habsburško monarhijo, ki je precej vplivala na izoblikovanje slovenskega nacionalnega karakterja.

¹³ Gre za obsežne javnomnenjske raziskave Inštituta za družbene vede dr. Veljka Rusa in dr. Zdenka Roterja iz leta 1993.

¹⁴ Glede na predmet obravnave gre za dokaj kratko obdobje.

Tabela 4: Primerjava med lastnostmi Slovencev, Američanov in Nemcev

Lastnosti Slovencev	Lastnosti Američanov	Lastnosti Nemcev
Introvertiranost	Ekstravertiranost: aktivnost, družabnost	Introvertiranost: zadržanost, hladnost
Čustvena labilnost	Čustvena labilnost: napetost	Odgovornost, preišljenost
Psihoticizem	Kooperativnost	Čustvena stabilnost
Zavist	Odprtost	Psihoticizem: dominantnost, agresivnost
Disciplina, pridnost, marljivost	Odkritost	Disciplina
Poštenost	Pogum	Organiziranost
Ustvarjalnost	Spretnost	Marljivost
Nesprejemanje tveganja	Prilagodljivost	Vestnost
Ambicioznost	Sprejemanje tveganja	Samozaupanje

Vir: Plut, 1995, str. 31-45.

Tabela 4 kaže lastnosti slovenskega, ameriškega ter nemškega naroda. Poudarjene lastnosti so podjetniške, nepoudarjene nepodjetniške. Hitro lahko ugotovimo podobnost lastnosti našega in nemškega ljudstva, ki se kaže predvsem v introvertiranosti oz. usmerjenosti k sebi. Ta lastnost velja za ves alpski, prialpski in srednjeevropski prostor. Glavna razlika je v čustveni labilnosti oz. stabilnosti. Slednje velja za nemški narod. Vzrok za takšne poteze so ugodne življenjske razmere.

Povsem drugačne lastnosti pa imajo Američani, saj je zanje značilna odprtost, prijaznost, družabnost. To so lastnosti ekstravertne osebnosti, ki je v podjetništvu dobrodošla, če ne že nujna. To odprtost jim omogoča kultura, ki dovoljuje naravno in neposredno vedenje (Plut, 1995, str. 33). Tako imajo Američani jasno tudi največ podjetniških lastnosti. Izmed devetih naštetih lastnosti je kar osem podjetniških in so zato tudi poudarjene.

Slovenski podjetniki se od ameriških razlikujejo ne le po osebnostnih značilnostih, temveč tudi po motivih in razlogih, zaradi katerih se odločajo za podjetniško kariero. Že v prvem poglavju sem napisal, da je glavni podjetniški motiv v ZDA potreba po dosežkih. V Sloveniji ni tako, kar je prikazano v naslednji točki.

3.3 Motivi in razlogi za ustanovitev lastnega podjetja

Glavna težnja k podjetništvu je izhajala iz omejenosti zaposlenih znotraj velikih podjetij. Razvoja korporacijskega notranjega podjetništva ni bilo, saj je bil prisoten avtoritativen tip menedžmenta, ki ni bil nagnjen k razvijanju podjetniških mrež. Podjetja niso vzpodbujala inovativnosti in posameznik, ki je želel uresničiti svojo zamisel, je moral ustanoviti svoje podjetje, kjer je lahko brez zavor uresničil svoje vizije. To kažejo tudi rezultati anket¹⁵, kjer so

¹⁵ Glej Tabela 5.

vzroki za ustanovitev podjetja pri dinamičnih podjetnikih (elita malega gospodarstva) v spoznanju in videnju neke poslovne priložnosti (37) oz. zaradi frustracij z delom ali plačo v prejšnjem večjem podjetju (20). "Povprečni" podjetniki in obrtniki, ki v Sloveniji prevladujejo, pa so enostavno želeli izkoristiti svoje zmožnosti, ki v prejšnjem podjetju niso prišle do izraza (Glas, 1999, str. 6). Do podobnih podatkov pridemo tudi pri obravnavi GEM (Global Entrepreneurship Monitor) analize za Slovenijo. Ocenjujejo, da je v Sloveniji število podjetnikov, ki so se podjetništva lotili, ker so sledili podjetniški priložnosti, v primerjavi z ostalimi GEM državami¹⁶, relativno nizko. TEA indeks (mera podjetniške aktivnosti) podjetništva zaradi priložnosti uvršča Slovenijo s 3,26 % na 30. mesto med 37 državami, kar pomeni, da se vsak trideseti (30.) prebivalec Slovenije podjetništva loti zaradi zaznave podjetniške priložnosti. Če na zadevo pogledamo z drugega zornega kota, torej TEA indeks zaradi nuje, ugotovimo, da le-ta znaša 1,37 %. To pomeni, da se vsak sedemdeseti (70.) odrasli prebivalec odloči za podjetniško pot zaradi nuje, ker nima druge boljše možnosti za delo. To nas v svetovnem merilu uvršča na visoko 15. mesto med 37 državami¹⁷.

Tabela 5: Razlogi za ustanovitev podjetja

Razlogi za ustanovitev	Dinamični podjetniki ¹⁸ (1994)	Podjetniki (1997)	Obrtniki (1999)
Videl je donosno priložnost	37	19	13
Frustracije z delom v družbenem sektorju	20	22	9
Nezadovoljstvo s plačo	8	11	6
Starši/sorodniki so imeli privatno podjetje	8	15	8
Malo drugih priložnosti za delo	4	15	8
Brezposeln	2	11	3
Želel je izkoristiti svoje zmožnosti	-	54	39
Želel je prispevati k blaginji okolja	-	5	3
Drugi razlogi	37	-	-
Velikost vzorca	150	221	51

Vir: Glas, 1999, str. 5.

V nadaljevanju sem opisal glavne motive podjetnikov za ustanovitev podjetja. Pri tem sem si pomagal z dvema analizama z namenom, da bi dobili čim bolj realno sliko, kajti pri vseh anketah je potrebno vzeti nekaj "rezerve", saj nekateri vprašalniki niso bili popolno izpolnjeni. Prvi vprašalnik se nanaša na leto 1991, ko smo beležili porast podjetništva, drugi pa na čas po letu 1994.

¹⁶ V letu 2002 je v GEM analizi sodelovalo 37 držav.

¹⁷ [<http://www.gemslovenia.org/Ugotovitve/ugotov.htm>]

¹⁸ Dinamični podjetniki so podjetniki v hitro rastočih podjetjih. Teh je v Sloveniji malo, zato prevladujejo podjetniki in ne dinamični podjetniki, kar bi bilo z gospodarskega vidika bolje.

Tabela 6: Motivi za ustanovitev lastnega podjetja iz leta 1991

Motivi za ustanovitev	n
Dobri odnosi s sodelavci	150
Možnost uporabe lastnega znanja in sposobnosti	132
Možnost visokega zaslužka	115
Novo, ustvarjalno delo	113
Dobri delovni pogoji	99
Uspeh pri delu (osebni dosežki)	99
Samostojnost pri delu	82
Razpolaganje z lastnimi sredstvi	25

Vir: Plut, 1995, str. 101.

Vzorec se nanaša na leto 1991, vanj je bilo zajetih 300 anketirancev iz vse Slovenije: 100 anketirancev, ki so obiskovali tečaj GEA College in 200 naključno izbranih anketirancev. V koloni, označeni z "n" je to število anketirancev, ki so si za enega izmed treh najpomembnejših motivacijskih dejavnikov izbrali posamezen motivacijski dejavnik. Skupna vsota bi morala biti 900, a je le 815. Razlog je v tem, da vprašalnik ni bil pri vseh anketirancih popolno izpolnjen.

Tabela 6 jasno kaže, da je želja po dosežkih, kar je glavni podjetniški motiv, šele na petem mestu in kaže na pomanjkanje podjetniškega motiva (Plut, 1995, str. 100-103). Zelo pomemben motivacijski dejavnik so bili odnosi s sodelavci in možnost uporabe lastnega znanja in sposobnosti, kar zopet kaže na frustracije, povezane s tedanjimi velikimi podjetji, ki so na zaposlene delovala omejevalno.

Druga podobna anketa se nanaša na nekoliko kasnejše obdobje. Rezultati so vidni v Tabeli 7.

Tabela 7: Motivi za ustanovitev lastnega podjetja v raznih raziskavah

Motivi za ustanovitev	Dinamični podjetniki (1994)	Podjetniki (1997)	Obrtniki (1999)
Dosežki – želel je uporabiti svoje zmožnosti	33	45	11
Neodvisnost – hotel je delati na svojem	30	69	49
Denar – želel je večji zaslužek	11	19	22
Kariera/varnost – najboljša prihodnost	11	17	5
Ekonomska nujnost – ni imel drugih možnosti	4	12	10
Kontrola – hotel je postati šef	2	1	1
Status/prestiž – višje na družbeni lestvici	2	2	3
Drugo	8	-	-
Velikost vzorca	150	221	51

Vir: Glas, 1999, str. 6.

Ta analiza v primerjavi s prejšnjo loči dinamične podjetnike od navadnih. Pri dinamičnih podjetnikih izstopata dva motiva, in sicer želja po uporabi svojih zmožnosti ter neodvisnost ob vodenju in poslovanju svojega podjetja. Podjetniki in obrtniki imajo zopet precej podobne motive, saj si oboji želijo predvsem neodvisnosti. Pri podjetnikih je na drugem mestu želja po dosežkih z uporabo svojih zmožnosti, pri obrtnikih pa dober zaslužek. Ugotovimo lahko, da je pri podjetnikih, ki v primerjavi z dinamičnimi podjetniki v Sloveniji prevladujejo, želja po dosežkih, po uspehih še vedno na drugem mestu in tako pri nas še vedno primanjkuje prave motivacije za ustanovitev lastnega podjetja. Očitno ljudje vidijo v tem več slabega kot dobrega. V Sloveniji podjetniki ocenjujejo, da okolje ni spodbudno za podjetništvo (Glas, 1999, str. 14). V nadaljevanju sem opisal težave, s katerimi se podjetnik srečuje ob ustanovitvi novega podjetja in na začetku poslovanja.

3.4 Problemi podjetnikov pri ustanovitvi novega podjetja in na začetku poslovanja

Največji del malih podjetij je zaživel v začetku devetdesetih let po že omenjenem Zakonu o podjetjih. To je čas globoke gospodarske krize, ko so slovenska podjetja z osamosvojitvijo države izgubila tradicionalne trge na Balkanu, osvajanje novih trgov pa je od njih zahtevalo učinkovito prestrukturiranje. Tako malim podjetjem ni bilo omogočeno, da bi se vključili v mreže z velikimi in srednjimi podjetji in bi tako lahko našli svoje "mentorje", ki bi jim omogočili hiter razvojni skok (Zidar, 1995, str. 16).

Leta 1993 je bilo v okviru Phare (Tehnična pomoč za mala in srednja podjetja) izvedeno anketiranje članov slovenske pospeševalne mreže za malo gospodarstvo. Iz rezultatov analize anketnih vprašalnikov, na katere so odgovorili svetovalci pospeševalne mreže, je razvidno, da so glavni problemi malih podjetij naslednji (Zidar, 1995, str.16):

- a.) pomanjkanje znanj in spretnosti
- b.) slabo poznavanje trgov
- c.) visoke davčne obremenitve – navezovanje na sivo ekonomijo
- d.) zastarele proizvodne zmogljivosti

a.) Pomanjkanje znanj in spretnosti

Gre za to, da podjetnik z rastjo podjetja ne obvladuje več vseh poslovnih funkcij v podjetju, saj podjetnik rasti podjetja ne sledi z izpopolnjevanjem lastnega znanja in spretnosti, zlasti ne poslovnih znanj. Podjetnikom primanjkuje predvsem znanj s področja trženja s poznavanjem prodajnih metod, kupcev, konkurentov, razvijanja tržnih priložnosti in poslovnih pogajanj; s področja vodenja in kontrole finančne funkcije, finančnih instrumentov, zavarovanja plačil in zagotavljanja sredstev za večje posle; s področja organizacije produkcije, zagotavljanja kvalitete in ekonomičnosti poslovanja, upravljanja s človeškimi viri in tudi pravnimi vidiki poslovanja s poznavanjem sestavin pogodb in drugim.

b.) Slabo poznavanje tujih trgov

Raziskava Ekonomske fakultete v Ljubljani iz leta 1993¹⁹ je pokazala, da kar 50 % podjetij realizira več kot 50 % prodaje na lokalnem trgu (največ 20 km od sedeža podjetja), čez 20 % podjetij pa celotno prodajo veže na lokalni trg. Gre torej za vezanost podjetij na lokalni trg.

Slovenska mala podjetja v tistem času niso usmerjala dovolj pozornosti v sistematično zbiranje tržnih informacij, zlasti ne v prave tržne raziskave, ki bi jih zanje opravile marketinške agencije. Vzrok tiči tudi v dejstvu, da so te raziskave precej drage.

c.) Visoke davčne obremenitve in siva ekonomija

Visoke davčne obremenitve, ki se nanašajo na davke in prispevke na osebne dohodke zaposlenih ter davek od dobička, neugodno vplivajo na konkurenčno sposobnost podjetij, saj to zanje pomeni velik strošek. Predvsem je to pomembno za mala podjetja, ki so stroškovno zelo občutljiva. Svetovalci za malo gospodarstvo so imeli pripombo tudi na preveliko linearnost davčnega sistema, ki ne spodbuja nastajanja novih podjetij pa tudi ne vlaganj v fiksni kapital in zaposlovanje. Trdili so, da je davčna neenakost nepotrebna, če je malo gospodarstvo na ravni podjetij bolj učinkovito od velikih podjetij, saj za hitrejšo rast zadoščajo že njihove prednosti. Če pa učinkovitost malega gospodarstva pride do izraza zgolj na narodnogospodarski ravni, je potrebno nastajanje in razvoj malih podjetij spodbujati z nižjimi davki.

Podjetja so težave skušala omiliti z zatekanjem k sivi ekonomiji. Pojem vključuje vse neregistrirane pridobitne dejavnosti, ki niso vključene v uradne podatke o bruto domačem proizvodu. Vzrok za delo na črno je socialne narave in značilen predvsem za tranzicijske države, ki doživljajo ekonomsko, socialno in politično preobrazbo. V Sloveniji ocenjujejo, da se je tistem času obračalo kar med 20 in 30 % bruto družbenega kapitala.

Danes že obstaja vladni predlog o reformi davčnega in dohodninskega sistema. Bistvena novost dohodninskega sistema je manjša davčna obremenitev v davčnem razredu, kjer so davčni zavezanci z najnižjimi dohodki, in sicer za okoli 60%. Hkrati pa bo davčna obremenitev ostala skoraj nespremenjena v najvišjem davčnem razredu z zavezanci z najvišjimi dohodki. To pomeni, da bo dohodninska reforma močno znižala davčno breme zlasti nekvalificiranih delavcev z najnižjimi dohodki, ki so večinoma zaposleni v nizko tehnološko zahtevnih predelovalnih dejavnosti. V tehnološko zahtevnih in nadpovprečno produktivnih panogah, kjer dela visoko izobražena delovna sila in najbolj prispeva k visoki gospodarski rasti, pa sprememb oz. vzpodbud ne bo. V teh panogah bodo stroški dela tako ostali zelo visoki, saj morajo delodajalci 61,8% stroškov dela nameniti državi v obliki davkov in socialnih prispevkov, preostalih 38,2% pa je namenjeno delavčevi neto plači. Lani je revija Forbes objavila podatek, da je Slovenija davčno najbolj obremenjena država na svetu z neposrednimi davki v skupnih stroških dela (Kovač, 2004).

¹⁹ Raziskava je zajela 151 malih podjetij in obrti, ki so imeli do 50 zaposlenih.

Davčna zakonodaja se danes še spreminja. Najaktualnejši predlog zakona o davku od dohodkov pravnih oseb predvideva spremembe na področju davčnih olajšav, saj predvideva odpravo oprostitve plačila davka od dobička za invalidska podjetja, ker naj bi se na tem področju pojavljale "zlorabe" (Weiss, 2004).

d.) Zastarele proizvodne zmogljivosti

Zastarele proizvodne zmogljivosti so bile posledica pomanjkanja sredstev za investicije v zadnjih letih. Drug problem je bila organizacija proizvodnih procesov, saj so podjetniki to kot način zniževanja stroškov podcenjevali.

Kasneje je Ministrstvo za gospodarske dejavnosti (MGD) v sodelovanju s strokovnjaki v okviru PHARE in ob vključevanju vseh zainteresiranih subjektov pri razvoju malega gospodarstva (Obrtna zbornica Slovenije, Gospodarska zbornica Slovenije ...) opravilo SWOT analizo slovenskega malega gospodarstva. Gre za analizo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti, ki pretijo malemu gospodarstvu. Analiza je pokazala, da so glavni problemi in omejitve malega gospodarstva v Sloveniji po glavnih področjih (Informator Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo, 1996, str. 22-26):

a.) Finance

Finančni sektor v Sloveniji še ni v celoti razvil storitev za malo gospodarstvo. Realne obrestne mere so zelo visoke, viri lastniškega kapitala se zelo omejeni. Kljub temu so banke precej nepripravljene posojati malemu gospodarstvu, saj vlada še precejšnje nezaupanje. Finančni instrumenti, ki so na voljo, pa niso prilagojeni potrebam malega gospodarstva. Posledica tega je, da so zahteve po zavarovanju posojil ter transakcijski stroški izredno visoki.

b.) Informacije

Podjetniki imajo premalo informacij, saj so informacijski viri precej slabo razviti. Informacije morajo biti dostopne majhnim podjetjem na lokalni ravni, vendar zaenkrat ne ustrezajo sodobnim zahtevam dostopnosti in uporabniški prijaznosti. Informacijski sistem sta začela razvijati BC-Net in Euro-info center. Danes je problem v tem, da kljub obstoju vsakodnevnih novih oblik podpore podjetnikom, le-ti zanje sploh ne vedo (Svež kapital je kri podjetništva, 2004).

c.) Svetovanje

Ministrstvo za gospodarske dejavnosti (MGD) je s partnerskimi ustanovami ustanovilo svetovalno mrežo in druge delne mreže, vendar kljub temu obstaja potreba po dodatnih svetovalnih storitvah (Glas, 2000, str. 74). Posebno potrebo po svetovanju imajo predvsem sektorsko specifična podjetja, katerim je svetovalni storitvi potrebno dodati še nadaljnje usposabljanje in razvoj.

d.) Prostor in fizična infrastruktura

Naslednji problem v Sloveniji so visoke najemnine, ki so posledica primanjkljaja proizvodnih in poslovnih prostorov. Rešitev bi bila v načrtni gradnji industrijskih parkov, v poslovnih inkubatorjih in drugih vrstah urejenih proizvodnih in poslovnih prostorih na lokalni ravni.

e.) Lokalni in regionalni razvoj

Ovire se po regijah razlikujejo zaradi geografskih razlogov, infrastrukture, razlik v razvitosti. Razlike se vedno bolj povečujejo, saj nekatere občine nimajo resursov za podporo gospodarstvu.

f.) Inovacije

Povezave med raziskovalnimi institucijami in malimi podjetji so zelo šibke. Majhna podjetja slabo izkoriščajo tehnološke raziskave za razvoj inovacij, zato težko konkurirajo na mednarodnih trgih. Da bi povečali učinkovitost prenosa tehnologij v mala podjetja, so v Kranju ustanovili Podjetniško-inovacijski center (BIC).

g.) Zastarelost

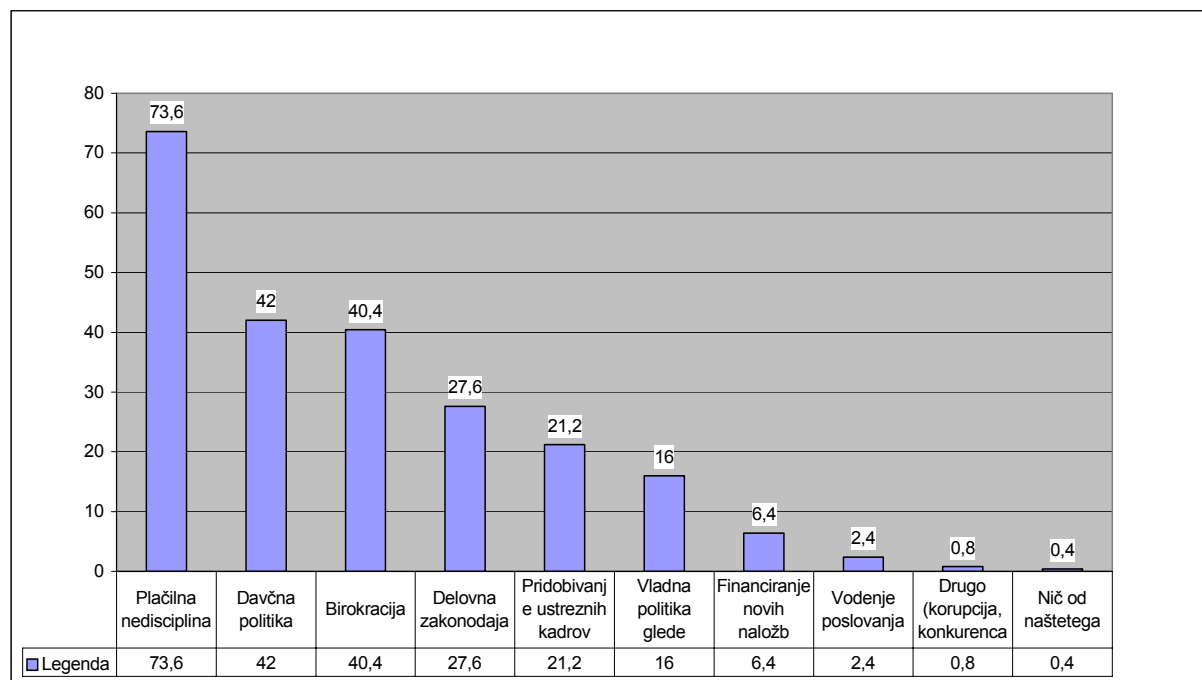
Problem zastarelosti opreme in pomanjkanja sredstev sem opisal na prejšnji strani.

h.) Zakonodaja

Osnovna zakonodaja je sprejeta, vendar je pri sprejemanju novih zakonov malim podjetjem potrebno zagotoviti, da ne bodo nesorazmerno prizadeta zaradi svoje majhnosti (Pšeničny, 2000, str. 75). Potrebno je vedeti, da so mala podjetja v primerjavi z velikimi v konkurenčno manj ugodnem položaju, zato morajo biti tudi zakoni in vladna politika temu primerni (Pšeničny, 2000, str. 66).

To so bile omejitve, s katerimi se je soočalo malo gospodarstvo v Sloveniji v času razcveta podjetništva pri nas, torej do leta 1994. Danes se stvari pravzaprav niso bistveno spremenile. Še vedno je glavni problem na področju financ, in sicer je to plačilna nedisciplina. Ta problem so izpostavili predvsem anketiranci, ki delujejo v pravnoorganizacijski obliki samostojni podjetnik, podjetja v razredu od 21 do 40 zaposlenih in podjetja v gradbeništvu. Na lestvici največjih ovir je na drugem mestu davčna politika in na tretjem mestu birokracija. Delež največkrat izbranih odgovorov kaže tudi Slika 5.

Slika 5: Glavne ovire, s katerimi se srečuje slovensko malo gospodarstvo danes



Vir: Komunikacijska skupina Spem, N= 250

Zaskrbljujoč je podatek, da nekdo, ki začne posel preko našega bančnega sistema, dobi izplačan denar šele po slabih treh letih (Forbes, 2004, str. 15). V fazah, ko se podjetništvo šele razvija, je potrebna vzpodbuda s strani države. O tem, kakšen odnos naj bi imela država do podjetništva in kakšnega ima naša država, sem pisal v naslednjem poglavju.

4. ODNOS DRŽAVE DO PODJETNIŠTVA

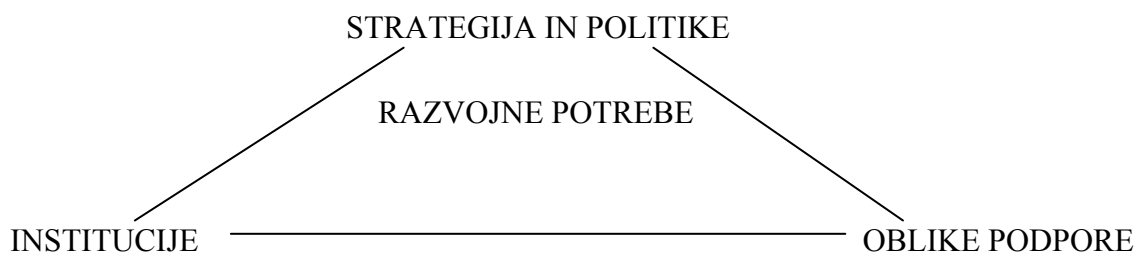
Načeloma velja, da je konkurenčnost gospodarstva odvisna od sposobnosti podjetij, da se hitro strukturno prilagajajo stalnim spremembam v svetu ali na trgu. Kljub temu pa ima pri tem tudi država pomembno dvojno vlogo. Kot prvo naj bi zagotovila konkurenčno in stabilno okolje, kot drugo pa naj bi izvajala proaktivno politiko, s katero podjetja usposablja in spodbuja k čim hitrejšemu prilagajanju k strukturnim spremembam. To pomeni, da država ne nadomešča tržnega mehanizma, temveč z razvojnimi programi ustvarja trg za nova znanja kot na primer: uvaja programe usposabljanja, s katerimi povezuje najnovejše tuje znanje z domačim, spodbuja internacionalizacijo podjetij, povezane s tujimi strateškimi partnerji itd. Država ima torej vlogo katalizatorja določenih procesov, do katerih sicer verjetno niti ne bi prišlo brez njene udeležbe (Antončič et al., 2002, str. 40).

Slovenija je v preteklem desetletju dosegla pozitivne gospodarske rezultate, vendar v okoliščinah globalne konkurence gospodarska sestava še vedno ne omogoča mednarodnih

konkurenčnih prednosti, ki bi Sloveniji zagotavljale stabilen položaj. V primerjavi z Evropo smo po velikostni strukturi zelo primerljivi, drugačna slika pa se pokaže v primerjavi povprečne dodane vrednosti na zaposlenega. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v EU znaša 75.000 evrov, v Sloveniji pa samo 23.000 evrov. Druga razlika je v dejstvu, da v EU z velikostjo podjetja izrazito raste povprečna dodana vrednost, kar ni primer v Sloveniji. Relativno in absolutno se velika podjetja pri nas kažejo kot izrazito neučinkovita. Brez učinkovitih velikih podjetij bo Slovenija težko povečala gospodarsko rast in tako dohitela razvite evropske države (Kaučič, 2002). V Sloveniji tehnološko usmerjen razvoj zaostaja. Podjetništvo in inovacije, pri katerih se izkoriščajo nove tehnologije, bistveno povečajo hitrost, s katero se proizvodi in nove storitve pojavljajo na trgu oz. so zamenjani z boljšimi, sta ključni gonilni sili, ki omogočata hitrejšo gospodarsko rast. To sta dejavnika, ki v globalni konkurenci pomenita konkurenčno prednost (Antončič et al., 2002, str. 41).

Tega se naša vlada zaveda, zato je oblikovala proaktivno gospodarsko politiko, ki vsebuje programe namenjene pospeševanju konkurenčnih sposobnosti podjetij ne glede na velikost, lastništvo in dejavnost ter programe, ki so usmerjeni v pospeševanje podjetništva v malih in srednjih podjetjih. Gre za programe, ki promovirajo podjetništvo in vzpodbujajo razvoj tako podpornega okolja kot tudi mikro, malih in srednjih podjetij. Primeri za to so: vavčerski sistem svetovanja, sistem usposabljanja za obrtništvo, podpora podjetnosti in ustvarjalnosti mladih, podpora poklicnemu uveljavljanju žensk, podpora delu na domu in delu na daljavo, garancije za dolgoročne investicijske kredite, subvencioniranje obresti za dolgoročna investicijska posojila, brezobrestna dolgoročna investicijska posojila za mlade podjetnike tehničnih smeri, ugodnejša posojila malim in srednje velikim podjetjem, uvajanje inovativnih oblik financiranja, podpora regionalnim garancijskim shemam (Antončič et al., 2002, str. 40-41). Za razvoj podjetništva je potrebno izhajati iz okvira podpore, ki ga kaže Slika 6. Prikazuje povezavo in odnos med politiko, podpornimi programi in podpornimi institucijami.

Slika 6: Okvir podpore razvoja malih podjetij



Vir: Zidar, 1995, str. 43.

Vlada mora poleg proaktivne politike, glede na razvojne potrebe kot so npr. spodbujanje nastajanja novih podjetij, rast dinamičnih podjetij, izvoz, razvoj tehnologije itd., razviti tudi ustrezne institucije in s tem podporno okolje, ki ji mora slediti država in drugi poslovni subjekti v svojem delovanju. Na razvoj malega gospodarstva vpliva namreč vrsta subjektov (Zidar, 1995, str. 43-44):

- gospodarska zbornica in obrtna zbornica
- razna poslovna združenja
- združenja podjetnikov
- šolstvo in drugo usposabljanje
- specializirane finančne institucije
- svetovalne in storitvene organizacije
- razmerje med republiško in regionalno upravo
- oblike lokalne državne uprave
- slovenska vlada
- različne oblike lokalnih razvojnih pobud
- banke

Pojavi se vprašanje, kako te subjekte povezati med seboj. Države to počno različno, pri tem pa se srečujejo z naslednjimi dilemami (Haskins, Gibb, Hubert, 1986, str. 14):

- kako pri oblikah podpore povezati javne (državne) in privatne organizacije (izvajalce)
- v kakšni meri naj bo ta podpora standardizirana po vsej državi, koliko pa naj bo diferencirana na lokalne razmere
- ali vse te oblike podpore integrirati v enotno organizacijo, ali pa kot mrežo razmeroma avtonomnih oblik
- ali naj bo podpora usmerjena le na mala podjetja ali odprta tudi za druga podjetja
- ali uporabiti obstoječe subjekte ali razviti nove
- kakšno naj bo razmerje med nacionalnimi, regionalnimi in lokalnimi institucijami

V nadaljevanju sem opisal rešitve, ki smo jih sprejeli v Sloveniji in predstavil institucije, ki nudijo podporo malemu gospodarstvu.

4.1 Vrste podpornih institucij za malo gospodarstvo v Sloveniji

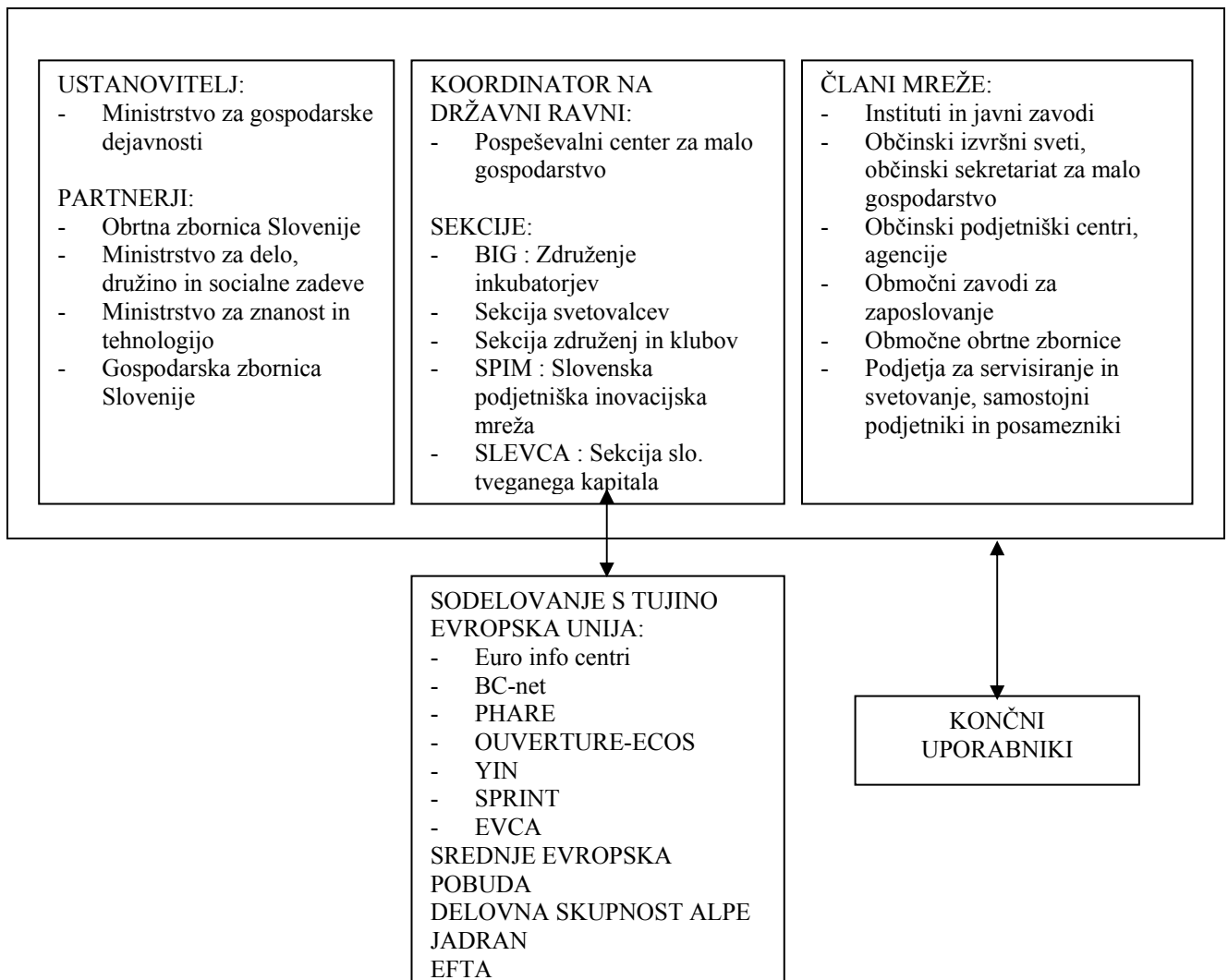
V Zakonu o razvoju malega gospodarstva je vlada zapisala šest ciljev pospeševanja razvoja malega gospodarstva (Zakon o razvoju malega gospodarstva, 1991, str. 604):

- povečevanje zaposlovanja na podlagi novih programov
- pospeševanje in spodbujanje konkurenčnosti malega gospodarstva, zlasti na mednarodnih tržiščih
- pospeševanje uvajanja sodobnih tehnologij v enotah malega gospodarstva
- pospeševanje ustanavljanja in razvoja enot malega gospodarstva z visoko stopnjo inovativnosti
- pospeševanje ustanavljanja in razvoja enot malega gospodarstva, ki so energetske varčne in ne onesnažujejo okolja
- pospeševanje združništva pri skupni nabavi najsodobnejše tehnologije, skupnega nastopa na mednarodnih tržiščih in skupnih inovacijah

Te cilje lahko vlada doseže le, če povežemo aktivnosti različnih gospodarskih subjektov v neko celoto in izrabimo sinergetske učinke, ki bi se zaradi povezovanja pojavili. V ta namen

so ustanovili Pospeševalno mrežo za malo gospodarstvo. Mreža vključuje vse subjekte, ki se ukvarjajo s pospeševanjem podjetništva in obrti. Glavna vladna institucija in koordinator, ki tvori pospeševalno mrežo, je Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG). Znotraj mreže so se oblikovale še posamezne sekcije, ki se ukvarjajo z deli malega gospodarstva: sekcija svetovalcev za malo gospodarstvo, Slovenska podjetniška inovacijska mreža (SPIM), Sekcija slovenskega tveganega kapitala SLEVCA, podjetniški inkubatorji (BIG) in Sekcija podjetniških združenj in klubov (Informator, 1996, str. 16). Nedržavno institucionalno obliko podpore pa tvorita tradicionalno močna Obrtna zbornica s svojimi 62 območnimi enotami ter Gospodarska zbornica s 13 območnimi zbornicami. Znotraj le-te se je razvilo Združenje podjetnikov Slovenije. V procesu promocije podjetništva so veliko prispevale nekatere univerzitetne organizacije ter javni mediji, ki so tudi zelo odprto podprli razvoj podjetniške kulture v Sloveniji (Informator, 1996, str. 18). Povezave med člani Pospeševalne mreže za malo gospodarstvo kaže Slika 7.

Slika 7: Model povezav med člani Pospeševalne mreže za malo gospodarstvo RS leta 1994



Vir: Bilten Ministrstva za gospodarske dejavnosti RS, 1994, str. 3.

V nadaljevanju sem opisal nekaj pomembnih členov z vidika pospeševanja podjetništva, in sicer Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Slovensko združenje za rizični kapital (SLEVCA) ter Združenje inkubatorjev (BIG – Business Incubator Group of Slovenia).

4.1.1 Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG)

V okviru Ministrstva za malo gospodarstvo je vlada leta 1992 ustanovila PCMG, in sicer kot javni zavod. Danes so partnerji, poleg prej omenjenih ministrstev, še: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (MKGP), Ministrstvo za informacijsko družbo (MID), zbornice: Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije (KGZS) ter druge institucije: Zavod RS za zaposlovanje (ZRSZ), Agencija RS za regionalni razvoj (ARSRR), Javni sklad za razvoj malega gospodarstva (JSMG), Turistična zveza Slovenije (TZS), Nova ljubljanska banka (NLB), Banka Koper, Slovenska izvozna družba (SID) [<http://www.pcmg.si>].

Naloge PCMG so (Informator Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo, 1996, str. 32-33):

- razvoj, spremljanje in ocena priprave poslovnih načrtov za druge institucije
- upravljanje razvoja pospeševalne mreže
- razvoj standardnih programov izobraževanja in usposabljanja podjetnikov
- nadzor nad kvaliteto delovanja ter akreditacijo institucij v pospeševalni mreži
- usposabljanje svetovalcev
- koordinacijski sestanki ponudnikov storitev za mala podjetja
- širjenje uspešnih programov in izkušenj pri delu s podjetniki
- zagotavljanje osnovnih bank informacij za podjetnike in svetovalce v mreži
- lobiranje v vladnih institucijah v korist slovenske skupnosti malih podjetnikov
- publicitete o uspehih malega gospodarstva in odnosi z javnostmi zaradi razvijanja pozitivnega imidža malega gospodarstva
- promocijske aktivnosti za podjetja in podjetnike na nacionalni ravni
- razvoj mednarodnih in institucionalnih povezav
- sodelovanje z mednarodnimi organizacijami za tehnično pomoč

Leta 1995 je projektna skupina na Ministrstvu za gospodarske dejavnosti ugotovila, da PCMG ne dosega ciljev v takšni meri, kakor je bilo zamišljeno. Ugotovljeni so bili naslednji problemi (Informator Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo, 1995, pril. 2):

- programi so bili nekoordinirani in sektorsko naravnani
- programi niso enakomerno dosegli lokalnih okolij
- programi so bili usmerjeni na že aktivirane pobude in niso spodbujali potencialnih podjetnikov pri iskanju idej
- sredstva so bila razdrobljena in so iz proračuna prihajala s časovnimi zamiki

Zaradi tega programi niso bili dovolj kakovostni, pri izvajalcih in uporabnikih pa niso vzbujaali zaupanja.

Neizenačenost regionalne strukture leta 1994 kaže Tabela 8.

Tabela 8: Regionalna porazdelitev članov Pospeševalne mreže RS za razvoj malega gospodarstva v letu 1994

Regija	Število članov	Regija	Število članov
Ljubljanska	155	Koroška	22
Mariborska	61	Obalna	20
Novogoriška	46	Savinjska	18
Gorenjska	45	Notranjska	16
Celjska	38	Zasavska	16
Pomurska	32	Posavska	15
Dolenjska	26		

Vir: Zidar, 1996, str. 14.

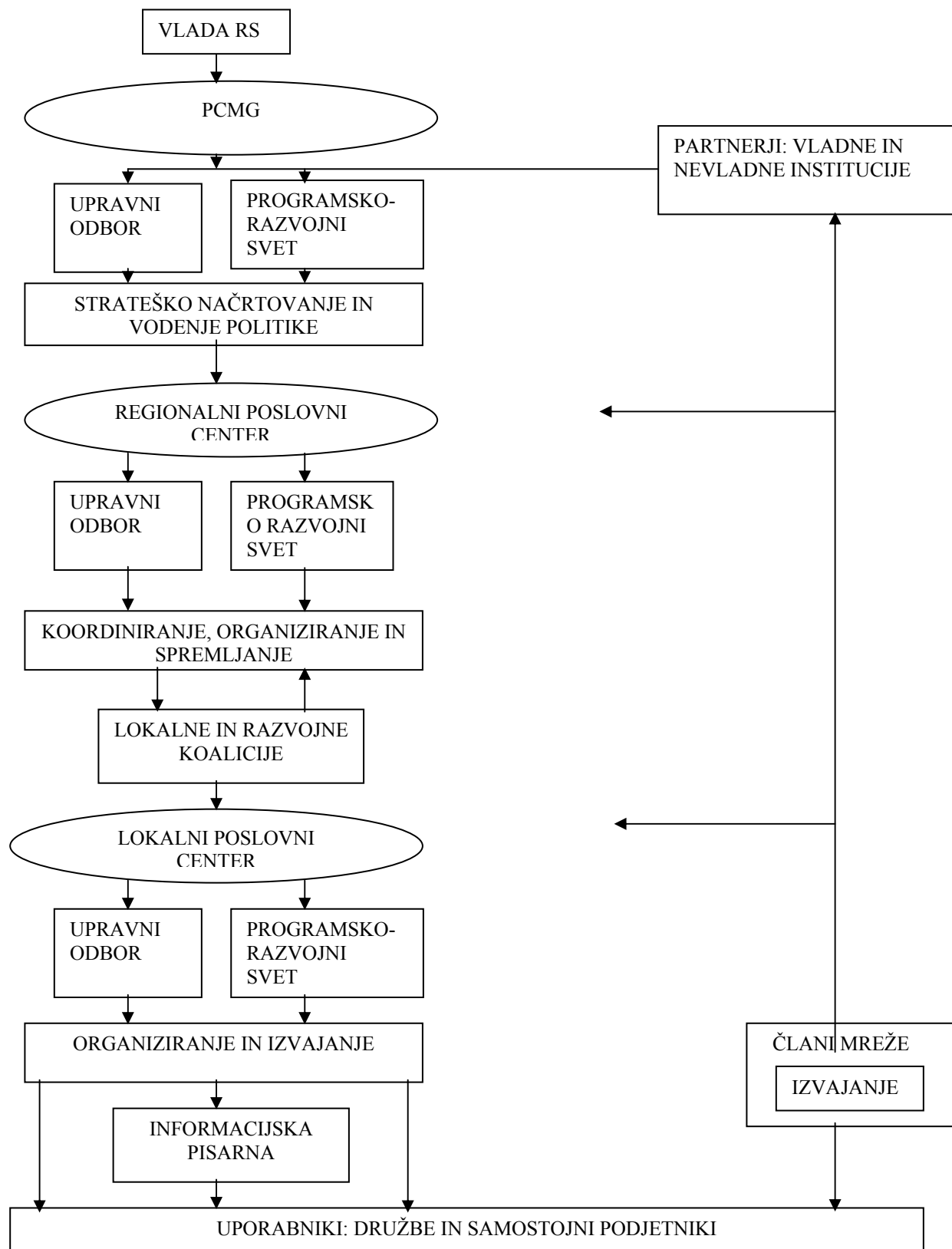
Tabela jasno kaže, da so bili člani mreže precej skoncentrirani v ljubljanski regiji. To je bila posledica Ljubljane kot glavnega mesta ter močne koncentracije finančnih, svetovalnih in drugih strokovnjakov.

Tako so strokovnjaki podali novo zasnovo pospeševalne mreže, katere namen je bil izboljšati lokalno in regionalno organizacijo pospeševalne mreže. Cilji nove organizacije so (Konič, 1996, str. 14):

- lažji dostop do informacij
- učinkovitejša koordinacija projektov po vsej Sloveniji
- večja učinkovitost pospeševalnih institucij in programov
- pritegnitev sedanjih kvalitetnih kadrov in lokalnih virov sredstev
- decentralizirano izvajanje programov in vpliv podjetnikov na njihovo oblikovanje
- približati model podpornega okolja modelu Evropske unije in povečati možnost prenosa evropskih programov v Slovenijo

Bistvena novost je torej drugačna organizacija mreže na regionalni ravni, saj je glavni koordinator in vodja na tej ravni regionalni podjetniški center (v nadaljevanju RPC), na lokalni ravni pa je to lokalni podjetniški center (v nadaljevanju LPC), ki deluje kot nevladna in neprofitna organizacija (Zidar, 1995, str. 15). To novo shemo, ki jo poznamo še danes, prikazuje Slika 8.

Slika 8: Nova organizacijska shema Pospeševalne mreže za malo gospodarstvo RS po letu 1996



Vir: Informator Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo RS, 1995, 8, str. 5.

4.1.2 Sekcija slovenskega tveganega kapitala SLEVCA

Vlada je v okviru Ministrstva za gospodarske dejavnosti ustanovila Sklad za razvoj malega gospodarstva za spodbude v obrti, gostinstvu in turizmu, tehničnih storitvah ter turistični in poslovni infrastrukturi. Sklad je ves čas pritiskal na banke, naj znižajo obrestno mero za podjetnike ter skušal poenostaviti postopke pridobivanja posojila. V ta namen se je pogajal z bankami, da od podjetnikov ne bi zahtevali vseh dokumentov. Svoja sredstva so namenjali za subvencioniranje obresti posojil bank in drugih finančnih organizacij malim podjetjem, ki so izpolnjevali pogoje za njihovo podelitev. Pojavil se je problem, kajti prispevki podjetjem so bili zelo razdrobljeni in zato majhni. Tako le-ti niso dosegli pravega učinka.

V okviru istega ministrstva so ustanovili Združenje za rizični kapital Republike Slovenije (SLEVCA), ki je vključevalo petnajst članov in se je zaradi potreb po dodatnem kapitalu vključila v Evropsko združenje za rizični kapital (EVCA) (Zidar, 1995, str. 36).

Pred letom dni je bila v okviru PCMG ustanovljena Sekcija slovenskega tveganega kapitala SLEVCA. Ustanovitelji so Horizonte Venture Management, Activa Group, Prophetes, Kmečka družba, Nova Ljubljanska Banka ter še nekaj drugih finančnih institucij, svetovalcev in podjetnikov. Glavni cilj SLEVCE je promocija lastniškega financiranja. Rezultati SLEVCE so danes že vidni: razpis Javnega sklada za razvoj malega gospodarstva, izdaja prve slovenske knjige o tveganem kapitalu, spletna stran s svojo domeno. Poleg tega so udeležili nekaj dogodkov, ki jih je priredila evropska zveza tveganega kapitala EVCA, sodelovali so pri raziskavi o financiranju malih in srednjih podjetij, ki jo je izvedel prof. Glas z Ekonomske fakultete s sodelavci.

4.1.3 Podjetniški inkubatorji (BIG)

Storitve inkubatorja vključujejo poslovni prostor, ki ga podjetniki plačujejo po subvencioniranih najemninah, tehnološko in poslovno svetovanje, pomoč pri pripravi poslovnih in investicijskih načrtov, izobraževanje, dostop do standardnih računalniških baz, izvajanje uvozno izvoznih poslov in pomoč pri izpeljavi kvalitetnega tržnega komuniciranja. (Zidar, 1995, str. 45). Danes v Sloveniji obstaja 16 podjetniških centrov in se gradijo tudi novi.

Primer za to sem navedel nov inkubator v Celju, ki so ga odprli dan pred vstopom Slovenije v EU. Gre za razvojno, inovacijsko in tehnološko središče savinjske regije (RITS). V ta podjetniški inkubator imajo možnost vstopiti podjetniki, inovatorji, tehnologi in drugi za tri do štiri leta. V tem času naj bi podjetja rasla, kasneje pa bi se preselila v tehnološki park, ki je na drugi strani Kidričeve ceste. V inkubatorju lahko koristijo računovodske, finančne, administrativne, poslovne, kadrovske in izobraževalne storitve. V RITS sta včlanjena tudi regijski sklad za razvoj človeških virov in regijski rizični finančni sklad. Direktor Regionalne razvojne agencije Celje (RRC) Boris Klančnik je zagotavljal, da bodo imeli podjetniki, ki se bodo prijavi v inkubator do konca aprila, mesečno najemnino za samo en evro na kvadratni meter poslovnega prostora. Projekt je stal milijardo tolarjev, financirali pa so ga država, zasebni podjetniški kapital in občina, ki je dala zemljišče (Grušovnik, 2004).

Vidimo torej, da imamo zelo dobro zasnovano politiko pospeševanja podjetništva. Kaj to v realnosti pomeni, sem prikazal v naslednji točki, saj navajam konkretne oblike pomoči podjetnikom v letošnjem letu.

4.2 Vzpodbude podjetnikom v letošnjem letu

Ministrstvo za gospodarstvo bo v letošnjem letu v Uradnem listu objavilo pet javnih razpisov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti. Na javne razpise se lahko prijavijo vsa podjetja ne glede na velikost, panogo dejavnosti, obliko registracije, lokacijo ali lastništvo podjetja (Brezovnik, 2004).

6. februarja letos je Ministrstvo objavilo prvi javni razpis v skupni višini 2,24 milijarde tolarjev. Razporeditev teh 2,24 milijarde SIT kaže Tabela 9.

Tabela 9: Objava sklopa javnih razpisov

RAZPIS 2004	VODJA RAZPISA	VREDNOST RAZPISA (v SIT)
Javni razpis za sofinanciranje storitev, tehnoloških parkov, in podjetniških inkubatorjev	Simona Novak	150.000.000
Javni razpis za spodbujanje prijav podjetij na razpise 6. okvirnega programa	mag. Peter Polajnar	100.000.000
Javni razpis za spodbujanje grozdov	mag. Franci Simon	600.000.000
Javni razpis za spodbujanje malih in srednjih podjetij pri prodoru na izvozne trge	Mojca Perhac	250.000.000
Javni razpis za spodbujanje izhodnih investicij slovenskih podjetij	Ana Mlinar	500.000.000
Javni razpis za spodbujanje neposrednih tujih investicij	Ana Mlinar	440.000.000
Javni razpis za uvajanje in nadgrajevanje sistemov stalnih izboljšav	Simona Hočevar	200.000.000

Vir: Brezovnik, 2004.

Javni sklad za malo gospodarstvo bo letos za spodbude namenil 128 milijonov tolarjev in dodatna sredstva za izvajanje ukrepov ERFD (Evropski sklad za regionalni razvoj).

Ministrstvo za gospodarstvo bo k temu prispevalo 129 milijonov tolarjev, za lokalne grozde pa 110 milijonov tolarjev in prav toliko za strukturno podporo na lokalni ravni. Vse naštetu predstavlja 1,8 % državnih proračunskih sredstev²⁰ (Brezovnik, 2004).

V marcu je ministrstvo za gospodarstvo v Uradnem listu in na svojih spletnih straneh objavilo drugi sklop javnih razpisov iz programa ukrepov pospeševanja podjetništva in konkurenčnosti za obdobje leta 2002 do 2006 v višini 1,691 milijarde tolarjev. Tokrat se je razpis nanašal na spodbujanje (Brezovnik, 2004):

- naložb v nove tehnologije in produkte v letih 2004 in 2005 ter spodbujanje tehnoloških centrov
- razvojnih naložb tehnološko usmerjenih malih in srednje velikih podjetij,
- prenos znanja ter razvoj novih inovativnih konceptov in metod
- razvoja tehnoloških mrež

Dosedanji ukrepi ministrstva (od leta 2001 do 2003) so bili usmerjeni predvsem na internacionalizacijo podjetij, spodbujanje povezovanja in hitrejšega pretoka znanja v gospodarstvo ter na spodbujanje in razvoj malih ter srednjih podjetij. Ministrstvo je v to vložilo 16 milijard tolarjev in s tem podprlo 3700 projektov, katerih naložbe so ocenjene na 340 milijard tolarjev. Ocena je, da je vsak vložen tolar države spodbudil 21 tolarjev zasebnih vlaganj. Danes v grozdih sodeluje že preko 320 podjetij in institucij s skupno 60.000 zaposlenimi. Imamo 27 tehnoloških centrov, v sistemu izboljšav je vključenih 20.000 zaposlenih. V Sloveniji delujejo štirje tehnološki parki, dva podjetniška inkubatorja s 110 sodelujočimi podjetji in z več kot 10.000 zaposlenimi. Z ukrepi je ministrstvo v treh letih pripomoglo k 4000 novim, visoko produktivnim delovnim mestom. V letu 2003 je ministrstvo objavilo 17 razpisov, v katerih je sodelovalo kar 1310 podjetij s skupno vrednostjo sofinanciranja 23,6 milijard tolarjev (Brezovnik, 2004).

Po besedah ministrice za gospodarstvo dr. Tee Petrin naj bi ukrepi krepili tehnološki napredek in sposobnost podjetij za delovanje na globalnem trgu ter spodbujali okolje za podjetništvo in inovativnost (Brezovnik, 2004). Ministrica meni, da bi morala država že pred leti bolj spodbujati inovativnost podjetij, hkrati pa dodaja, da še ni vse zamujeno. Nova davčna zakonodaja bo predpisovala davčne olajšave za vlaganja v raziskovalno in inovativno dejavnost (Brezovnik, 2004).

5. SKLEP

Slovenija je v fazi tranzicije, tj. v prehodu iz socialističnega v kapitalistični sistem, dobro preoblikovala strukturo podjetij. Socialistično črno luknjo, za katero je značilen velik vpliv nekaj velikih podjetij ter "kronično" pomanjkanje malih in srednje velikih podjetij, smo dobro

²⁰ Lani so temu namenili 2,1 % državnih proračunskih sredstev, vendar denarja ne bo manj, ker je del prenesen na službo za regionalni razvoj.

zapolnili. Tezo, da pri nas primanjkuje malih in srednje velikih podjetij, zavračam, saj se strukturno lahko primerjamo z Evropo. Je pa res, da ima tudi Evropa v primerjavi z ZDA s podjetništvom nemalo problemov in nam ne more biti zgled. Glavni problem v Sloveniji torej ni v strukturi podjetij, temveč v učinkovitosti le-teh. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega je v Sloveniji v primerjavi z Evropo kar trikrat nižja. Jasno je, da so velika podjetja neučinkovita, saj se še niso mogla dokončno preoblikovati in odpraviti neracionalnosti, a problem je tudi pri malem gospodarstvu, saj prevladujejo podjetja "življenjskega sloga" in ne hitro rastoča podjetja, ki najbolj prispevajo k hitri gospodarski rasti.

V diplomski nalogi sem skušal najti razloge za takšno stanje. Teza, da na takšno stanje v največji meri vplivajo zgodovinske okoliščine, se je izkazala kot pravilna. Zgodovina in nedavni socialistični režim sta bistveno vplivala na razvoj nacionalnega karakterja, ki je po mojem mnenju podjetništvu precej nenaklonjen. Zaenkrat prevladujejo vrednote in lastnosti, ki so bolj značilne za delojemalce in manj za delodajalce oz. podjetnike. Tu mislim predvsem na lastnosti kot so pridnost, poslušnost, introvertiranost, zavist, neiskrenost itd. Številni podjetniki so iz nekdanjih družbenih podjetij prinesli s seboj zadržan odnos do tveganja, premajhno tržno naravnost. Lahko bi rekli, da zelo slabo izkoriščajo "okornost" velikih podjetij, oz. svojo fleksibilnost.

Tretja teza, da je podporno okolje v Sloveniji pozitivno, je po mojem mnenju tudi pravilna. Podpora podjetništvu sicer še ni takšna, kakršno imajo v najbolj "podjetniško razvitih" državah kot so npr. ZDA, Tajvan, Singapur, vendar je trend naraščajoč. Država vodi proaktivno politiko, saj se zaveda pozitivnih učinkov malega gospodarstva. Dokaz za to je podjetniška podpora mreža, ki jo tvori mnogo podjetništvu naklonjenih institucij. V to smer pozitivno delujejo tudi mediji, ki imajo tudi pomembno vlogo, saj je še pred nedavnim beseda podjetnik v očeh javnosti pomenila nekaj slabega, izkoriščevalskega, povezanega z goljufijami. Takšno negativno gledanje jasno slabo vpliva na razvoj podjetništva in tu imajo mediji velik pomen ter vpliv. Kar je najpomembneje, država se že zaveda pomena malega gospodarstva, le upamo lahko, da se bodo tega kmalu zavedali tudi ljudje in si bodo upali iti na svojo pot.

6. LITERATURA

1. Antončič Boštjan et al.: Podjetništvo. Ljubljana: GV založba, 2002. 485 str.
2. Brezovnik Alenka: V lov na spodbude podjetnikom. Dnevnik, Ljubljana, 05. 02. 2004.
3. Brezovnik Alenka: Za podjetnike še 1,7 milijarde. Dnevnik, Ljubljana, 16. 03. 2004.
4. Bučar Branko: Računalniško podprto načrtovanje novega podjetja. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1998. 97 str.
5. Carsrud Alan, Johnson L. Alan: Entrepreneurship: a social psychological perspective. M.Sc. in entrepreneurial studies by distance learning. Entrepreneurship unit, 1987. 24 str.
6. Forbes Kristin: Po unovčitvi ček smo zadnji. Delo. Ljubljana. Sreda, 17. 03. 2004, str.15.
7. Frelih Polona: Ekonomska vloga in razvojne možnosti obrti v Sloveniji. Magistrsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani. 1999. 115 str.
8. Glas Miroslav: Podjetništvo – izziv za 21. stoletje. Ljubljana : Gea College, 2000. 498 str.
9. Glas Miroslav: Malo gospodarstvo v Sloveniji: pričakovanja in dosežki. Ljubljana: s.n., 1999. 16 str.
10. Glas Miroslav: Podjetništvo – Priročnik za učence. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo, 2000. 116 str.
11. Grahek Andraž, Usenik Boštjan, Kalacun Stanislava: Pesimistično o slovenskem gospodarstvu. Finance, Ljubljana, 04. 04. 2004.
12. Grušovnik Mojca: V Celju kmalu priložnost za podjetnike z dobrimi programi. Dnevnik, Ljubljana, 30. 03. 2004.
13. Haskins Gay, Gibb Allan, Hubert Tony: A guide to Small Firms Assistance in Europe. Aldeshot: Gower for EANPC and EFMD, 1989. 263 str.
14. Jelovac Dejan: Podjetniška kultura in etika. Portorož: Visoka šola za podjetništvo, 2000. 259 str.
15. Kalacun Stanislava: Plačilna nedisciplina še vedno največja težava. Finance, Ljubljana, 04. 04. 2004.

16. Kaučič Primož: Podjetništva se ne da prisiliti, lahko se ga samo spodbuja. Podjetnik, Ljubljana, September 2002, [<http://www.ozs.si/obrtnik/rubrike/2004-03/akt6.htm>], 08. 10. 2003.
17. Konič Martina: Poskus ocene podjetniške podporne mreže v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1996. 47 str.
18. Kovač Bogomir: Uvod v podjetništvo: analiza poslovnega načrta. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, 1990. 118 str.
19. Kovač Stanislav: Davčna pot v pogubo. Finance, Ljubljana, 29.03.04.
20. Kuratko, D.F., Hodgets, R.M.: Entrepreneurship. New York: The Dryden Press, 1995. 701 str.
21. Manfreda Dragica: Svež kapital je kri podjetništva. Dnevnik, Ljubljana, 28. 02. 2004, 49, str. 8.
22. McClelland David, Atkinson W., Clark R., Lowell E.: The Achievement Motive. New York: Irvington Publishers, 1976.
23. Musek Janek: Psihološki portret Slovencev. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče, 1994. 195 str.
24. Musek Janek: Osebnost pod drobnogledom. Maribor: Založba Obzorja, 1993. 323 str.
25. Plut Helena, Tadeja: Podjetnik in podjetništvo. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče, 1995. 173 str.
26. Pšeničny Viljem et al.: Podjetništvo. Portorož : Visoka strokovna šola za podjetništvo, 2000. 353 str.
27. Pšeničny Viljem: Lessons from the most dynamic enterprises in Slovenia and EU member states, 2nd International Conferences on Dynamic Entrepreneurship, GEA College of Entrepreneurship Portorož, Slovenia, 16th February 2001. 27 str.
28. Tajnikar Maks: Tvegano poslovanje: knjiga o poslovanju rastočih poslov. Portorož : Visoka strokovna šola za podjetništvo, 2000. 308 str.
29. Timmons Jeffrey A., Spinelli Stephen: New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century with PowerWeb and New Business Mentor CD. McGraw-Hill : Irwin, 2003.
30. Trstenjak Anton: Misli o slovenskem človeku. Ljubljana: Založba Mihelač, 1992. 203 str.

31. Vadnjal Jaka: Partner v dobrem in slabem. Obrtnik, Ljubljana, 2003, 1.
32. Weiss Monika: Davčna reforma posega v finančne olajšave. Finance, Ljubljana, 11.03.04.
33. Zidar Nada: Strategija razvoja malega gospodarstva v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1995. 56 str., 4 pril.
34. Žargi Štefan: Evropa je edini izhod. Gorenjski glas, Kranj, 2004, 12, str. 17.
35. Žnidaršič Jana: Razvijanje podjetnih lastnosti ljudi v izobraževalnem sistemu. Magistrsko delo. Ljubljana: J. Žnidaršič, 2003. 104 str.

7. VIRI

Bilten Ministrstva za gospodarske dejavnosti RS. Ljubljana : Ministrstvo za gospodarske dejavnosti RS, 3, 1994, 15 str.

GEM: Slovenija 2002. Finance, 18. 11. 2002, 220, str. 17-20.

Informator Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo. Ljubljana: Pospeševalni center za malo gospodarstvo, 1995, 8, 8 str., 8 pril.

Informator Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo: Strategija razvoja malega gospodarstva v RS, 1996, 51 str.

Pospeševalni center za malo gospodarstvo. [<http://www.pcmg.si>], 25.03.04.

Slovenski podjetniški observatorij 2003.

[<http://epfip.uni-mb.si/slo/razisk/koncane/Obs03slo/razobs03slo.htm>], 20.03.2004.

Statistične informacije 2003, Ljubljana: Zavod RS za statistiko, 2003, 24. str.

Ugotovitve GEM Slovenija 2002. [<http://www.gemslovenia.org/Ugotovitve/ugotov.htm>], 28.03.04.

Zakon o razvoju malega gospodarstva. Uradni list RS. Ljubljana, 1999, 11. Str. 604-605